

DIN FACKTIDNING

# MOTOR BRANSCHEN

NR 5 © MAJ 2017 PRIS 95 KR

**Ny säljsajt!**  
Bilhandeln själv  
utmanar på nätet

**Tunga fordon**  
Italiensk gigant  
som tänker nytt

"DET ÄR HÄR VI SKA VARA,  
PÅ TOPP. SAMSYNEN MED  
HANDLARNÄR ÄR STOR"

Volvo Cars vd Kristian Elvefors

Grattis årets

# GÅ- TRIO!



ANDERS KARLANDER & ROLAND APPELSKOG PEUGEOTS ÅFF STEFAN BURLIN BURLIN MOTOR GUNNAR SANDERUP REJMES JIMMY PERSSON  
P PERSSONS BIL MARIANNE ERIKSSON MÖLLER BIL MARCUS JOHANSSON BENDT BIL DINO LENIS MOBILITY MOTORS JESPER BJARNHAGEN  
ST OLOFS BIL JOAKIM EKLUND ÖBAB ANDERS MARTELEUR HOLMSTRÖM BIL BO ANDERSSON BO GROUP GIANANDREA FERRAJOLI MECAR





Får vi ge dig  
en personligare  
upplevelse?

 **Santander**  
CONSUMER BANK

Stefan Bergström  
Regionchef

#### Det börjar med kunskap

Genom att känna branschen vet vi mer om din vardag och dina behov. Vi förstår hur du gör affärer och hur vår gemensamma kund tänker.

#### Det fortsätter med relationen

Genom att lära känna dig ökar förståelsen och möjligheten att göra ännu bättre affärer tillsammans. Och det är dina utmaningar som blir vår drivkraft. Där ligger förutsättningen för ett lönsamt samarbete.

#### Det slutar med bekräftelse

Våra partner gillar oss. Det visar resultatet i vår senaste handlarundersökning. Och vi är glada att vår personliga service och kompetens uppskattas.

Prata med oss för en personligare upplevelse.

**FÖLJ OSS  
PÅ WEBBEN!**  
Du läser väl  
redaktionsbloggen?  
[www.mrf.se/  
motorbranschen](http://www.mrf.se/motorbranschen)



57



52



24



32

#### FRONT

- 6 ÅFF-styrelse avgick
- 7 Säljer familjeföretaget
- 8 Kalmar i medvind
- 10 "Nya PUL" kräver örnkoll
- 11 Händer framöver
- 13 Rejmes i kommunfejld
- 14 Bilindustrins bidrag
- 16 Bilmässa i Västerås

#### I HUVUDET PÅ

- 19 Säljer på teckenspråk

#### MOTORPLOCK

- 21 Sex bilnyheter & ett däck

#### NYTANKAT

- 22 Vinn DNA-kit!

#### I FRAMKANT

- 24 Nya sajten Wayke

#### TRE KUNDER

- 30 Om bilar i städerna

#### LÖSNINGEN

- 32 GA blev ÅF en helg

#### FOKUS

- 35 Årets GA-enkät
- 36 På pallplats
- 42 Raketen
- 43 Rankninglistan
- 46 Bästa svarsfrekvens
- 47 Enkät-notiser
- 49 Uppryckning av VAG

#### CHEF I BRANSCHEN

- 51 Tre röster om att nätverka

#### PORTRÄTTET

- 52 Bo Andersson

#### TUNGA FORDON

- 57 Italiensk gigant

#### EXPERTSVAR

- 64-65 Juridik och Verkstad
- 66-67 Bilhandel och Lack & Skade

#### STATISTIK

- 68 Senaste nyregistreringarna

#### MINGEL

- 73 Från MRF-stämman



OMSLAGET  
Resultatet  
av årets GA-  
enkät, sidan  
35.

Foto  
Anna Rehn-  
berg (stora  
bilden),  
Jens Nord-  
ström och  
Åke Ericson.

## Här händer det grejer!

**GÖR VI INTE NÅGOT** som bransch tillsammans för att värna om kundkontakten/dialogen så kommer vi att bli frånåta av någon tredjepartsaktör vare sig det är Google, Apple, Amazon eller någon annan. Nu gör vi något!

**I DET HÅR NUMRET** släpps för första gången nyheten om en av bilhandelns största satsningar någonsin – den digitala marknadsplatsen Wayke. Den kommer att höra talas om sig. Det är ett system av branschen för branschen där vi som bilhandel sitter i förarsätet för framtida utveckling som kan göra oss starka mot framtida gemensamma hot. Hur marknadsplatsen är tänkt att fungera och varför vi som bransch nu kliver in kan du läsa om med början på sidan 24.

**DEN HÅR TIDNINGEN** är fylld av nyhetsmässigt sprängstoff. Även resultatet av GA-enkäten presenteras. Årets generalagentsundersökning slår rekord i svarsfrekvens – över 80 procent – och undersökningsföretaget är förbluffade över den höga siffran. Jag tror att det handlar om är att vi som bilbransch anar gemensamma hot som kan uppstå om vi inte samarbetar.

**SOM HANDELSLEDET** i bilbranschen har vi nu under hela 2000-talet mätts på längden och tvären för vår kundnöjdhet; vi har blivit vana att föra den formen av diskussioner som leder till utveckling.

I ljuset av detta känns det självklart att jobba med motsvarande redskap i relationen återförsäljare och generalagent – från båda sida. Vi ser också att GA-enkäten inte bara är ett sätt att "klaga" på generalagenterna utan ett instrument som används tillsammans.

**JUST DET ÄR** viktigt, att vi fortsätter att utvecklas tillsammans, för fortfarande kommer rapporter, efter stickprov på kvalitet, som vi inte kan vara stolta över som bransch. Då tänker jag närmast på Trafikförsäkringsföreningens kontroller av skadeverkstäder. Vi måste se till att kundnöjdhet och processkvalitet går hand i hand så att vi levererar det vi lovar!

**VÅR KOMMUNIKATION** med kunderna och den bredd av kunddata som vi tillsammans skapar, är ju vår förutsättning för att slipa vår fortsatta dialog med kunderna. Det handlar om att motsvara eller överträffa förväntningar, vare sig det gäller kvalitet eller erbjudanden. I den takt som data nu kan samlas in blir det allt viktigare att vi tar kontroll över informationen och ser till att använda dom hjälpmedel som datatekniken bjuder för att få till en precis kommunikation med våra kunder.




Tommy Letzén är vd för Motorbranschens riksförbund.

**"För att möta framtida hot måste vi samarbeta på alla plan och ta kontroll över kunddata"**

**Rickard Andersson**  
Key Account Manager, Örebro  
Tel: 010-156 15 85

**Första bilen:** Opel Kadett City  
**Drömbil:** Aston Martin  
**Arbetat med bilfinansiering:** 3 år  
**Dold talang:** Händig



## Rickard – din personliga tränare inom bilfinansiering

Finansiering är inte bara ett sätt öka försäljningen utan också ett sätt att behålla kunden under en längre tid.

– Mitt viktigaste uppdrag är att stödja och uppmuntra dig så att finansiering blir en naturlig och lönsam del av din verksamhet. Du kan bilar och jag kan finansiering. Men med min långa erfarenhet vågar jag påstå att jag kan och gillar bilar också.

**Tillsammans säljer vi mer bilar och ökar lönsamheten – ring mig.**

Nordea

**MOTORBRANSCHEN**

Postadress Motorbranschen, Box 5611, 114 86 Stockholm Tel 08-701 63 12 E-post redaktionen@motorbranschen.se



För bilbranschens bästa

REDAKTIONEN



Ing-Cathrin Nilsson  
chefredaktör och ansvarig  
utgivare  
0733-44 80 26  
ing-cathrin@motorbranschen.se



Anna Frödell  
art director  
anna@motorbranschen.se

MER OM VÅRA MEDARBETARE



Fotograf THRON ULLBERG, 47, packade inte bara blixtar och B-ljus när han plåtade på en skadeverkstad till juni numret, han tog med en rökmaskin också "för att få en skönare stämning med mjukare övergångar". Trebarnspappan Thron valde att jobba professionellt med sin hobby efter sex års akademiska studier. Hans repertoar återfinns i magasin, reklam, böcker och utställningar, ofta i gestaltning av människor. Nyligen bytte han sin älskade Toyota Avensis Verso mot en sjusitsig i BMW:s 2-serie. Hans tidigaste motorburna minnen hänför sig till bilresor genom snöhöljda lappländska skogslandskap. I det här numret har han plåtat porträttet.

REPORTRÄR: Annika Creutzer, Kristina Wallin, Louise Molander, Maria Eriksson, Marianne Sterner, Mikael Jägerbrand, Nellie Pilsetnek, Niklas Aronsson, Peter Lorin, Pierre Eklund, Rickard

Jakbo, Roland Wirstedt, Thomas Drakenfors  
FOTOGRAFER: Anna Rehnberg, Bo Lundvang, Jens Nordström, Mats Petersson, Åke Ericson  
KORREKTUR: Hans Bister

ANNONSERA & PRENUMERERA



Henric Widén  
Annons- och prenumerations-  
ansvarig  
08-701 63 17  
henric@motorbranschen.se



Björn Olsson  
Marknadstorget och plats-  
annonsering  
08-701 63 25  
bjorn@motorbranschen.se

För insänt, icke beställt material ansvaras ej. Utbetalat arvode inkluderar Motorbranschen rätt till elektronisk publicering. Citera oss gärna men ange Motorbranschen som källa. Eftertryck av text och

### NOTISER

#### Nya Porsche center

Nästa år öppnas ett nytt Porsche center vid E4 i Jönköping. Det ska drivas av norska Miklagruppen, fd Bavaria Nordic, som redan i dag driver tre Porsche center i Norge och där säljer cirka 40 procent av alla nya Porsche-vagnar. I dagsläget finns sju svenska Porsche center – i Borås, Göteborg, Kalmar, Malmö, Stockholm, Umeå och Örebro. Nästa år tillkommer också ett nytt i Danderyd i norra Stockholm och ytterligare ett ska byggas i Mölndal i södra Storgöteborg. Porsche-försäljningen i Sverige har gått från 550 bilar 2013 till 1 335 registreringar 2016.

#### Bavaria byter namn

F d Bavaria Nordic har bytt namn till Miklagruppen för att hitta stordriftsfördelar och mer neutralt matcha nya varumärken. Numera säljer det norskägda bolaget både BMW, Mini, Porsche och Kia. De enskilda varumärkena kommer dock att fortsätta säljas under namnen Bavaria, Porsche center och KC Motors. Moderbolagets nya namn kommer från det fornnordiska mikla, en böjningsform mikill, som betyder stor. Omsättningen i fjol var cirka sex miljarder kronor.

#### I Gällivaretrakten har ...

... Eriksson Bil, som representerar Volvo, Ford, Renault och Dacia, utökat med en ny lack- och bilskadeverkstad. Efter sommaren 2018 är det meningen att Eriksson Bil även ska få däckhotell och större verkstadsutrymme för transportbilar, genom övertagande av lokalerna från Wist Last & Buss som satsar 32 miljoner på en ny anläggning.

Ägare till både Eriksson Bil i Gällivare och Kiruna, samt Wist Last & Buss är Persson Invest-koncernen med huvudkontor i Östersund.

#### A-Bilar i Arvika ...

... köptes för en tid sedan av Wafab Bil med anläggningar i Karlstad, Kristinehamn och Sunne. A-bilar, grundat 1990 av familjen Lundgren, drivs nu som ett systerbolag till Wafab och med bibehållen företagsidentitet. A-bilar har ett tiotal anställda och är en fullserviceanläggning för Kia, Nissan och Citroën. Wafab säljer och servar Kia, Fiat och Jeep samt även Opel och Fiats transportbilar samt Isuzu.



Avgående ordföranden Anders Karlander känner att det är rätt att lämna över nu.



Peugeots vd Tobias Pettersson har upphävt time outen med märkesföreningen.

### TURBULENSEN INOM PEUGEOT

# Hela ÅFF-styrelsen avgick vid årsmötet

Efter höstens och vinterns hårda klimat mellan **Tobias Pettersson** på KW Bruun och Peugeot's ÅFF valde märkesföreningens styrelse att avgå vid årsmötet nyligen.

**ANDERS KARLANDER**, som fram till årsmötet var ordförande, valde att lämna styrelsen och förre ÅFF-ordföranden Roland Appelskog kom tillbaka.

– Jag har jobbat med Peugeot under sex olika vd:ar, men det har nog aldrig varit så tufft mellan styrelsen och GA som på senaste tiden, säger Appelskog.

#### Vad hände på årsmötet?

– Hela styrelsen valde att lämna sina uppdrag. De kände att de misslyckats när GA stängde dörren i en "time out". Om man sitter i en styrelse och inte ens får träffa sin huvudman blir jobbet omöjligt. Arbetet med att försöka lösa konflikten har tagit mycket tid och kraft, därför kom frågan till mig. – Den låsta positionen som blev

följden av "time outen" blev ett dräpdrag för den gamla styrelsen. Det var inte deras fel, de gjorde vad de ansåg vara bäst för medlemmarna. Jag tror att båda parter förlorade på det sätt som diskussionerna fördes från KW Bruun, säger Appelskog.

#### Varför bantades samtidigt styrelsen från sex ledamöter till tre plus ordföranden?

– Dels behöver inte styrelsen vara så stor. Dels hade

Som ny(gammal) ordförande hoppas Roland Appelskog kunna öppna dialogen med GA:n igen.

valberedningen svårt att hitta kandidater med tanke på hur gamla styrelsen blivit behandlad. Styrelseuppdragen har i vissa fall medfört att ledamöter fått dålig kontakt med GA, även när det gäller deras företag. Det har skrämt vissa.

**ROLAND APPELSKOG** tycker att Tobias Pettersson borde värna mer om ÅF-kåren som har presterat bra resultat trots det hårda samarbetsklimatet.

#### Hur går ni vidare nu?

– Mitt uppdrag är att få igång samtalerna med Tobias Pettersson igen. Sedan ska vi öppna upp arbetet med de fokusgrupper som GA har tillsatt. Styrelsen valde att inte medverka i grupperna när Tobias Pettersson →



## Varför säljer ni familjeföretaget?

För fem år sedan skrev vi om ett mödosamt men lyckligt generationsskifte av anrika **Burlin Motor i Norrland**. Försäljningen till norska Miklagruppen nyligen, kom överraskande. Vi ställde några nyfikna frågor till delägaren och koncernchefen **Stefan Burlin**:

**Ni är tredje generationen och har inte fördärvat företaget, tvärtom har ni mer än fördubblat vinsten på fem år och haft en exempelvis framgång. Varför säljer ni?**

– Det ter sig kanske lite konstigt efter en räkna av fantastiska år. Men när seriösa förfrågningar börjar komma, gläntas scenarier som tidigare inte tänkts.

– Var och en disponerar sitt eget lopp, men för egen del äger jag hellre min tid än ett beklagat av bilar om tio år. Jag är 51 och frågade mig om jag verkligen var beredd att harva igenom en eventuell lågkonjunktur till ...

– Man får inte heller glömma att vi är en bransch med jättestora lager och tunga balansräkningar, och att räntan snarare kommer att gå upp än ner.

#### Du ska jobba kvar i företaget som vd ...?

– Ja, jag har skrivit på ett anställningsavtal. Jag vill verkligen fortsätta att jobba för de nya ägarna

utlyste "time outen". I stort sett är vi positiva till fokusgrupper och har bidragit med namn på medlemmar som Tobias Pettersson accepterat. Nu gäller det att lägga det gamla bakom oss och komma tillbaka till ett bra förhandlingsklimat.

#### Vad har du för förhoppningar?

– Jag hade inte tagit uppdraget om jag inte trodde att jag skulle få igång en dialog. Både vi och Tobias Pettersson behöver fo-



STEFAN BURLIN

och utveckla företaget och Toyota några år till. Det ska bli jätteroligt.

#### Var du och de andra ägarna, dina kusiner, eniga?

– Ja, alla röstade för försäljningen.

#### Ni är tredje generationen, hur känns det att avyttra?

– Skitjobbigt!

#### Så det var en komplicerad affär?

– Affären som sådan var rak och enkel, det var det känslomässiga som var jobbigt, det kan djuppsykologiseras länge.

#### Och du är trygg med de nya ägarna Miklagruppen, före detta Bavaria?

– Naturligtvis, de bygger ju också på små strukturer runt två ägarfamiljer och har starka tillväxtambitioner.

**Fotnot:** Toyotahandlaren Burlin Motor omsätter 670 miljoner, har närmare 24 miljoner i resultat före skatt, fyra anläggningar, 120 anställda och säljer cirka 3 000 bilar per år.

## STORSÄLJAREN PÅ AUTOMÄSSAN!

ITALIAN GARAGE EQUIPMENT MANUFACTURER

# TOPAUTO

ENDAST 90MM!

**Italiensk 2 meters fordonslyft för bil & däckservice. 3500kg och endast 90mm! Galvat chassi. Finns även som 1 meters.**

### DIN KOMPLETTA MASKIN LEVERANTÖR!

FVU 0530 - 133 33  
info@boabhjuldela.se



Karolina Sörman ser ett behov av säljutbildningar i bilbranschen.

FOTO PIERRE EKLUND

**31**  
är har Nordmarkens Motor i Årjäng sålt Opel.

Nu har de utsetts till "Bästa Opel-representant i Sverige 2016" och därmed tilldelats "The Dealer Excellence award" av GM Europé. Nordmarkens Motor har nyligen öppnat ett helt nytt Opel Center i Karlstad, det andra i Sverige där det enbart säljs Opel.

**NOTISER**

**Molin Bil i Sundsvall ...**

... inviger i vår sin nya anläggning vid nya E4-brons södra brofäste. Det handlar om Norrlands största BMW-anläggning. Företaget grundades 1988, har 28 anställda, omsätter cirka 300 miljoner per år och sålde cirka 1 000 nya och begagnade bilar i fjol.

**Bilia group ...**

... etablerade sig nyligen som BMW-återförsäljare i Kungsbacka i norra Halland och fortsätter sin expansion som Sveriges största enskilda BMW-återförsäljare. Koncernen har numera sälj- och serviceanläggningar i Segeltorp, Nacka och Haninge samt i Göteborg, Kungsbacka, Borås, Trollhättan och Uddevalla. I Lidingsö finns en separat serviceverkstad.

**Bil & Motor Sydost ...**

... öppnar i mars sin nya bilanläggning Toyota Center i Karlskrona. Den nya satsningen kompletterar företagets befintliga Toyota Center i Kalmar.

**Eije Petterssons Bil ...**

... i Ämål, återförsäljare för Kia och Mitsubishi, får inom kort en ny ägare i form av den tidigare bilsäljaren Jörgen Andrén som varit verksam i företaget sedan sex år tillbaka.

Nuvarande ägare, Eije Pettersson, säljer nu sitt bilföretag efter 32 år i branschen. Företaget ska drivas vidare med samma namn och i samma anda som tidigare.

Företaget har tretton anställda och sålde 550 nya och begagnade bilar.

**Bilia Toyota ...**

... har upphört med sin säljverksamhet i Ludvika. Lokalerna var inte anpassade för bilförsäljning. Nu hänvisas Ludvika-kunderna till företagets anläggning i grannstaden Borlänge. Serviceverkstad för Toyota i Ludvika sedan 1973 är Locanders Bil som fortsätter som tidigare.

**ÅRETS MRF-DISTRIKT**

**Kalmar seglar i medvind**

Kalmar läns motorbranschförening har utsetts till Årets distrikt inom MRF. I motivationen framhålls den aktiva distriktsledningen och medlemmarna, särskilt i frågor som rör rekrytering och utbildning och framgångar avseende pressbearbetning.

**DET RÅDER** optimism i Kalmar läns motorbranschförening. Under flera år har distriktet legat högre än riksgenomsnittet vad gäller registrerad nybilsförsäljning och 2016 ökade privatleasingen med 139 procent, den största procentuella ökningen av alla län.

I april fick distriktschefen Karolina Sörman ännu ett glädjande besked när en rektor vid Lars Kaggskolans i Kalmar meddelade att antalet behöriga sökanden i första urvalet till skolans Fordons- och transportprogram låg på rekordnivå.

– Det är fler behöriga sökande än vad det finns platser, ingen kan minnas när antalet var så här högt senast. Det vore fel om vi som motorbranschförening påstod att

det är vår förtjänst, det finns flera faktorer bakom. Förhoppningsvis är det så att vi i branschen nu har fått fler unga människor att förstå att motorbranschen är ett framtidsyrke med mycket dataprogrammering och digital teknik, säger Karolina Sörman.

**GENOM BRA** praktikplatser hos medlemsföretag, goda möjligheter till jobb efter utbildning och årliga premier till bästa elever, försöker Kalmar MBF att sporra duktiga elever att välja fordonsprogrammet. Karolina och flera medlemsföretag sitter med i programråden för Fordons- och transportprogrammet vid Lars Kaggskolans i Kalmar och Vimmerby Gymnasium.

– Skolornas stora utmaning är att anpassa sig till teknikutvecklingen och det är viktigt att glappet inte är för stort när eleverna går ut. I rådet kan vi och medlemsföretagen hålla skolorna uppdaterade om senaste nytt och påtala vikten av teknik, digitalisering och kundkommunikation som är viktigt idag. Medlemsfö-

retag har exempelvis bistått med relevant modern kurslitteratur.

**KAROLINA ÖNSKAR** att det även funnits en utbildning, specialiserad på bilbranschens säljsida med fokus på konsultation, juridik och relationskapande över lång tid.

– Som före detta försäljningsansvarig ser jag ett behov av säljutbildning som är mer applicerbar på bilbranschen. De utbildningar som finns i dag är mer kopplade till telemarketing, säger hon.

Även om det inte finns en medveten strategi har distriktets medlemsföretag genom åren varit duktiga på att nå ut med information i lokalmedierna. "Bilens Dag" i Vimmerby och "Miljöbilens dag" i Oskarshamn som medlemmarna anordnar tillsammans är alltid välbevakade.

– När "MRF på väg" besökte Kalmar i april bjöd vi in medlemmarna, politiker, representanter från skolan och näringslivet, och det var en bra uppslutning och bevakning av dagen, berättar Karolina. © PE

**TÄNDSTICKORNA FÖRENKLAD E TILLVARON**

Eftersom de första tändstickorna kunde antändas lite var, hur och när som helst, var det inte förrän den svenske kemisten Gustaf Erik Pash i mitten av 1800-talet uppfann säkerhetständstickorna, som de fick sitt stora genombrott över hela världen. Eftersom de bara kunde tändas mot askens plån, blev de nu mycket säkrare att använda. Sedan dess har tändstickorna förändrats och förenklats tillvaron för oräkeliga människor – både privat och inom industrin.



Fotograf: Telefunken/Tekniska Museet

**PRECIS SOM VI GÖR FÖR DIG!**

På samma sätt kan Nordic Wheels förenkla tillvaron för dig i bilbranschen. Istället för att själva lagerhålla och hantera lösa däck och fälgar till kundbilar, kan du och dina kollegor snabbt och enkelt beställa färdiga hjul i rätt dimensioner på vår webbplats. Förenkla din arbetsdag och lägg tiden på att göra fler affärer istället. Hör av dig till oss så får du ett inlogg för att testa själv.

Välkommen!

**NORDIC WHEELS**

Vi förenklar din däckaffär!



NOTISER

ER Bil ...

... i Nässjö planerar att bygga ut sin nuvarande bilhall och även utöka utomhusytorna för bilutställning. Företaget representerar Honda och Fiat Professional trp och har också en fullserviceanläggning i Vetlanda.

Landrins Bil ...

... inviger snart en ny, exklusiv Nissan-anläggning i Hälla i Västerås. Den blir en av Europas modernaste och väntas öppna i maj som granne till Landrins nuvarande Mercedes-anläggning. Landrins finns i dag också i Avesta, Eskilstuna och Lund och representerar förutom Mercedes och Nissan även Subaru och Kia.

Biluthyrarna förlorade första ronden mot Stim

Upphovsrättsorganisationerna Sami och Stim anser att deras musik offentliggörs i hyrbilar och vill ha betalt för det. Nyligen togs fallet upp i Patent- och marknadsdomstolen och Sami och Stim fick rätt.

– Det är självklart positivt att vi i Sverige har en stark upphovsrätt, men det här är att gå lite för långt. Vi har överklagat domen till Patent- och marknadsöverdomstolen och hänvisat till den lagstiftning som finns från EU-domstolen, säger Biluthyrarnas vd Anders Trollsås.

Enligt EU-lagstiftningen räcker det inte att tillhandahålla tekniska möjligheter att spela musik, vilket gör att Trollsås anser att patent- och marknadsdomstolen i det här fallet har övertolkat lagen. Tidigast i höst lär Biluthyrarna få besked om de får prövningstillstånd eller inte.

# Krav på örnkoll på registren

Ett år kvar innan EU:s nya dataskyddsförordning börjar gälla. Den kommer att kräva en hel del av bilhandeln. Det är hög tid att kavla upp ärmarna och börja förbereda sig.

**FLERA ÄFF**-representanter fanns på plats när Bil Sweden häromveckan höll ett seminarium om nya dataskyddsförordningen. Innehållet kommer att beröra, var så säkra.

Förordningen är ett integritetskydd för privatpersoner, handlar om hanteringen av lagrade personuppgifter. Den är betydligt tuffare än personuppgiftslagen (PUL) som den ersätter 25 maj 2018.

– Men det ser ut att kunna bli en mjukstart under en tvåårsperiod för att anpassa befintliga register, sa advokat Claes Månsson som höll genomgången på Bil Swedens seminarium.

**INTE NOG MED** att det kommer att krävas mer av näringsidkare; påföljden för den som blir påkommen att bryta mot reglerna blir högst kännbar också; miljontals kronor i böter kan utdömas och det är strikt ansvar.

– Myndigheterna har säkert



Det var många som ställde frågor om den nya lagen till advokat Claes Månsson (mitten), tv MRF:s jurist David Norrbohm, th Staffan Boman från SVÅ och Scaniahandlarna.

för avsikt att inledningsvis ”näpsa” några i preventivt syfte, sa Månsson.

Ingen kommer framgent att kunna ha kundregister utan att varje kund har samtyckt, meddelats när ändringar görs eller uppgifterna skickas vidare. Och när helst kunden begär det, ska uppgifterna ändras eller raderas. Det kanske inte ens blir möjligt alls att i systemen ange att en kund exempelvis har hund. Det kommer att krävas att varje företag har en personuppgiftsansvarig, för de större, också ett dataskyddsombud. Och inträffar en incident, måste det anmälas till dataskyddsinspektionen inom 72 timmar.

**SEDAN HANDLAR DET** inte bara om kundregister; den nya förord-

ningen innefattar alla register som mejlflöden, leverantörs- och personalregister. För att inte tala om hur knivigt det kan bli med listor över intressenter/presumtiva kunder.

Naturligtvis kommer datan i bilarnas eCall-system att beröras i allra högsta grad. Hur som helst, blir det en stor administrativ apparat som här bara har berörts med ett skrap. Någon har sagt att om millennieskiftet var it-konsulternas mekka, blir dataskyddsförordningen juristernas mekka.

Branschen kommer att behöva agera samordnat. Hos bland andra återförsäljningsföreningarna och MRF läggs pannor i veck inför uppgiften. Vi får anledning att återkomma. ☺

ICN

## HÄNDER FRAMÖVER

**Maskinexpo**

18–20 maj, Stoxa Stockholm

Fackmessa för entreprenad- och arbetande maskiner, redskap och tillbehör. Läs mer på [www.maskinexpo.se](http://www.maskinexpo.se)

**Framtidens tjänstebil**

19 maj Clarion hotel, Arlanda

Konferens i regi av Dagens Industri för ansvariga för tjänstebilsflottor. Experter och praktiker klargör fakta och diskuterar vägen framåt.

**Assistancekåren/MRF-Bärgarnas förening konferens och årsmöte**

2–3 juni InfraCity, Upplands-Väsby

Nordens största mässa för bärgningsbranschen. Sista bokningsdatum för utställare är 15 april.

**Barcelona International Motor show**

11 maj–21 maj Fira de Barcelona

Den spanska motorsalongen inleds med två dagar med seminarier om autonoma bilar, Connected hub. Sedan följer bilutställning i nio dagar med flera arenor för provkörning, bland annat av självkörande bilar. [www.automobilebarcelona.com](http://www.automobilebarcelona.com)



**Buenos Aires Motor show**

9–20 juni La Rurl, Buenos Aires

Sydamerikas största bilmässa i Argentina. [www.elsalondelautomovil.com.ar](http://www.elsalondelautomovil.com.ar)

**Rally på Museihuset**

1 maj–13 augusti, dagligen, Museihuset i Ljung utanför Linköping 18 augusti–24 september, helgöppet

I sommar är bilsamlaren Göran Nexell gästutställare på Museihuset i Ljung. Han har tagit dit ett 30-tal racer- och sportmodeller i skala 1:43 plus ett antal Opel-modeller. Utställningen fokuserar på de bilar som körts av de svenska rallylegenderna Björn Waldegård, Per Eklund och Stig Blomqvist. [www.museihuset.se](http://www.museihuset.se)



**IAA Cars**

14–24 september, Frankfurt

IAA fortsätter att fokusera på den nya mobiliteten. Vid seminarier under paraplynamnet "New Mobility world" sätts strålkastarljuset på bland annat digitalisering, automatisering och nya mobilitetsbaserade tjänster. Parallellt pågår mastodontmässan med utställare från leverantörsledet – personbilar, motorcyklar, husvagnar, delar och tillbehör samt telematik, produkter för service, reparation, underhåll och mycket mer. [www.iaa.de](http://www.iaa.de)

## Lokal med unikt läge på TROSTA PARK

Trosta Park är en anläggning för fordonsindustrin belägen 4 km öster om Arlanda flygplats. Hit kommer bland annat generalagenter, återförsäljare och leverantörer till eftermarknaden för nylanseringar och tester. Till Trosta Park kommer även de som behöver en förarutbildning i sitt arbete. Förutom den egna verksamheten så har vi fyra fasta hyresgäster hos oss.

Nu söker vi ytterligare en hyresgäst som tillsammans med oss vill vara med och utveckla Trosta Park för framtiden. Vi har en lokal ledig som idag används för teknisk utbildning av mekaniker. Lokalen är på 463 kvm totalt med 2 spegelvända separata lokaler om 224 kvm och 239 kvm som kan hyras ihop eller var för sig.

Ett unikt tillfälle att etablera sig nära Arlanda med tillgång till testbanor utanför fönstret, teknikhallar och möteslokaler för upp till 600 personer.

Kontakta Herman Wistrand  
herman@trostapark.se  
0708-595 112  
[www.trostapark.se](http://www.trostapark.se)



TROSTA PARK



STÖRST PÅ ORIGINAL, USA, VETERAN OCH HUSBILAR [autoglasnorden.se](http://autoglasnorden.se) - 08-583 515 70

## Kraftfullt, träffsäkert och högteknologiskt rikt- och mätsystem



Car-O-Liner erbjuder helhetslösningar som ger perfekta reparationsresultat

- BenchRack – Ett universellt reparationsystem för krockade fordon i längder 4200, 5000, 5500 & 6300
- Car-O-Tronic Vision2 X3 – det mest avancerade, exakta och användarvänliga elektroniska mätsystem på marknaden
- Car-O-Data, världens största informationsdatabas för fordon

Kontakta en säljare för mer information: [info@car-o-liner.se](mailto:info@car-o-liner.se)

Car-O-Liner PO Box 419  
SE-701 48 Örebro Tel: +46 19 30 40 00  
[info@car-o-liner.se](mailto:info@car-o-liner.se) [www.car-o-liner.com](http://www.car-o-liner.com)

# CAR-O-LINER®

## Global åkstol – originalet!

En ergonomisk och bekväm lågstol som skonar och avlastar rygg, knän och vrister. En mjukt fjädrande sits i integralskum, stabilt underrede med fem svängbara hjul gör det lätt att förflytta sig. En praktisk verktygshylla under sitsen, åkstolen kan även förses med ryggestöd för ytterligare bekvämlighet.



Nu  
520.000  
exemplar



Kvalitetsprodukter för industri och verkstad.

# GLOBAL

I. Olsson Försäljning AB, Kristinehamn  
Telefon 0550/165 55 • Fax 0550/158 90  
[www.globalforsaljning.com](http://www.globalforsaljning.com)

### FOLK I BRANSCHEN

#### Ola Borger-näs

är ny vd för Hyundai Bilar. Han har en lång karriär inom bilbranschen där han haft ledande roller på bland annat Scania, Ford och Carsteds Bil. Senast kommer han från rollen som service-marknadschef på Hyundai Bilar.



#### Mikael Cato

har tillträtt som chief digital officer på Scania med uppgift att utveckla, driva och samordna den digitala omställningen. Han kommer från management och it-konsultföretaget Acando där han varit chef för affärsområdet Digital.

#### Bengt-Ove Andersson

har utsetts till ny försäljningschef för Mercedes-Benz Trucks på den svenska marknaden. Han har arbetat som servicemarknadschef för Mercedes-Benz last- och transportbilar under de tre senaste åren och efterträder **Mattias Nilsson** som har lämnat företaget.

#### Anders Brocknäs

har lämnat vd-skapet för BMW group för att bli ansvarig för Norden och Baltikum för Mini. Han efterträds av Petter Nordesjö.



Begagnade bilkedjan Kamux har utsett **Olli Kilpi** till direktör för internationell verksamhet. Han har en lång karriär inom McDonald's i Finland, Sverige och Norge bakom sig. Kamux har expanderat under de senaste åren i Sverige och Tyskland, och målet är att vara den ledande bilhandelskedjan för begagnat i Europa.

#### Morten Westby

har utsetts till vd för KC Motors och Lundqvist Bil & Motor, två bolag inom Miklagruppen. Han kommer närmast från en tjänst som plats- och marknadschef inom Bilvia group Stockholm.

FOTO: RICKARD FORSBERG

## Rejmes möter motstånd

Tage Rejmes vill bygga ut sin anläggning på Stångebro-området i Linköping men får nobben av Linköpings kommun. Koncernchef Gunnar Sanderup tycker att beslutet är orimligt och har överklagat.



Gunnar Sanderup tycker att Rejmes motarbetas av Linköpings kommun.

FÖR DRYGT TVÅ ÅR sedan ansökte Rejmes om att få bygga ut sina nuvarande lokaler för att tillgodose GA:s standard- och kvalitetskrav.

– Vi vill också möta kundernas förväntningar eftersom vi är ett kundvärderande företag. Det ska vara kul och trevligt att besöka oss och kunderna ska känna sig omhändertagna. Det ställer krav på anläggningen, säger Gunnar Sanderup.

Kommunen fick uppskov för byggnadslovs-beslutet eftersom detaljplanen skulle göras om. Rejmes meddelades att området skulle användas till storindustri och där bilverksamhet inte gick in.

Först efter två år fick Rejmes avslag och kommunen konstaterade att Rejmes planerade utbyggnad strider mot detaljplanen – fast nu hänvisar kommunen till att det ska byggas bostäder på området.

– Det är oerhört beklagligt att

kommunen hindrar oss från att utveckla vår verksamhet. Vi är eniga om att Linköping ska växa. Men vi har växt ur våra lokaler och behöver en större yta för att möta upp kraven från Volvo och Renault, säger Gunnar Sanderup.

**NU VILL KOMMUNEN** ha bort alla industrier och företag från området för att anlägga ett bostadsområde. Ett särskilt dotterbolag, med uppgift att köpa upp existerande fastigheter, har skapats. Ordförande i kommunens bygg- och miljönämnd, Gunnar Gustafsson (MP)

hänvisar till ett nytt prejudikat.

Rejmes har enligt Sanderup inte fått något seriöst och vettigt förslag som alternativ som motsvarar dagens läge. I väntan på det har Gunnar Sanderup överklagat avslaget på bygglovet.

– Den verksamhet vi driver kan inte flyttas hur som helst. I dag har vi en stor anläggning på en attraktiv tomt nära kunderna. Det är där vi måste vara för att utveckla och öka omsättningen och lönsamheten. Man kan tycka att kommunen borde uppskatta vår verksamhet mer, säger Gunnar Sanderup. © PL, ME

## Tidig bilfinans lever i välmåga

Kreditinstitutet HoistSpar är en uppstickare som i dag ger en sparränta på plus. Vad få kanske vet är att företaget finns tack vare en driftig bilförsäljare för hundra år sedan.

**HOIST ÄR DET** engelska ordet för hissa, men det ger också en fingervisning om kreditmarknadsbolagets rötter. Så här ligger det till:

Hans Osterman, bilpionjären som öppnade den eleganta bilsalongen vid Stureplan i hjärtat av Stockholm, sålde sina första bilar redan i början på 1900-talet. Från 1915-1916 hade han kontrakt med General Motors och 1918 fick han generalagenturen för Cadillac och Buick. Efter en tid flyttade företaget in i exklusiva Marmorhallarna som byggdes ut i etapper för att alla bilar skulle få plats.

Företaget var också hovleverantör och ibland gjorde kung Gustav V ett besök i lokalerna. Även hans son Gustav VI Adolf var stamkund. I början av 60-talet flyttade företaget från de pampiga men opraktiska lokalerna som blev rullskridskocenter och därefter Systembolagets vinbutik. I dag huserar en amerikansk kaffekedja i delar av lokalerna.

**FÖR ATT FÅ FART** på bilförsäljningen och kunna erbjuda lån, startade Hans Osterman 1908 även Hans



Pampiga lokaler på Birger Jarlsgränd i Stockholm.

Osterman Invest Stockholm, Hoist, och senare dotterbolaget Autofinans.

När företaget fick nya majoritetsägare 1994 kom det gamla namnet tillbaka. I dag är Hoist Finance framför allt ett företag som arbetar med förfallna konsumentkrediter med verksamhet i ett antal länder i Europa. Företaget står under tillsyn av den svenska Finansinspektionen. Styrelseordförande är Ingrid Bonde och vd Jörgen Olsson.

En del av verksamheten är också inlåning från allmänheten och det är här Hoist Finance är mer känd under varumärket HoistSpar. Bland andra aktörer som Seven Days, Marginalen Bank och Svea Ekonomi, som alla omfattas av den ståtliga insättningsgarantin, är HoistSpar med och ger storbankerna en räntematch. I början av året har räntan legat på 1,2 procent vid tolv månaders bindning. © AC

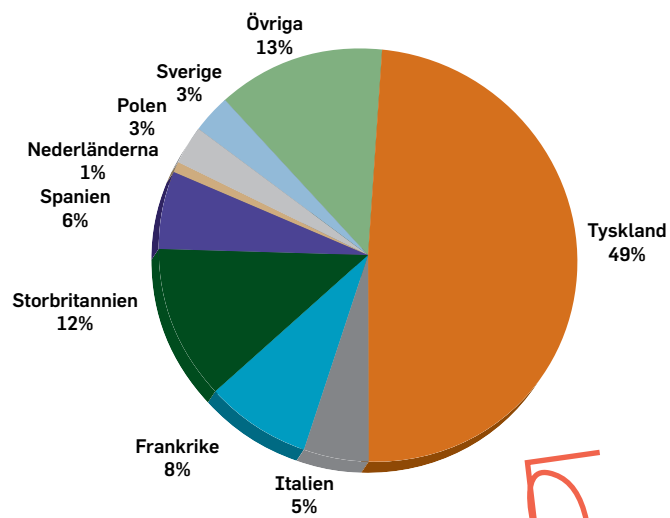
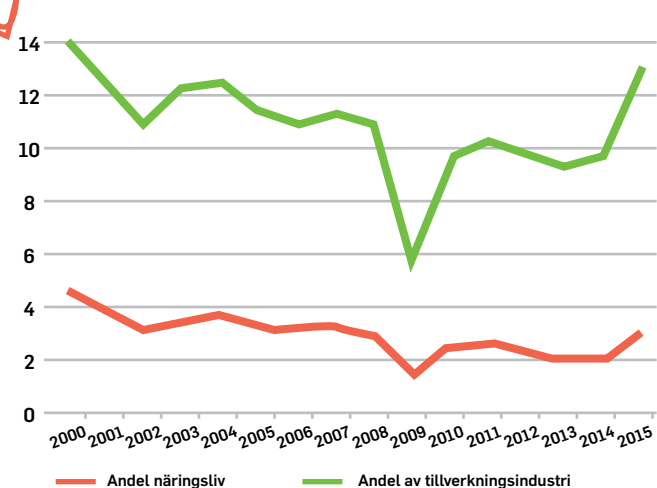
BILDEN KOMMER FRÅN STOCKHOLMSKÄLLAN.SE, STOCKHOLMS STADS PUBLIKA INTERNETARKIV.

STATISTIK

# Så VIKTIG är fordonsbranschen för Sverige

Vår fordonsindustri ger ett väsentligt bidrag till den svenska ekonomin. Av hela tillverkningsindustrin står fordonstillverkningen för ungefär 13 procent. Jobben ger ringar på vattnet; 100 nya jobb i fordonsindustrin ger lika många ytterligare jobb i övriga näringslivet. Det gör fordonstillverkning till den mest jobbskapande branschen.

Källa SCB



## Tillväxtinriktad och investeringsvillig

I DAG ÄR 120 000 personer sysselsatta inom den svenska fordonsindustrin, enligt SCB:s senaste rapport som bygger på mätningar för 2015. I åtta kommuner är fordonsindustrin särskilt viktig för sysselsättningen. Av alla jobb inom tillverkningsindustrin står fordonsindustrin för 41 procent i Olofström. I Södertälje är

siffran 21 procent, Köping 19 procent, Mullsjö 18 procent, Färgelanda 17 procent, Oskarshamn 16 procent, Skövde 14 procent och i Vårgårda 12 procent. Det görs också stora investeringar i fordonsindustrin – 16 miljarder under 2015. Det gör branschen till den med mest investeringar per an-

ställd. Och multipeln på jobb är den högsta inom tillverkningsindustrin. 100 nya jobb leder till ytterligare 100 nya jobb utanför själva tillverkningen. AV HELA tillverkningsindustrin står fordonstillverkarna för drygt två procent och av hela Sveriges ekono-

mi står fordonsindustrin för ungefär tre procent. Det är betydligt mindre än i ett antal andra EU-länder. I Tyskland är motsvarande siffra 49 procent. Storbritanniens fordonsindustri bidrar med 12 procent, I Frankrike är det 8 procent, i Spanien 6 procent och i Italien 5 procent. © AC

**Hög tid att boka in Autogloben**  
Stockholm och Mälardalens viktigaste mötesplats för fordonsverkstadsbranschen  
31 jan – 1 feb 2018

På Autogloben träffar du verkstadsägare, servicemarknadschefer, mekaniker, plåtslagare, lackerare, däck- och reservdelsspecialister. Se till att vara där du också.

Boka monter nu! Maila [autogloben@svenskamassan.se](mailto:autogloben@svenskamassan.se) eller ring 031-708 80 92. Se vilka kollegor i branschen som redan har bokat: [www.autogloben.se](http://www.autogloben.se)

Autogloben 2018 arrangeras av Svenska Mässan i samarbete med FVU (Fordonsverkstadsutrustarna), MRF (Motorbranschens Riksförbund) och DRF (Däckspecialisternas Riksförbund).



## Hur många bitar tål vår kaka att delas i?

UNDER ETT PAR dagar har jag fått så många pressmeddelanden från digitala aktörer, mellanled som vill ta del av bilbranschens kaka, att jag knappt hunnit skumma innehållet. Jag har lagt alla, för senare genomläsning, i en mapp som jag har döpt till "Profitörerna", de må förlåta.

Detta är ju inget nytt; för ett par år sedan gjorde vi en genomlysning av systemleverantörer som mäter, jämför, rejtar och analyserar under huvudrubriken "Välgörare eller snyltare?"

DET NYA ÄR att marknaden fullständigt har exploderat av dem. Alla vill förstås att vi ska skriva om dem så de når er, våra kärnläsare. Några har vi nu och då också nämnt här på sidorna, ibland som ett nytt fenomen på marknaden, ibland för att vi bedömt tjänsterna som vettiga.

MEN NU ÄR de så många att det börjar kännas som tidsspill att sätta sig in i deras syften och eventuella värde för er; textinnehåll tarvar oftast koncentration och energi att harva sig igenom och värdera, även det som senare ratas med besked. (Är det fler än jag som upplever att det blir allt fler saker att förhålla sig till och vara vaksam mot?)

MEN, NÄR DET gäller drivan av nya utmanar-aktörer i vår bransch – de är ju också företagare. Konkurrensen är fri och en del har bra tjänster som sparar tid och pengar åt er (och kunderna). Många startar priskrig. En del är lyckosökare. Alla ska ha sin provision och hur mycket de skär av den totala kakan är svårt att uppskatta (hotellbokningssajterna lär omsätta 22 procent av övernattningsintäkterna).

Utän tvivel sätts branschen i gungning.

NÄR FUNDERINGARNA får fladdra fritt tänker jag att inga av dessa företag hade funnits om det inte i grunden hade funnits en produkt som det gick att ta på – bilen. Och så gott som alltid, när jag försöker grotta mig ner till källan i branschproblematiska spörsmål, hamnar jag hos dem som tillverkar bilarna. Det är alltid där makten ligger.

Få fristående privatleasingaktörer till exempel, kan konkurrera med bitillverkarnas subventionerande erbjudanden.

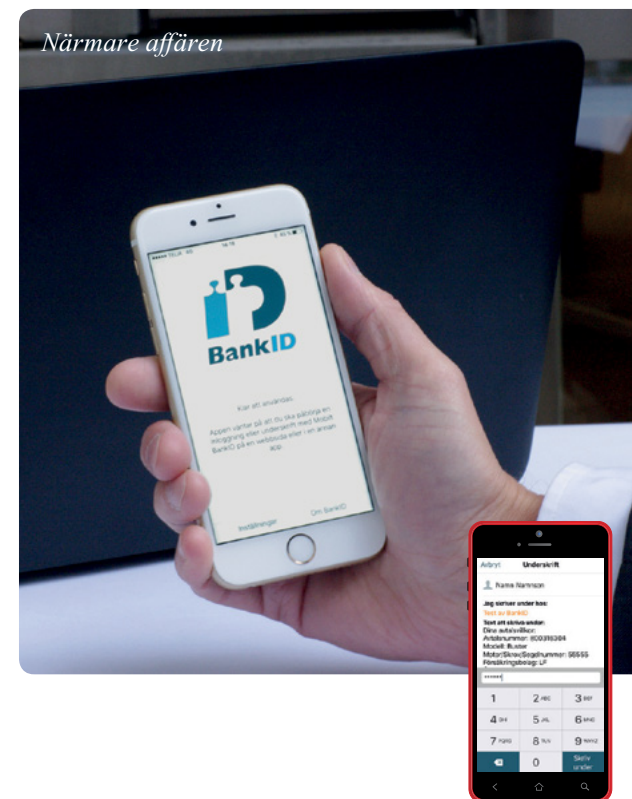
SOM TIDNING ÄR vi männe också en slags snyltare. Även återförsäljare kan väl ses som det av fabrikena.

Dock, knappast verkstäderna som utför ett hantverk som alltså måste göras. Men tillsammans kan branschen utmana och det är roligt att kunna berätta om att bilhandlarna också gör det i marknadsplatsen Wayke som vi skriver om på sidan 24 i det här numret.



**"Alla ska ha sin provision och utan tvivel sätts branschen i gungning"**

Ing-Cathrin Nilsson är chefredaktör för Motorbranschen



## E-signering tryggt med Mobilt BankID

Vi erbjuder dina privatkunder möjligheten att e-signera sina avtal hos oss med Mobilt BankID.

E-signering är ett tryggare och enklare sätt att göra affärer. Dessutom minskar det pappershanteringen för både dig och kunden. Vi ser gärna dig som framtida partner inom bilfinansiering. För nästa steg, ta kontakt med oss för ett personligt möte.

Du når oss på:	Våra öppettider:
Telefon 08-635 38 85	Måndag–fredag 9.00–19.00
<a href="mailto:bilinfo@wasakredit.se">bilinfo@wasakredit.se</a>	Lördag 11.00–16.00
<a href="http://www.wasakredit.se">www.wasakredit.se</a>	Söndag 11.00–15.00

Wasa Kredit

08-635 38 85 | [wasakredit.se](http://wasakredit.se)

# Västeråshandlarna i mangrann skara



**NÄTET ÄR KONKURRENTEN.** Aros Auto får konkurrens på Västerås-marknaden när även Björkmans Bil börjar sälja Kia senare i år, men vd:n Bengt Egenesund menar att konkurrensen om bilköparna snarare finns på nätet. Eftermarknad och service blir kanske tuffare, men Bengt spottar i nävarna och kör på.

**I** år kom uppemot 6 000 besökare när MRF-handlarna i Västerås arrangerade sin bilmässa för åttonde gången – en ojämförlig svit av år. Ett hundratal nya bilar, varav flera hade premiär, visades i bandyhallen.

– Spekulanterna får möjlighet att känna och klämma på många bilar utan att behöva åka runt mellan olika handlare. De kan enklare skapa sig en uppfattning om vilken bil som bäst passar behoven, säger Börje Hultin, distriktschef i MRF Västmanland.

– Handlarna är visserligen konkurrenter, men när det gäller våra samarbeten är vi mer kollegor här. Vi ser det som en ren service som gynnar alla i slutändan.

För andra gången fick även tunga lastbilar synas i år.

– Bilarna är i fokus den här dagen, men det är många andra aktörer som hör av sig och vill sälja det ena och det andra – men där säger vi nej.

Musik och tävlingar arrangeras från en centralt placerad scen, och ungdomar från lokala VSK Bandy håller i allt från baskettävlingar och bordtennis till körning med radiostyrda bilar. I år fanns även Barncancerfonden på plats.

– Hela familjer kommer till vår tillställning. Det är ett framgångsrikt koncept som dessutom ordnar mer spring i bilhallarna veckan efter, avslutar han.

TEXT & FOTO **BO LUNDEVANG**



**ÖKAD MAXVIKT OROAR KUNDERNA.** Gustaf Linder från Auto-Centrum stod parkerad intill konkurrenten och branschkollegan Jan-Erik Eriksson från Arver Lastbilar, deras fordon var tillsammans med Wist Last & Buss och räddningstjänsten utomhusdelen av mässan. Båda är tveksamma till den nya lagen om bärighetsklassen BK4 som går igenom första juli, vilket öppnar för 74 ton tunga ekipage jämfört med tidigare 64. "Lagen är inte verklighetsförankrad. Många vägar är inte gjorda för det, framför allt inte småvägarna ute i skogen där många timmerbilar ska köra", säger Gustaf.



**TVÅ SOM SYNS OCH HÖRS.** Stephan Ellefors, vd och platschef på Björkmans Bil, har redan många bilmärken under sitt paraply, men adderar Kia som företaget sedan tidigare säljer genom anläggningar i Dalarna. En helt ny anläggning byggs nu. "Jag tror vi kan samsas om märket med Aros Auto. Vi blir två som syns och hörs, och det är ett starkt märke", säger han.

**CERTIFIERINGEN ÖPPNAR FÖR NYA MÖJLIGHETER.** Edströmskas fordonsutbildningar är en av fyra skolor som ingår i pilotprojektet Motorbranschcollege. Det handlar förstas om kompetensförsörjning för framtiden. "Vi vill förbättra oss och höja kvaliteten, och närma oss branschen ännu mer", berättar biträdande rektor Christian Eklund.



**HONDA BYTTES MOT HYUNDAI.** Ove Andersson Bil slutade sälja Honda för ett par år sedan och nu hänvisas kunderna till Eskilstuna några mil bort. Det krympande märket ersattes nyligen med Hyundai som Ove Andersson tog över efter Landrins Bil. "Vi har redan 2 000 Hyundaiägare i området som vi bjudit in och verkstaden har fullt upp. Vår verkstad är inte längre kopplad till Mekonomen, vi har fullt upp med Mazda och Hyundai", berättar vd Per Andersson.

# "DRAGKROK, NAVI OCH DET BÄSTA LACKSKYDDDET!"

Nuförtiden är det ju vanligt att kundens lista över options till nya bilen, inte bara innehåller sånt som läderklädsel, navi och 20-tumsfälgar. För många beställer nu också sin lackytskyddsbehandling redan innan leverans. Men medan det är viktigt för kunden att få exakt rätt modell på fälgar, däck, takbox, mm, kanske man inte tänker på precis vilket lackskydd man vill ha. Lackskydd som lackskydd? Men det stämmer faktiskt inte.

Vi gav Statens Provningsanstalt\* i uppdrag att jämföra senaste versionen av vår egen produkt FormulaU™ med 13 av marknadens mest kända produkter för lackskydd, i ett vetenskapligt laborerietest. Resultatet visade att produkterna från MrCAP helt enkelt var överlägsna vinnare. Det framkom också att det skiljer väldigt mycket mellan den bäst och den sämst presterande produkten.

MrCAP kan inte bara leverera marknadens bästa lackytskydd, vi kan också vara din partner när det gäller att få själva jobbet gjort. Vi har sedan länge flera olika samarbetsformer med ett antal bilföretag.

Dom säger att vi är bäst!

Välkommen att besöka vår hemsida så får du veta mer.

**Mr. CAP**  
The Car Appearance & Restyling Experts

www.mrcap.com • info@mrcap.com

\* Senare Statens Tekniska Forskningsinstitut, nyligen namnändrat till RISE Research Institutes of Sweden är ett internationellt företag med bl a Svenska Staten som ägare. Verksamheten avser bl a teknisk utvärdering och verifiering, med omfattande resurser i form av laboratorier och testanläggningar. De är även ackrediterade för ett stort antal metoder och standarder och granskas av Swedac.



# Vi bygger er bilhall

Funderar ni på en ny bilhall? Börjar era befintliga utrymmen bli för små? Vi har lösningen! Storlek och design på er nya byggnad anpassas helt efter era aktuella krav och behov. Byggnaden kan även anpassas så att den enkelt kan utökas vid kommande expansioner.

Hos oss på Temahallen finns såväl teknisk kompetens som lång erfarenhet av hallbyggen. I över 30 års tid har Temahallen tillverkat och levererat hallbyggnader i Sverige, Danmark och Norge. Med fokus på effektivitet, hög kvalitet och kundernas behov, har vi utvecklat ett vinnande koncept med svensktillverkade hallbyggnader med lång livslängd. Huvudkontoret och produktionen av våra stålstommar finns i Vinslöv i Skåne.

Temahallens specifika kunskap om just bilhandelns behov innebär att vi kan delta i ert byggprojekt oavsett om ni befinner er på tankestadiet eller redan står i begrepp att bygga en bilhall.

**Vi ser fram emot att ni kontaktar oss för kostnadsfria design- och prisförslag, om ni har funderingar kring nybyggnation, eller om- och tillbyggnader!**

henric.martell@temahallen.com 073-800 83 70 | sveng.wiklund@gmail.com 070-555 19 46



## Temahallen

Årets företagare 2016 Hässleholms Kommun!

# Säljer bilar på teckenspråk

**Jimmy Persson**, Perssons Bil, satsar på hörselskadade.

**Ni har setts annonsera om att ni har teckenspråkig personal, är det ett försäljningstrick?**

– Absolut inte, det är mer en upplysning för alla som är hörselskadade. Att hos oss behöver man inte ha med någon tolk för att köpa bil eftersom vi är tre i personalen som kan teckenspråk. Du ska veta att det är jättesvårt att få tag i en döv-tolk.

**Hur länge har ni haft detta i er marknadsföring?**

– För cirka sju år sedan skrev jag det på vår hemsida och sedan har vi även gått ut med det i annonser.

**Har det genererat fler kunder?**

– Informationen på hemsidan gav effekt. Många av våra kunder har denna funktionsnedsättning och vi hjälper dem inte bara med bilköpet utan också med mycket annat. Många hörselskadade har svårigheter som vi hörande tar för givet. Många kan inte läsa heller och förstår till exempel inte hur försäkringspremien fungerar, att den kan vara dyrare i Malmö än i Svedala och så vidare. Där hjälper vi till.

**Det var generöst! Tar ni inget betalt för kringtjänsterna?**

– Nej, det här gör vi helt ideellt. Hörselskadade har det tufft på många sätt och behöver stöd från oss som hör. Vi gör det inte för egen vinnings skull.

**Hur kommer det sig att tre av er kan teckenspråk?**

– Min bror Tommy, som också arbetar i företaget, blev döv som liten och därför kan han, jag och min far, som äger företaget, tecken-



Här lyfter tekniske chefen Anders Norén en språkfråga.

### JIMMY PERSSON

**ÅLDER:** 54.

**GÖR:** Vice vd på Perssons Bil i Svedala.

**KARRIÄR:** Började arbeta deltid som mekaniker i pappa Per Perssons bilfirma efter gymnasiet. Efter några år blev det heltid och för många år sedan lämnade han verkstadsgolvet för att bli vice vd med ansvar för inköp och försäljning.

språk. Många av våra kunder med hörselskador kommer från hans umgänge. Några har också arbetat i firman i perioder och då har vi varit flera som talat teckenspråk.

**Finns det fler bilföretag med denna kompetens?**

– Jag skulle tro att vi är ganska ensamma om detta.

**Har ni kunder från hela Sverige?**

– Nej, man köper nog helst bil i sin närmiljö. Men många hörselskadade ringer hit, via dövtelefon, för att få råd i olika bilfrågor, de vet ju att vi har specialistkunskap.

**Får alla hörselskadade köra bil?**

– Ja, om de klarar uppkörningen, så är det inga problem. För i tiden var man tvungen att ha en varningsskylt med tre svarta punkter på bilen som betydde att den som körde var döv. Nu har man slopat det, vilket jag tycker är synd. Jag tror det är bra om andra bilister vet om att föraren i just denna bil inte hör.

**Har ni planer på att göra större väsen av er nisch?**

– Nej, inte direkt men i samband med att vi bygger om vår hemsida framöver kommer jag nog att ta upp ämnet igen. ☺

# Nyhet! Transportbil +



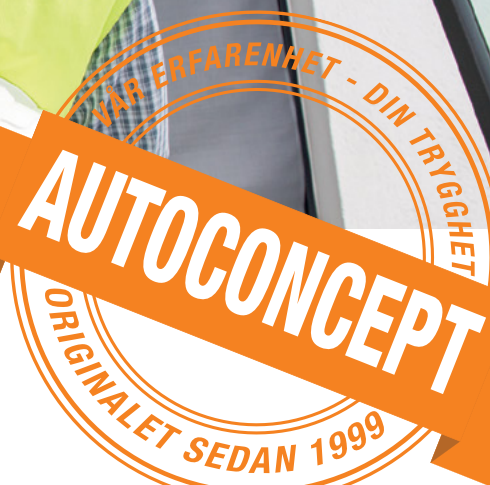
Hyrbil ingår



Vägassistans ingår



Nyckelförsäkring ingår



## "Stannar bilen - stannar företaget"

För en hantverkare är transportbilen en rullande verkstad som aldrig får stanna. Detsamma gäller alla som jobbar med servicetjänster och viktiga transporter. Vi på AutoConcept håller bilarna rullande. Är oturen framme ingår vägassistans, hyrbil samt nyckelförsäkring och din kund är snabbt på vägen igen. Stärk dina kundrelationer till en köpstark kundkategori som byter bil ofta, med marknadens vassaste transportbilserbudande.

**Kontakta oss så berättar vi mer!**



Kompetent lastäsna som finns i många varianter.



### Klarar många jobb

Värstingen i Isuzus nya pick-up-familj, AT 35, har tagit sig över isen till Sydpolen. Sådana äventyr är kanske väl vådliga för de beskedligare modellerna, men nog är de lämpade för många olika transportjobb. Pick up:en drivs av en 1,9 liters diesel på 164 hk, finns med enkel- eller dubbelhytt och med tre flaklängder från 1,55 till 2,3 meter. Utrustningsalternativen är omfattande: flaken kan förses med kåpa eller rolltop och förarhytten går att inreda till ett lyxkontor. Dragkrok är standard i vissa versioner och bilen får släpa 3 500 kilo.



Ett skumlager inuti däcket ska minska oljud.

### Skum sänker buller

Med Goodyears nya sommardäck ska bilen rulla betydligt tystare, lovar tillverkaren. Inuti däcket ligger ett lager av polyuretanskum med öppna celler. Detta ska minska de resonansljud från däcken som orsakas av luftvibrationer och som överförs till hjulupphängningar och kaross. Skumlagret är lätt och ska inte påverka däckens slitstyrka, rullmotstånd eller övriga egenskaper. Tekniken, som kallas SoundComfort, finns i 23 olika däckdimensioner. Tidigare har även Continental presenterat däck med liknande teknik.

Kias första stora kombi Optima blev bäst i klassen.



### Storslam för Kia

Inte mindre än tre modeller från Kia har fått pris i den prestigefyllda design tävlingen Red Dot award. Kombin Optima Sportswagon fick priset "Best of the best", Rio och Niro vann i sina respektive klasser. Allt som allt har Kia vunnit arton gånger i Red Dot award. Tävlningen, som arrangeras av Design centre of North Rhine-Westphalia i Tyskland, har hållits sedan 1955 och omfattade i år 5 500 produkter som bedöms i tre designkategorier – produktdesign, kommunikation och koncept. Juryn består av 39 designexperter från hela världen.

Färgen Soul Red Crystal lackas i tre lager och får lyster av små aluminiumflagor.



### NYKOMLING MED GLÖD

Lackad med en ny metod, i en glödande djupröd färg, introduceras andra generationen av Mazda CX-5. Karossen har fått lite mer svepande linjer med bakåttvättade A-stolpar och sänkt tak men längden har inte förändrats mycket. Interiören är omdesignad och moderniserad med bland annat head up display på vindrutan. Bakluckan har fått elektrisk öppning och kan fjärrstyras. Två bensinmotorer och en diesel finns till förfogande och den som inte gillar färgen Soul Red Crystal har åtta andra kulörer att välja mellan.



Ler mot hela världen

Ett av bilvärldens bredaste leenden blänker i fronten på VW Arteon. Den långsträckta kupén ersätter VW (Passat) CC. Yttermåten har krympt lite men axelavståndet är hela 13 centimeter längre än på föregångaren. Benutrymmet i baksätet är överdådigt och även lastutrymmet har vuxit med

några liter. I Sverige finns Arteon med tre motorer, på mellan 190 och 280 hästkrafter. Alla hänger ihop med DSG-låda och fyrhjulsdrift är standard i alla modeller. Förutseende kurvlykt ingår i assistanssystemen. Det styrs av en kamera och GPS-system och tänds innan bilen svänger in i en kurva.



Nya Volvo XC60 har drag av sin storebror XC 90.

### Säker svensk succé

I april började produktionen av nya XC60 i Torslanda – "en av de säkraste bilarna som någonsin har tillverkats", enligt Volvo. Efter nio år är nästan en miljon producerade bilar har XC60 förnyats från grunden. Karossen har blivit lägre (5,5 cm) och längre (4 cm) och hjulaxlarna har dragits isär (9 cm). Vindrutan lutar i en brantare vinkel och motorhuvu är mer utsträckt. Nya säkerhetssystem hjälper föraren undvika olyckor. Bilen styr exempelvis själv undan om den riskerar att krocka med en mötande eller en bil i döda vinkeln.

Alpvägarna är en lätt match för Alfa Romeo Stelvio.



### KÖRGLÄDJE på hög nivå

Ett av Europas mest krävande bergspass har fått låna sitt namn åt Alfa Romeo Stelvio som har utvecklats för att kunna köras både högt och fort. Alfas första crossover baseras på Giulia men taket har höjts över två decimeter. De "folkliga" motorerna som erbjuds är en tvåliters bensinturbo på 280 hk och en 2,2 liters diesel på 210 hk. Toppversionen, med tillägget Quadrifoglio, får en V6:a med dubbelturbo och 510 hk. Fyrhjulsdraft är standard och bilens karaktär går att variera med fyra körprogram.

# Nytankat



## Laddkoncept

Elbils-laddningskoncept Evtink erbjuder hårdvara, uppkopplad mjukvara samt servicetjänster, installation och underhåll av elinstallatörer. Förutom hemmaladdare finns parkeringsladdare och snabbaddare för offentliga parkeringsplatser. Väggboken för hemmaladdning sågs vara snabb, säker och tålig. Priset för laddaren ligger på cirka 8 000 kronor (måste köpas via en elinstallatör och installeras av behörig elektriker).

## Bra-att-ha-verktyg

Det är ju inte precis säsong, men vintertid brukar det ju alltid finnas någonting som behöver tinas, om inte annat hänglåset till däckcontainerna. Då kan det här värmeverktyget med bajonettfattning från Sieveri monteras på en 2000-tub. Nya Powerjet 2535 är ergonomiskt och prisbelönt för sin design i tävlingen Red Dot. Priset, inklusive moms, ligger runt tusenlappen



## Förebygg stöld!

SmartDNA från SafeSolution är en unik stöldskyddsmärkning, hämtad från växtriket, som omöjligt kan förstöras eller tvättas bort, men som syns med ett speciellt ultraviolettt ljus. Vätskan penslas på exempelvis fordon, maskiner, verktyg och andra värdesaker som ett brottsförebyggande skydd. I kittet, som kostar 768 kronor plus moms, ingår dekalering på flera storlekar som informerar presumtiva tjuvar att produkterna är märkta. Du registrerar själv vilka produkter du har märkt och polisen får goda möjligheter att fastställa ägandet vid beslag hos hälare och kriminella.



## Ny sprutpistolsvätt

Den kompakta sprutpistolsvätten från Hamach lovar en ren och torr sprutpistol, fri från vattenbaserade färgrester på några sekunder med tre moment – blåsa, spola och torka. Integrerade dunkar i rostfritt stål. Fram till 30 juni är priset 8 900 kronor exkl moms, därefter 9 800 kr.



## Anti-stöldsystem

När den här reglagekontakten monteras mellan bromsarna kommer ingen obehörig att kunna köra i väg med fordonet, inte ens med kopierad nyckel eller tjuvkoppling; efter fem sekunder slår alla fyra bromsarna till. Det krävs en fjärrkontroll med personlig kod för att låsa och låsa upp. Både för personbilar och tunga fordon. Produkten, som säljs av STT Scandinavian, heter G-367RA och kostar runt 9 000 kronor plus moms och montering.



## Ny teknik för lack

Axalta utökar sitt surfacer-program med nya snabbtorkande slipgrunder för plåtrens ytor från Cromax, Spies Hecker och Standox. Genom ny teknik kan vidhäftningsprimern ersättas av torkdax. Starkare yta och ultrasnabb torktid utlovas. Rekommenderat pris för primern är 450 kr plus moms.

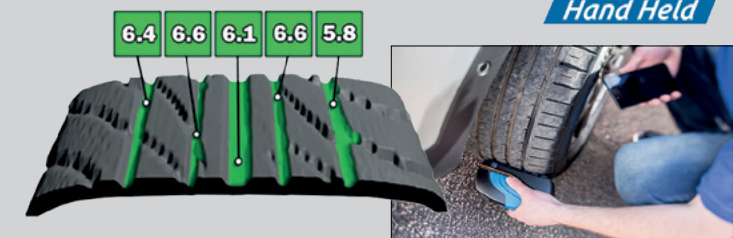


## Crème-de-la-crème

Svenska Halda, kända för sina skräddarsydda watch-klockor, har tänjt på gränserna när de konstruerat sin senaste superavancerade race pilot-klockan som hjälper förare och team att hålla koll på prestandan. Handgjorda Race Pilot Trackmaster visar "predictive lap timing" och beräknar efter loppet bland annat varvtid för varje varv, topphastighet och maximal lateral G-kraft, plus en mängd andra bonusuppgifter. Levereras i en handgjord trälåda med en dockningsstation i en rem i naturgummi samt två klockmoduler, en digital och en mekanisk. Finns i flera utföranden för priser mellan cirka 57 000 och 270 000 kronor.

# NYHET

## Mönsterdjups scanner.



För snabb och enkel 3D diagnos av mönsterdjup och förslitningsstatus på däck. Mäter med en upplösning av över 20 000 punkter och ger mycket förklarande 3D bild av däckets kondition. Efter mätning kan man skriva ut eller maila en utförlig statusrapport direkt till kund. Kommunikerar med Wi-Fi. Levereras tillsammans med läsplatta i verkstadstältigt skydd samt förvaringsväska med laddare.

## NÄR DET GÄLLER VERKSTADSUTRUSTNING



FRÅN ENSTAKA OBJEKT  
TILL TOTALLÖSNINGAR  
RIKSTÄCKANDE SERVICE  
ACKREDITERAD  
KALIBRERING



## NÄR DET GÄLLER KALIBRERING-SERVICE



## Helautomatisk kalibrering av momentnycklar.

Nu förstärker vi helhetsgreppet gällande kalibrering, service och verkstadsutrustning för fordonsverkstäder och har investerat i helautomatisk kalibreringsutrustning.

Från och med vecka 10 2017 klarar vi även att kalibrera elektroniska moment- och vinkelnycklar typ 714R, 713R och 730D från Stahlwille och liknande momentnycklar.



# CARPART

## AUTOMOTIVE PARTNER

SINCE 1987

0510-88 490 • info@carpart.se • www.carpart.se

# Nu tar bilhandeln nätförsäljningen I EGNA HÄNDER!

MRF:s bilhandelssektion startar Wayke som ett samarbetsprojekt för alla bilhandlare. Pränta in namnet – Wayke blir en digital marknadsplats som sjösätts i höst. En jättesatsning och en milstolpe i svensk bilhandelshistoria.

TEXT ROLAND WIRSTEDT / FOTO THRON ULLBERG, ANNA REHNBERG M FL

**F**ör inte så många år sedan stod Sveriges banker inför problemet att kunder behövde en enkel tjänst för att överföra småbelopp i ett kontantlöst samhälle. Ett ovanligt samarbete inleddes mellan alla banker som normalt sett är konkurrenter, och resultatet blev Swish som få vill vara utan i dag.

På samma sätt har nu svensk bilhandel formerat sig för att skapa kundnytta och mer attraktiva funktioner på begagnatmarknaden. Dessutom är det i dag allt viktigare att ha koll på sina kunder även i den digitala världen, och utveckla presentationen av varor och tjänster.

– Just nu är det väldigt många aktörer som försöker kliva in och få tillträde till kundflödet inom bilhandeln – försäkringsbolag, finansbolag och andra aktörer som använder sig av våra ”rävaror” och våra kunder. Om bilhandeln själv kontrollerar kundinformationen kan den göra mer personliga och relevanta erbjudanden till

sina besökare på webbplatsen, säger MRF:s vd Tommy Letzén.

Att dela kunddata med fabriker och importörer tycker nog de flesta i branschen är okej, men inte att dela den med stora tredjepartsaktörer som säljer datauppgifterna vidare, eller tar betalt av oss en gång till.

– Vi vill inte hamna utanför informationsloopen och reduceras till leverantörer av en stapelvara. Därför gör vi den här kraftanstängningen, i en tid då kundernas köpresor så tydligt startar utanför showroomen. Undersökningar visar att spekulanter ofta besöker ett 30-tal olika digitala sajter innan de kliver in i en fysisk bilhall, säger Tommy Letzén.

**DET ÄR EN SATSNING** i branschen utan tidigare motstycke och på en nivå som MRF under sin levnad knappast varit i närheten av tidigare.

Tommy Andersson, avgående ordförande i MRF:

– Det är en seriös satsning som kommer att finansieras via Föreningen Svensk Bilhandel, en organisation bestående av bilhandlarna inom MRF, till hundra procent. MRF är neutralt och arbetar för branschens bästa så ingen behöver misstänka att hans eller hennes företag blir fördelat eller att något annat gynnas. MRF ska fungera som en trygghet med sitt varumärke och goda rykte för att den seriösa bilhandelns intresse tas till vara.

Tommy Andersson beskriver det som att Wayke ska vara en handelsplats för branschen av branschen utan något uttalat vinstintresse.

Trots att MRF har flera systerorganisationer i övriga Europa, där medlemsföretagen brottas med liknande problem, finns ingen förebild; det svenska förbundet gör ett pionjärbete när man tar en aktiv roll i begagnathandeln.

– Vi utgår från vad vi har saknat när vi bygger den nya marknadsplatsen, säger Tommy Andersson.



Vd:n Tommy Letzén och förre ordföranden Tommy Andersson skriver MRF-historia.

”IDÉN TILL WAYKE  
KLÄCKTES INOM  
VOLVO-SFÄREN”

”DET ÄR EN  
SATSNING I  
BRANSCHEN  
UTAN TIDI-  
GARE MOT-  
STYCKE ...”

Janola Gustafson,  
vd för Volvohand-  
larföreningen som  
startade projektet.

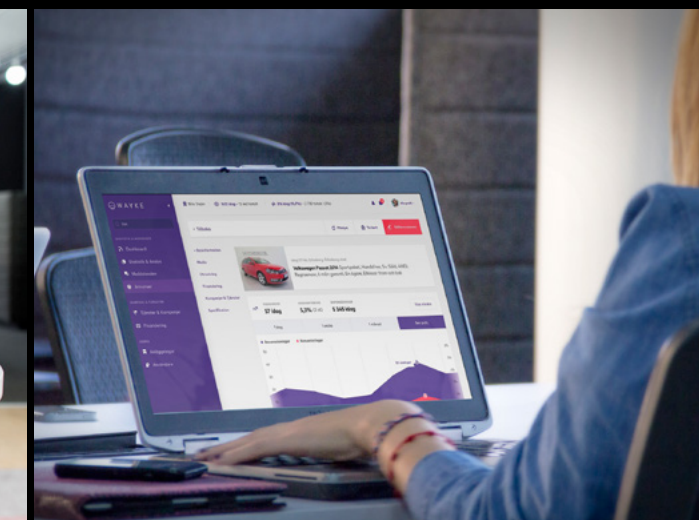




"HANDLARNÄ KAN SJÄLV VÄLJA VILKEN REKLAM SOM SKA SYNAS TILLSAMMANS MED DERAS BILANNONSER"



Plattformen Wayke är riktigt skarp med många innovativa lösningar.



**HAN TROR ATT JUST** begagnade bilar kommer att vara nyckeln i svensk och internationell bilhandel och pekar på den starka trenden när det gäller privatleasing. Bilar som kommer tillbaka ganska snabbt efter att ha varit uthyrda i två, tre år och som ska finna nya ägare.

Tommy Andersson är optimistisk angående Wayke. Framför allt därför att initiativet kommer från de två största handlarföreningarna i Sverige – Volvos och VW-gruppens. Tillsammans utgör de ungefär hälften av all bilhandel i landet. Med stöd av MRF har de båda föreningarna varit med och drivit och satsat pengar i start-up-företaget som bygger en marknadsajt, som just nu testas av en större grupp handlare. Även övriga bilhandlarföreningar med andra varumärken är informerade och har ställt sig positiva.

– Ska Wayke över huvud taget ha en chans måste bilhandlarna välja att lägga ut sina bilar på sajten. Sedan gäller det att få med övrig bilhandel, de som inte är organiserade i MRF, och locka in privatpersoner, säger Tommy Andersson.

Idén till Wayke kläcktes förra våren inom Volvo-sfären. En av nyckelpersonerna är Janola Gustafson, vd för Svenska Volvohandlarföreningen och styrelseledamot i Volvo-finans bank

– Vi såg hur både vårt försäkringsbolag Volvia och vår bank tappade marknadsandelar på begagnatsidan. Och från handelns håll såg vi möjligheter att kunna göra mycket mer av begagnataffären om vi kontrollerade informationsflödet, säger Janola Gustafson. →

**DET VAR INTE SVÄRT** att få med Volvohandlarna på idén att starta en egen marknadsajt eftersom det finns ett gravt missnöje med den rådande monopolsituationen. Men för att få ett riktigt tryck på webbplatsen beslöt Volvohandlarföreningen att försöka skapa en marknadsplats som gynnar hela Bilsvrige.

Janola Gustafson tog kontakt med både MRF och Scania Volkswagen återförsäljare (SVÅ), som tyckte att det här lät väldigt bra, och i vintras kom parterna överens om att finansiera utvecklingen av mjukvaran och



tekniken i ett separat teknikutvecklingsbolag. Tanken är att Wayke ska lanseras under hösten 2017.

Janola Gustafson poängterar att tillverkaren Volvo Car Sverige är högst delaktiga i vad som pågår inom begagnathandeln och lanseringen av Wayke.

– Volvo ser positivt på utvecklingen och tror att en starkare begagnatförsäljning genom

Wayke i sin tur kan innebära att nybilsförsäljningen får draghjälp, säger Janola Gustafson.

Han tror att den stora utmaningen ligger i uthålligheten och att ge den här gemensamma satsningen den tid den behöver.

– Klarar vi bara det, så klarar vi allt det andra.

**WAYKE FINANSIERAS** med hjälp av gamla fastighetstillgångar. När Bilverkstädernas riksförbund och Sveriges Automobilhandlarförbund gick samman och bildade Motorbranschens riksförbund (MRF) 1960, hade Automobilhandlarförbundet tillgångar som investerades i en fastighet och lades i Föreningen Svensk Bilhandel, som utgörs av medlemmarna i MRF:s bilhandelssektion.

Föreningen Svensk Bilhandel är den organisation som möjliggör satsningen i Wayke.

**TILL UTSEENDET** ska Wayke mer se ut som Hemnet än som Blocket är det tänkt. Med dagens ständigt förfinade algoritmer kan marknadsplatserna göras allt mer personliga.

På motsvarande sätt som streamingsajten Netflix skapar flera hundratusen personligt utformade välkomstsidor varje dag ska även Wayke försöka bli mer relevant för varje kund och dennes intressen. Det ska bli lättare för kunderna att hitta rätt i floran av bilar och därmed snabbare komma till avslut. Handlarna kan själv välja vilken reklam som ska synas tillsammans med deras bilannonser.

För att öka engagemanget för hemsidan ska

Wayke även bjuda på bilartiklar och tekniska nyheter, kunna tipsa om drömbilen. Det finns även tankar om att skapa ett chat-forum, göra det möjligt att hålla bilauktioner eller att få hjälp att sälja sin privata bil. ☉

#### Det har gått fort

Teknologisk utveckling betecknas i dag som den enskilt viktigaste faktorn bakom välståndsutveckling. Projektet Wayke har utvecklats på kort tid. Så här ser tidsaxeln ut:

**December 2016** Wayke initieras som ett start-up-projekt.

**Våren 2017** Produkten visar på önskad funktionalitet och ett behov av att skapa ett marknads-bolag blir prioriterat.

**Mars 2017** Föreningen Svensk Bilhandel fattar ett principiellt beslut att gå in som finansiär och juridiska frågor börjar bearbetas.

**Maj 2017** Ett bolag som ska äga Wayke marknadsbolag bildas och planerar för att dela ut aktierna i bolaget till medlemmarna i MRF:s Bilhandelssektion.

## En början utan slut ...

**En av utvecklarna bakom Wayke är Pär Bäck. Han är entusiastisk över skapelsen. "I första versionen har vi fokus på begagnathandeln, men Wayke är större än så; jag ser det som att vi bygger en innovationsplattform, ett verktyg för bilhandeln att skapa nya digitala affärsmodeller".**

**PÄR BÄCK HAR** lång erfarenhet både från retail och bilindustrin. De senaste åren har han och kollegan Per Anell drivit ett start-up-projekt som bygger på ibeacon-tekniken, där kundernas handelsmönster kartläggs och analyseras för att ge dem en bättre och mer personlig köppplevelse i butik.

Som exempel: När du som konsument står framför jeanshyllan sänder en ibeacon ut en signal till din iphone om att du får 20 procents rabatt på dina favoritjeans.

Men efter många år i Volvo-sfären, bland annat hos Volvo Lastvagnar, Volvos handlarförening och som it-chef hos Bilia, har Pär Bäck varit flitigt efterfrågad av hela bilbranschen.

**INGÅNGEN TILL** Wayke var ett uppdrag där Pär Bäck var med om att utveckla en konsumentapp, som gör det möjligt att ha koll på och sköta bilekonomin via en smartphone.

Som en sorts fortsättning på den tanken blev han tillfrågad att skissa på en digital tjänst mot slutkonsument. En tjänst som skulle fungera i en värld med traditionellt bilägande, men även med carsharing och privatleasing.

Pär Bäck tanken togs vidare till Volvohandlarna, som också tänkte på idén, men tyckte att den borde användas inom hela bilbranschen och inte bara i Volvo-leden.

Tanken om att skapa ett unikt samarbete inom svensk bilhandel med MRF som neutral nod och projektet Wayke såg dagens ljus.

**MED SIN BAKGRUND** från retail och bilbranschen och erfarenheter av att driva startup-företag fick Pär Bäck frågan om hur idén Wayke skulle kunna bli verklighet.

– I ett sådant här skede är det viktigt att det

finns ett pågående konkret projekt som de enskilda handlarna kan ansluta sig till. Annars är risken att visionen aldrig lämnar diskussionsstadiet, säger Pär Bäck.

För att komma igång snabbt bildades Wayke AB. Delägare är Volvohandlarföreningen, Scania Volkswagens återförsäljare (SVÅ), Föreningen Svensk Bilhandel, Nascent invest och Peps invest. I det sistnämnda företaget är Pär Bäck tillsammans några andra teknikbolag delägare. →

**AVSIKTEN MED** Wayke AB är att det enbart ska syssla med att ta fram och utveckla den tekniska



plattformen. Därför har man bildat ytterligare ett bolag som heter Wayke Sweden AB.

Det är det marknadsbolaget som finansieras via av Föreningen Svensk Bilhandel. MRF:s varumärke ska vara tryggheten för att marknadsplatsen blir öppen, demokratisk och oberoende. Wayke Sweden blir ansiktet utåt.

**PÄR BÄCK MENAR** att digitaliseringen av bilbranschen är en ödesfråga för handlarna där deras roll som mellanled riskerar att marginaliseras. Han tycker bilhandeln över lag har varit svaga på att skapa digitala

kundrelationer i jämförelse med exempelvis Facebook och Amazon.

– Det pågår ett race där ute. De ledande biltillverkarna satsar enorma resurser på självkörande bilar, elektrifiering och att utveckla mobila tjänster. Det borde få handlarna att vakna. De måste ta vara på och förädla sina digitala kunddata för att skapa affärsrelationer som även fungerar när bilägandet allt mer kommer att handla om mobilitet, säger Pär Bäck. ☉

#### DÄRFÖR NAMNET WAYKE

Namnet Wayke betyder egentligen ingenting. Tankarna kring namnet Wayke är formade på engelska och ska få oss att associera till way (väg), wake (våg, surfa, typ wakeboard) och wake up (vakna).

## En marknadsplats som ÅF har saknat

# ”Kan höja begagnat-handelns status”

Marianne Eriksson, platschef för Möller Bil i Köping, välkomnar Wayke. ”Det är bra att MRF bygger en renodlad marknadsplats för begagnade bilar, ett Hemnet för bilar helt enkelt.”

**MARIANNE ERIKSSON** ÄR en av deltagarna i Waykes referensgrupp och har fått se hur den nya marknadsplatsen ser ut. Hon är imponerad, tycker den påminner om Netflix och nämnda Hemnet.

– Det här kan ge begagnatbranschen högre status. Tilltalande bilder, smarta sökfunktioner med bevakningar och algoritmer som ger kunderna en mer personlig upplevelse, säger Marianne Eriksson.

Sedan är hon positiv att slippa reklam för produkter, tjänster och annat stök som inte har med Möller Bil att göra.

Möller Bil har en egen webbplats med nya och begagnade bilar. Både den och Blocket laddas via Bytbil. Sedan har företaget tillgång till Das Weltauto, där gruppens några år gamla bilar läggs upp.

**MARIANNE ERIKSSON** SER begagnatmarknaden som handlarnas bransch, den del av verksamheten som återförsäljarna kan utveckla och styra efter eget huvud.

– Men då måste vi ha kontroll på kunddata och statistik så att vi kan analysera och förbättra vårt erbjudande på nätet. Och det är



bra att vi slipper trängas med gökur, sportutrustning och platsannonser.

Hon tror att det är en förutsättning att MRF är med och driver Wayke-projektet.

– Ska det finnas en chans att få med alla handlare måste det vara någon som står neutral och som kan tala för alla varumärken utan att snegla åt något håll. ◉

**Fotnot:** Möller Bil i Sverige, återförsäljare för Volkswagen, Audi, Seat, Skoda, och Volkswagen transportbilar, har anläggningar på tolv orter i Mälardalsområdet och ungefär 650 medarbetare.



## Marcus Johansson applåderar Wayke

Marcus Johansson, marknadschef och delägare i familjeföretaget Bendt Bil i Halmstad tycker också att Wayke är bra. ”MRF har ett bredare uppdrag att vara med och utveckla en digital marknadsplats där både kunder och handlare kan känna sig trygga”, säger han.

**BENDT BIL** har jobbat hårt med att digitalisera sin affär och Marcus Johansson säger att de senaste årens framgångar till stor del beror på den ökande närvaron på nätet.

– Det har huvudsakligen skett via Bytbil och Blocket, så det fungerar, men jag tycker att Blocket har saknat verklig konkurrens. Därför är det bra att det kommer något nytt, säger han.

Förutom på Blocket och Bytbil finns Bendt Bil även på marknadsplatserna Bilweb, Autounclou och så naturligtvis på företagets egen webbplats.

Eftersom Blocket är den överlägset största sajten är det där som Bendt Bil har flest visningar, men när det gäller kvaliteten, alltså hur djupt besökaren har klickat runt på det speciella bilobjektet står sig den egna hemsidan väl så bra.

Just återkopplingen med statistik och kunddata är en av de saker som Marcus Johansson tycker Blocket är ganska svaga på.

– Som marknadsansvarig vill man ju veta så mycket som möjligt om kundernas beteende,

vad kunderna tittar på, vad som är mest populärt, för att kunna styra marknadsföringen.

En annan sak som han tycker är jobbigt med Blocket är att det, vid sidan om Bendt Bils annonser, dyker upp reklam från andra finansbolag och försäkringsföretag än de som hans eget företag erbjuder. ◉

**Fotnot:** I Bendt Bils nybilsflora finns BMW, Mini, Opel, Hyundai och Isuzu, på inbytesidan återfinns i stort sett samtliga varumärken.

### Wayke roadshow

Under maj och juni kommer plattformen att demonstreras under en informationsturné specifikt mot Sveriges alla bilhandlare. Lunch- och frukostmöten kommer att hållas på 21 orter. Där ges möjlighet att registrera sig, diskutera och testa Wayke och förbereda sig inför den planerade lanseringen i höst. Arrangörerna ser gärna att företagen kommer med flera medarbetare, exempelvis begagnatansvariga, marknadsansvariga, vd:ar och platschefer.

### Så här ser turnéschemat ut:

<b>23 maj Örebro</b>	<b>2 juni Kalmar</b>	<b>14 juni Stockholm</b>
<b>23 maj Växjö</b>	<b>7 juni Jönköping</b>	<b>14 juni Sundsvall</b>
<b>30 maj Halmstad</b>	<b>7 juni Västerås</b>	<b>15 juni Uppsala</b>
<b>30 maj Borås</b>	<b>8 juni Linköping</b>	<b>15 juni Umeå</b>
<b>31 maj Malmö</b>	<b>8 juni Karlstad</b>	<b>15 juni Gävle</b>
<b>31 maj Göteborg</b>	<b>13 juni Stockholm</b>	<b>16 juni Luleå</b>
<b>1 juni Kristianstad</b>	<b>13 juni Falun</b>	<b>20 juni Arlanda</b>
<b>1 juni Trollhättan</b>		

Anmälan och mer info på [www.wayke.se](http://www.wayke.se) Frågor besvaras på [info@wayke.se](mailto:info@wayke.se)



## När alla ändå kan se och jämföra begagnatpriserna så blir tillit en viktig konkurrensfördel.

Våra begagnat garantier skapar trygghet som påverkar den digitala beslutsprocessen och driver lojalitet till er under hela garantitiden.

[www.svenskbilgaranti.com](http://www.svenskbilgaranti.com)

AB Svensk

**BILGARANTI**

# BILEN BEHÖVS I STÄDERNA

## - i alla fall om man ska tro den här trion

En färsk undersökning, utförd av Demoskop bland 1 200 storstadsbor, visade att tre av fyra tycker att bilen ska ges plats i stadsmiljöerna. Motorbranschen gick ut på stan och kollade med tre slumpvis utvalda personer vad de tycker om saken. Svaren blev de här!



MARTA ÅBERG

**BOR:** Stenungsund.  
**GÖR:** Undersköterska.  
**KÖR:** Opel Safira, 2001.



ALBIN BJURHALL

**BOR:** Göteborg.  
**GÖR:** Studerar.  
**KÖR:** Audi A4 Allroad, 2010.



KEVIN WONG

**BOR:** Kortedala.  
**GÖR:** It-ingenjör.  
**KÖR:** Toyota Aygo 2010.

### Ska vi verkligen ha bilar inne i städerna, vad tycker du?

- Ja, var ska de annars vara?

### Det är alltså något som vi ska ha kvar ...?

- Det måste vi.

### Kan du inte klara dig utan?

- Jag tänker inte på mig själv, jag kör in i en storstad högst några gånger per år. Men tänk på alla dem som jobbar i stan men som kanske inte kan få det att fungera med buss, hur ska de göra? Och tänk på alla som måste köra i jobbet. Det kommer inte att funka utan bilen i stan.

### Så du gillar det?

- Egentligen inte, när jag kör själv i storstäder tycker jag att det jobbigt. Det är för mycket bilar och man måste ha ögon överallt. Åker man in i fel fil är det kört. Trängselskatter? Ja, det är inget problem för mig.

### Är det smart att stänga ute biltrafiken från storstäderna?

- Nja, det tror jag inte skulle vara en bra idé. Det finns ändå rätt många som behöver bilen i jobbet och så vidare. På sikt kanske det blir bilfri innerstad, men jag tycker inte att det vore helt lyckat.

### Så du tycker att bilen har en plats i staden?

- Ja. Det kanske inte ska vara jättemycket biltrafik inne städernas centrala delar, men nog har bilen en plats där, det tycker jag. Men man kanske borde ordna stora och bra parkeringsplatser precis utanför stadskärnan, så kan de som inte behöver köra i stan parkera där.

### Gillar du bilar?

- Det gör jag.

### Vilken är drömkärnan?

- Aston Martin DB11, en riktig sportbil. Men den kostar två miljoner.

### Ska vi ha bilar inne i städerna?

- Yes, of course!

### Varför det?

- Vi måste främja mobiliteten. Annars blir människor helt hänvisade till kollektivtrafiken, den räcker inte. Och det behövs fler bra parkeringsplatser överallt inne i centrala Göteborg.

### Göteborg är inte bra för bilister, menar du?

- Nej, det är verkligen ingen bilvänlig stad. Och eftersom den inte är det känner sig en del bilister tvingade att ställa bilen utanför staden och åka kollektivt in i centrumen. Då måste de använda två färdmedel i stället för ett. Det är dåligt.

### Du låter som en rätt inbiten bilist?

- Ha, ha. Nej, det kan man inte säga. Jag har kört kort men jag gillar inte att köra själv, det får hellre min sambo göra. Jag kan inte slappna av när jag kör, det passar helt enkelt inte mig.



## EN NY FORM AV SKADEGLÄDJE: ATT BYGGA SVERIGES LEDANDE SKADEVERKSTADSKEDJA.

Werksta växer. Tag chansen att bli del av ett större sammanhang och utveckla din verksamhet. Upplev kraften och glädjen i det större. Sedan starten 2015 har Werkstagruppern förvärvat 27 skadeverkstäder i Sverige och Finland och finns nu representerade i bl.a. Stockholm, Örebro, Norrköping, Linköping och Helsingborg. Målet är att bli 40 - 50 anläggningar i Sverige.

Om dina tankar liknar våra tankar, eller om du går du i sälj- eller pensionstankar och funderar på karriär och framtid, hör av dig till oss. Vi vill gärna diskutera hur du blir en del av Werksta och vad Werkstagruppern kan erbjuda.

### LÄS MER PÅ WERKSTA.SE

Vill du veta mer? Kontakta [urban.magnusson@werksta.se](mailto:urban.magnusson@werksta.se) eller [per.lindqvist@werksta.se](mailto:per.lindqvist@werksta.se).

Werkstagruppern är Sveriges ledande fristående skadeverkstadskedja. Med hög tillgänglighet och god service vill vi leverera branschens högsta kundnöjdhet och vara såväl försäkringsbolagens som slutkundernas förstahandsval vid skada. I Werkstagruppern ingår även Finlands ledande skadeverkstadskedja, Autoklinikka, med 14 egna verkstäder och ytterligare 15 franchise- och partnerverkstäder. Werkstagruppern ägs av investeringsfonden Procuritas och de f.d. verkstadsägarna.



**Werksta**  
SVERIGES LEDANDE SKADEVERKSTADSKEDJA



# Kan GA sälja bil?

Ja, då, de kan sälja bilar, generalagenterna. Åtminstone Nissans som tog över Mobility Motors fyra anläggningar en helg när hela personalen åkte på kick off. Det rådde lite nybyggaranda i bilhallarna. Mycket nerver, många skratt och stort allvar.

TEXT ING-CATHRIN NILSSON / FOTO RICKARD FORSBERG M FL



Wow! Från Malmö fick informationschefen Alexandra Österplan sms från Louise Grimgård som sålde helgens första bil.

**F**ler generalagenter kanske borde göra det, praktisera hos återförsäljarna!  
Det här var lite speciellt när Mobility Motors överlät driften av sina fyra anläggningar till generalagentens personal under en fredag och lördag för att kunna åka tillsammans på kick off. (Det står ju i avtalet med generalagenten att det måste hållas öppet.)  
Det ska sägas med en gång att riktigt

ensamma var de inte; en begagnatsäljare, som inte kunde åka med, var kvar och det fanns en beg-uppköpare med bra marknadskoll på plats för att värdera inbyten. Men för övrigt skötte GA-personalen driften. Och det gick riktigt bra.

**DE HADE TRÄNAT**, varit på plats en dag tidigare och fått instruktioner.  
– På papperet kan vi allt. Men det är första gången jag jobbar som bilsäljare på golvet

och det blir ju lite nervöst när det kommer till att signeringen, sa Jonny Skatar från huvudkontoret i Helsingfors.

Många gruvade sig nog för nördigt tekniska kunder, men alla uppfyllde i alla fall de egna formulerade kriterierna om namnskyttar, kaffebjudning, körkortskoll vid provkörning och sådant. De talade om för kunderna att de var vikarier.

Och visst sålde de bilar, 25 totalt, några gummimattor och serviceavtal också.



Här lämnar hela ÅF-gänget i Sättra för att åka på konferens till Gdansk ...

←... och vid anläggningen står GA-vikarierna och säger hejdå.

"INTJÄNINGEN KANSKE VAR MINDRE, MEN FÖRSÄLJNINGEN VAR JU SEKUNDÄR"

DIMITRIOS LENIS, VD MOBILITY MOTORS



←Jaani Tanskanen, elbilsansvarig på Nissan Nordic i Finland, sålde en Nissan Qashqai för 285 900 kronor till Hirut Mallede som hade stått i valet mellan VW, Ford och Nissan.

↗ Första dagen till ända i Sättra. Tf platschef Anders Hällasjö, som vanligtvis är försäljningschef hos generalagenten, läser dörren.



Sverigechefen Sanna Kaipia är en "petrol head girl" med gedigen handlarbakgrund som bland annat platschef för Finlands största Nissan-återförsäljare.



Första påskriften fick Malmö – där sex kvinnor sålde totalt sex bilar till sex män – och det födde tävlingsinstinkt. Det var mycket glam. Som texten som GA fintat in på Mobility Motors Facebooksida: "Chefen är borta! Vikariepriser hela helgen! [...] Billigare än så här blir det säkert aldrig igen! /Vikarierna".

– Intjäningen kanske var mindre, men försäljningen är ju egentligen sekundär. Det viktigaste var att vi kunde hålla öppet och åka bort allihop, säger Mobility Motors vd

Dimitrios, "Dino", Lenis som födde idén.  
– Det är lätt att bli hemmablind från båda håll, jag tycker att det var bra att generalagenterna fick praktisera på vår nivå och träffa slutkunderna som en kontrast till kontorsarbetet med kampanjer, målbeskrivningar och produktspecifikationer.

**När ska ni ta över deras jobb?**

– Det tror jag inte att vi kommer att få möjlighet att göra ...

Hur som helst fick Mobility Motors en riktigt bra kick off-helg i Polen för 140 medarbetare, "en stor lycklig familj där alla arbetar för framgång", sa ägaren Eric Roelofsen.

Det blev en lärorik helg för GA:n också.  
– Den gav mersmak. Vi kommer definitivt göra om det och vi har fått mycket positiv uppmärksamhet från kollegor i övriga Europa som betecknar detta som "best practice", säger kommunikationschefen Alexandra Österplan.  
Winwin alltså! ☺

# Visa dina nybilar i Sveriges lyxigaste showroom

**Idag**

- Saab 9 5 -99
- Renoverad Volvo 740 kaross  
3 000 :-
- Volvo V90 D5 AWD Inscription intro -17  
529 000 :-
- Volvo V70, Trasig -99  
5 000 :-
- BMW X4 20d xDrive -17  
450 195 :-
- Clio 1.2 75 hk 16v -03  
12 000 :-

**Juni**

CARIQ.se

Ett smartare sätt att köpa ny bil:

- 1. Välj ny bil**  
Läs våra biltester och guider. Välj ett eller flera erbjudanden som passar dig.
- 2. Få gratis offerter**  
Beställ kostnadsfri offert från bilhandlaren. Få alla detaljer om bilen och erbjudandet.
- 3. Köp din nya bil**  
Välj den offert som passar dig bäst och kontakta handlaren för att få ett avtal. CARIQ tar inga avgifter.

Sökresultat: 32 fordon

NY BIL 0 km	NY BIL 4 km	NY BIL 1 km
VOLVO V90 CROSS COUNTRY Volvo V90 Cross Country D5 AWD Pro 589 900 kr	VOLVO V90 CROSS COUNTRY Volvo V90 Cross Country D5 AWD Pro 569 900 kr 211 km bort	VOLVO V90 CROSS COUNTRY Volvo V90 Cross Country D4 AWD Bus... 459 900 kr 232 km bort

Välkommen till CARIQ.se – den nya smarta marknadsplatsen bara för nya bilar. Visa upp exklusiva nybilar i den eleganta miljö de förtjänar. Vi erbjuder alla märkeshandlare ett premium showroom helt utan störande bannerannonser.

Den digitala bilmarknaden ute i Europa har förändrats snabbt de senaste åren. Men i Sverige har det stått still. Det tänker vi på CARIQ.se ändra på och ta succétjänsterna från kontinenten till Sverige. I början av juni slår vi upp portarna till Sveriges elegantaste digitala showroom. Välkommen att vara med redan från start.

- **Gratis exponering** av dina objekt
- **Annonsfritt showroom** som styrs geografiskt
- **Bara exklusiva nybilsobjekt** från auktoriserade märkeshandlare
- **Möjlighet att lägga upp beställningsbilar**
- **Marknadsföring** i de största digitala kanalerna
- **Allt gratis** under betaperioden fram till 30 sept!

Förboka plats i vårt digitala showroom

**CARIQ.se** Start i juni

## GA-RALLYT 2017

# Bilhandlarna har sagt sitt!



ÅRETS VINNARE  
SIDAN 36

ÅRETS TVÅA  
SIDAN 38

ÅRETS TREÅ  
SIDAN 40

ÅRETS RAKET  
SIDAN 42

ÅRETS RANKNING  
SIDAN 43

ÅRETS SPANING  
SIDAN 44

# 1 TRON-SKIFTE - till sist

Efter att ha varit nära i flera år får Volvo Car Sverige nu kliva högst upp på prispallen. Trots att index backar drygt två procent till 120,3. Starka prestationer på reservdelar, tillbehör och finansieringstjänster är tre viktiga nycklar till att Volvo Car Sverige är landets bästa generalagent.

TEXT NIKLAS ARONSSON / FOTO ANNA REHNBERG

**D**et var ett spännande och innehållsrikt fjolår för Volvo Car Sverige. Kristian Elvefors, vd för bolaget, pratar om ett extremt utmanade år.

– Vi har aldrig sålt mer, aldrig varit med om ett större tekniskifte, aldrig anställt fler, aldrig varit tydligare i våra visioner. Jag känner glädje över den resa som bolaget gör. Vi har på allvar klivit in i premiumrummet där vi verkligen förtjänar en plats, säger han.

Det är också en resa som pressar både handlare och generalagent.

– Det är tröttnande för handlarna och vi har svårt att få tag på folk på tekniksidan, säger han. Kristian Elvefors säger sig vara besviken på betygen som sjunker ett par procent.

– Först blev jag irriterad, men när man rannsakar sig ser man att det är vissa områden som får sig en törn, säger han.

**VI SKA STRAX** återvända till vilka frågor det är, men först vill Kristian Elvefors verkligen understryka vilket tekniskifte det är som pågår.

– Vi har nya plattformar och nya mjukvarusystem. Vi går från lite mjukvara i bilarna

till extremt mycket. Därför handlar det om kompetens, vad vi lär oss om produkterna, säger han.

Det är i det skenet man ska betrakta den tillbakagång i betygen på hur lyhörd generalagenten upplevs av återförsäljarna i fråga om framtida produkter.

– Jag kan förstå, men är samtidigt besviken. Vi är tidigt ute i jämförelse med våra konkurrenter. Och det är först i år när volymer växer som vi börjar lära känna och förstå produkterna fullt ut.

Inom Svensk Volvohandel finns en starkt rotad lojalitet. När den kollektiva kraften vänds i samma riktning skapas en hävstångseffekt som är svår att överträffa. Den kollektiva styrkan går samtidigt delvis ut över möjligheterna för handlarna att agera på egen hand. Det syns till exempel på frågan om stöd till lokal marknadsföring, där betygen sjunker.

– Vi är tuffare i att man måste följa vårt sätt att marknadsföra varumärket. Vi vill se att handlarna använder det manér och material vi tar fram. Allt för att våra kunder ska mötas av samma budskap oavsett var de möter Volvo, säger han.



Kristian Elvefors leder den generalagent som handlarna är mest nöjda med.

**EFTERFRÅGAN PÅ** Volvos nya bilar har varit mycket stor. Det märks till exempel på frågorna om tillgång på bilar, leveranstider och leveransprecision, där betygen går ner.

– Det blir så när alla marknader skriker efter våra bilar. Det är en tuff uppgift att förse alla med bilar med det behov som finns, säger Elvefors.

Det finns små tillbakagångar på många frågor i enkäten, men allt som oftast räcker betygen till för att ge en position i den absoluta toppen. Som till exempel på garantiområdet.

– Vi har jättefina processer, och tajta relationer mellan handlare och fabrik. Vi samarbetar och har en gemensam vilja att våra kunder ska ha det bra, säger han.

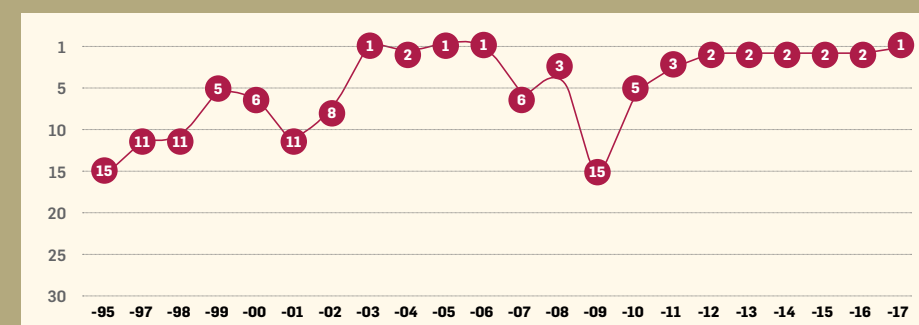
På utbildningsområdet är det stabilt. Höga betyg. Här har man som många andra utlokaliserat utbildningen till Training Partner.

**ALLRA BÄST PRESTERAR** Volvo Car på reservdelar och tillbehör. Här är det gott om förstaplats på de olika frågorna som möjlighet till akutorder och tillgång på reservdelar.

– Här ska vi vara i topp. Vi har Sveriges

## VOLVO PB/CAR GENOM ÅREN

Märket har legat bland topp tre under halva GA-enkätens historia.



bästa leveranssystem för reservdelar. Vi kan leverera två tre gånger per dag. Här slår ingen oss på fingrarna. När det gäller tillbehör arbetar vi på ett effektivare sätt. Vi har rivit väggarna mellan försäljning och service, nu är det bara en fråga om att kunna ge de tillbehör som kunden vill ha, säger han.

På frågor om affärsledarskapsförmåga och förståelse för den lokala marknaden på försäljningssidan sjunker betygen.

– Handlarna menar att vi inte driver affären

lika lokalt. Mitt svar är att vi inte har samma behov när leveransböckerna är knöckfulla. Vi måste se över hur vi kan bli bättre här, men det hänger helt klart ihop med leveranstiderna, säger Kristian Elvefors.

På det viktiga finansieringsområdet radar Volvo Car Sverige upp förstaplats.

– Här finns en stor samsyn. Det ska vara lönsamt och innovativt. Nu har vi precis lanserat Carpay vilket gör livet lättare för våra kunder. ☺

## VOLVOS 3 FRÄMSTA STYRKOR

**1 KUNDTILLFREDSSTÄLLELSE**  
– "Här har vi arbetat extremt målmedvetet under lång tid och det har gett resultat."

**2 SAMARBETET MED HANDLARNÄT** – "Vi har en stark handlarstruktur. Det går snabbt när vi vill förändra, men är samtidigt inte den mest förändringsbenägna."

**3 PRODUKT OCH MARKNADSFÖRNING** – "Våra produkter är den största tillgången, som vi marknadsför effektivt."

## SVAGA SIDAN

**BILTILLGÅNGEN** – Skicka mer bilar till oss för kunderna finns!

## "Det handlar om tillit och en öppen dialog utan mistro"

CHRISTER PERSSON,  
VOLVOHANDLÄRFÖRENINGEN



### Hur kan Volvo Car Sverige lyckas så bra i enkäten år ut och år in?

– Det handlar i grunden om förtroende. Vi har en öppen dialog utan mistro, vilket är oerhört värdefullt.

### Vari ligger generalagentens styrka?

– En stark produktutveckling kombinerat med bra marknadsföringskampanjer.

### Vilka utmaningar ser du?

– De finns just nu framför allt på service- och marknadsdelen där det stora tekniskiftet skapar en del utmaningar. Det handlar om nedladdning av mjukvara som kräver kraftfulla nätslutningar och om att hitta rätt kompetens hos personliga servicetekniker. En annan fråga handlar om hur affärsmodellerna ska utformas för den nya tekniken som kommer i våra bilar.

### Hur ska ni komma tillrätta med dessa utmaningar?

– Vi har en bra dialog även på detta område. Jag är övertygad om att vi kommer att hitta lösningar som alla blir nöjda med.

### Hur ser framtiden ut?

– Den växande totalmarknaden har överraskat oss alla. En förklaring är förstärkt privatleasing som bidragit och är en produkt som jag tror har kommit för att stanna, även om den dras med vissa barnsjukdomar. Med modellprogrammet i ryggen ser det ljus ut inför framtiden.

Efter dippen 2015 har John Hurtig återtagit återförsäljarnas förtroende för Subarus GA.



# Subaru klättrar

# TVÅA

Subaru tar ett kliv till på prispallen, trots en mindre tillbakagång med en procent. Årets andraplats förtjänar märket tack vare hårt arbete med enkäten tillsammans med märkesföreningen. Och igen, det tål att upprepas, enkelhet lönar sig betygsmässigt!

TEXT NIKLAS ARONSSON / FOTO JENS NORDSTRÖM

**J**ohn Hurtig, Sverigechef för Subaru, ser tillbaka på ett 2016 som får etiketteras som ett mellanår för det japanska märket. Inte dåligt på något sätt, men heller inget rekordår. Drygt 5 000 sålda bilar är i ett längre perspektiv ett bra resultat. Men det är en tillbakagång

med sju procent jämfört med 2015.

– Under hela 2016 hade vi inte en enda ny bilmodell som vi lanserade. Under andra halvåret 2017 kommer det en rad lanseringar. Jag förstår om handlarna har blivit lite frustrerade. Det här har hämmat oss en del, säger han.

Dessutom präglades hösten av oro i världen

vilket fick till följd att yen-kursen drevs upp. Under vintern blev Subaru tvunget till en priskorrigerig, det vill säga höja priserna. Något som troligen också har satt spår i enkäten.

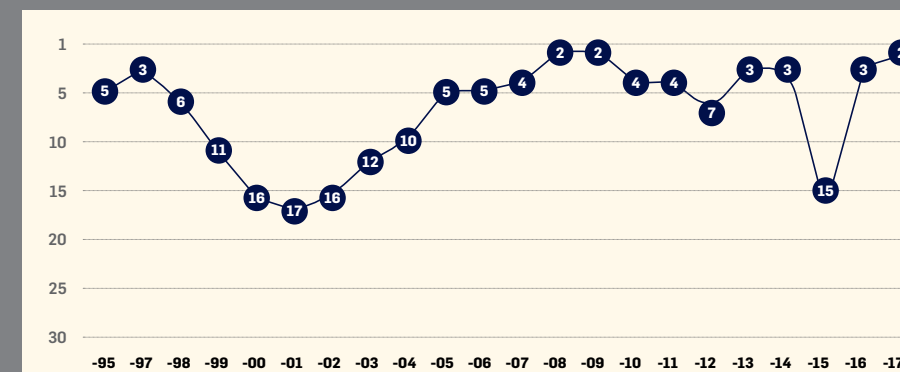
– Annars har vi jobbat på exakt samma sätt under föregående år som vi har gjort tidigare. Vi har haft bra fokus under året, satsat på lönsamhet och relationer där honnörsord är samma som tidigare: enkelhet, lönsamhet och att det ska vara roligt, säger han.

**I GA-ENKÄTEN** är det stabilt på de flesta områden, men på marknadsföringsområdet halkar märket efter både på kreativitet och på sociala medier.

– Det här är något vi får diskutera internt och med återförsäljarföreningen. Det är

## SUBARU GENOM ÅREN

Fjolåret var ett bottenapp för Subaru men de hämtade snabbt upp sig.



## "ENKELHET – EN LÖNANDE STRATEGI I ENKÄTEN"

definitivt något vi måste ta tag i. Här finns möjlighet till förbättring, säger han.

Höga betyg hittar vi på biltillgång, leveransprecision och inte minst leveransvillkor där märket är nummer ett. För några år sedan var detta något av en akilleshäla för Subaru, men tack vare god försäljning får man numera de bilar man behöver.

Ett annat riktigt bra område är garantier. Där är man bäst av alla på fem av nio frågor: enkelhet, förmåga att hantera tvistemål, ersättningsnivå på arbete, betalningstider samt reglering av garantianspråk.

– Om vi ser en generell mindre nedgång på många områden, så håller vi emot bra där, och det är mycket tack vare bra personal, säger John Hurtig.

På utbildningsområdet är det smärre tillbakagångar, men fortfarande väldigt bra prestationer.

**MEST SKINER** John Hurtig över de förbättrade resultaten på reservdelsområdet, en paradgren för några år sedan, som i samband med en flytt av reservdelslagret, i stället blev ett av de sämsta områdena. Så har det varit några år, men nu ser det annorlunda ut. Rejåla uppgångar på alla frågorna och även om det säkert finns mer att skriva på, så är man nu i varje fall ifatt minst hälften av märkena.

– Glädjande, vi har legat långt ner länge, och fört diskussioner med märkesföreningen

om hur vi ska bli bättre. Egentligen har vi inte hunnit åtgärda så mycket ännu, mer än att vi har högre personaltäthet än tidigare, men det är en hel del på gång. Till exempel handlar det en del om att informera handlarna om hur de ska beställa reservdelar rätt och på det billigaste sättet.

Generellt sett presterar Subaru bättre på eftermarknadsfrågor än de som är kopplade till försäljning. John tror att det är prishöjningarna och bristen på nya modeller som förklarar det. Men handlarna är trots allt nöjda med hur generalagenten samarbetar med märkesföreningen. På den frågan går betygen upp en smula och ger Subaru en sjundeplacering.

**I ENKÄTEN** finns det en rad frågor om datasystem. Det är frågor där märkena historiskt får relativt låga betyg. Det är komplexa saker och uppenbart inte så lätt att komma tillrätta med. Subaru gör i alla fall bra i från sig.

– Vi har satsat mer pengar på vårt "extranet", och det märks på betygen, säger han.

Märket placerar sig som nummer ett på sju av åtta frågor på området. Återigen är det enkelheten som betalar sig.

Totalt sett är John Hurtig glad över resultatet i enkäten.

– Vi får bekräftat i enkäten att våra honnörsord enkelhet och lönsamhet är rätt riktning. Det långsiktiga skälet att jobba med Subaru består även om vi inte sålde flest bilar i fjol. ☺

## SUBARUS 3 FRÄMSTA STYRKOR

**1 LÖNSAMHETEN** – "Det ska vara lönsamt att arbeta med Subaru. Om det är det så kommer vi att fortsätta ha lojala handlare", säger John Hurtig.

**2 GOTT SAMARBETE** – "Vi vill ha ett bra samarbete med märkesföreningen och återförsäljare för att utveckla vår affär tillsammans, det är något vi båda tjänar på."

**3 ENKELHET** – "Det syns på frågor som garantiadministration och dataområdet i stort. Är det enkelt, ökar också nöjdheten hos återförsäljarna."

## SVAGA SIDAN

**MARKNADSFÖRING** – "Vi måste sätta oss ner internt och med märkesföreningen och prata om hur vi ska bli bättre här."

## "Det är enkelheten som firar triumfer"

BERNT SCHMIDT,  
ORDFÖRANDE FÖR SUBARU ÄFF



**Vad gör att Subaru är så framgångsrik som generalagent?**

– Det är ingen stor koncern utan en hanterbar organisation med ledorden enkelt, lönsamt och roligt. Jag brukar lägga till sunt förnuft. Det ligger mycket i dessa ord.

**Du kom in för inte så länge sedan. Hur skulle du karakterisera stämningen i Subaru?**

– Jag har slagits av den positiva stämningen som finns i alla delar av samarbetet. Man kan verkligen använda ordet familjestämning, och här fungerar det väldigt fint.

**Varför backar Subaru någon procent i enkäten?**

– En nedgång med 1,2 procent är ju ganska marginell och vi hade inte några nya modeller alls förra året. Nu är dessa på väg och det känns bra inför framtiden. Vi jagar inte alltid marknadsandelar, det viktiga för oss är att leverera minst våra budgeterade volymer med lönsamhet och trovärdighet.

**Var finns det starkaste områden?**

– Servicemarknaden har fått kritik tidigare, men där är vi tillbaka. Det är enkelheten som firar triumfer. Se också på bonussystemet. Alla förstår hur det fungerar, som handlare kan du alltid gå in och se hur du ligger till.

**Hur ser du på framtiden?**

– Jag har bara positiva förväntningar, ser inga orosmoln. Nu har vi en ny spännande plattform och flera modeller på väg ut.

# Yes, på pallen! TREÅ

Efter dykningen 2014, efter Dieselgate ... nog är det en prestation av VW att ha erövrat återförsäljarnas förtroende så att det blir en pallplats för första gången. Försäljningsframgångarna är en sak, generalagentens engagemang en annan. Handlarna är nöjdare än kanske någonsin tidigare.

TEXT ING-CATHRIN NILSSON / FOTO ÅKE ERICSON

**VW** personbilar toppar många av GA-enkätens frågor betygmässigt. De är tillgängligast, synligast, snabbast. De supportrar bäst, lyssnar bäst, har bästa kampanjerna och ger bästa stödet till lokal marknadsföring. VW:s handlare ger också högsta betyg på sortimentet av bilar (bilar som kunderna vill ha), och undra på det när Golf blev Sveriges mest sålda bil i fjol. Men mest påfallande är den goda och stabila relationen mellan generalagent och handlare.

**VW PERSONBILAR**, med märkeschefen Sten Forsberg i täten, är ett starkt team som har jobbat hårt på att förbättra tidigare missnöjesområden.

– Vi har fått en kontinuitet i teamet. Många kommer från återförsäljarledet och vet hur det är att vara handlare.

Det är tydligt att återförsäljarna får snabb återkoppling.

– Vi har lagt mycket vikt åt att ge regioncheferna och hela teamet befogenheter för att kunna ge snabba svar. Beslutsvägarna ska vara korta. Återförsäljarna ska känna att vi är en fullständig affärskontakt. Det är en styrka att

vi har en återförsäljarkår som säger vad den tycker, säger Forsberg.

Det klingar bra.

En relativt ny kommunikationsform är så kallade ägarmöten, där generalagenten träffar fem sex ägare/vd:ar åt gången, ”en av åtgärderna som gett mest effekt”, enligt Sten Forsberg som faktiskt har uppfyllt allt han lovade att vässa efter fjolårets fjärdeplats i enkäten.

**NATURLIGTVIS ÄR** klättringen på rankinglistan också en effekt av det sätt som VW-ledningen skötte efterdyningarna av utsläppsskandalen på.

– Handlarna var ju de som stod inför kunderna och behövde allt stöd. När det blåste ställde vi upp för varandra. Sverige är en av de få marknader som gått starkt ur den krisen, säger Sverigeschefen.

Man får tro att det stärkte respekten hos fabriken också. Sten Forsberg tillstår vad återförsäljarföreningen säger, att det från tillverkarens sida sprungit fram en smidigare sida än tidigare.

– Kulturen har utan tvekan förändrats.

**LEVERANSPRECISIONEN** har blivit bättre.

– Vi hjälper återförsäljarna med planeringen före leverans, säger Sten Forsberg.



Sten Forsberg stärker relationen med handlarna – och det belönas.

ALL TIME HIGH!

Säljutbildningarna får toppbetyg.

– Vi har lagt mycket träning digitalt för att spara tid och pengar.

För återförsäljarkonferenser får VW personbilar högst betyg av alla.

– Vi har två per år och vi släpper faktiskt upp VW-rådet oredigerat på scenen då.

Marginalsystemet tycks bättre.

– Vi betalar numera volymbonus på sålda bilar i stället för levererade.

Reservdelssidan plussas också.

– Vi har bland annat förbättrat möjligheterna till akutorder.

**DET FINNS** områden där betygen har sänkts.

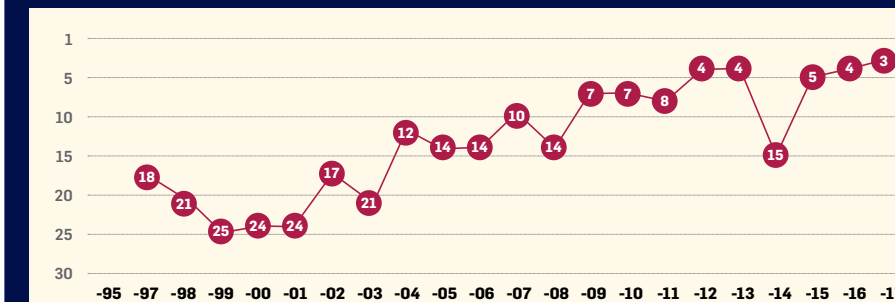
Hjälp med återförsäljarnas hemsidesproduktion bland andra.

– Vi ska bli bättre på att stötta i samband med att vi gör om vår egen, lovar Sten Forsberg.

Serviceutbildningarna åker också ner ett snäpp och märkeschefen lovar att kika närmare på om möjligen ledtiderna upplevs för långa.

På frågan varför verkstadssidan generellt får lägre betyg än bilförsäljningen svarar han att eftermarknaden är mer komplex, men att han försöker ge den avdelningen större befogenheter också.

## VW PB GENOM ÅREN



– Hela servicemarknaden står inför ett skifte med mer och mer marknadsföring specifikt för VW, ägar-appar bland annat. Och kraven för elbilar ska uppfyllas samtidigt som kapaciteten för fossilmotorerna upprätthålls.

**VW-FAMILJENS** akilleshälar skriver vi mer om på sidan 49, men när det gäller garantihanteringen, som alljämt upplevs som krånglig, säger Sten Forsberg:

– Vi jobbar oförtrutet vidare, både med utbildning och systemstöd och ska gå från pc-miljö

till Ipad så småningom. Vi försöker ge tydliga instruktioner om felsökningen; verkstäderna får inte lägga för lång tid på den utan att kontakta oss.

Men VW personbilar har återtagit förtroendet efter att de dök från en fjärde plats på GA-enkätens rankinglista till femtonde för tre år sedan.

– Omskakningen var bra, nu känns det ju som rena julaftonen, säger Sten Forsberg och betygar att ledningen ägnat mycket tid åt att fånga in återförsäljarnas uppfattningar.

– Sedan har de ju ett eget ansvar att lyfta luren också. ☺

## VW:S 3 FRÄMSTA STYRKOR

**1 LEDNINGEN** Det här teamet är de som lyssnar och supportrar bäst, som är tillgängligast, snabbast och synligast. VW personbils företagsledning får det högsta betyget bland alla märken.

**2 KAMPANJERNA** Inte bara de centrala kampanjerna tilltalar återförsäljarna; de är också mycket nöjda med stödet till den lokala marknadsföringen.

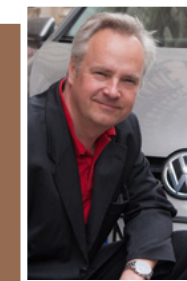
**3 BILARNA** Att handlarna i mycket hög utsträckning tycker att VW har bilar som kunderna vill ha är kanske inte så överraskande med tanke på fjolårets försäljningsframgångar och att Golf blev den mest sålda bilen.

## SVAGA SIDAN

**TUNGRODDA SYSTEM** Fabriksstyrda krångliga system har länge varit ett irritationsmoment för återförsäljarna av alla märken i VW-familjen. De påverkar garantihanteringen, kundnöjdhetsmätningarna och andra digitala plattformar. Men förbättringar skymtar.

## ”Vårt samarbete är det bästa tänkbara med öppen dialog”

PONTUS LÖVRUP, SCANIA VOLKSWAGEN ÅTERFÖRSÄLJARE



Tycker du att VW personbilar är värda sin tredje plats?

– Ja, verkligen, det är massor av energi i vår relation.

**Hur hanterade de risken för imageförlust i samband med Dieselgate?**

– Märkeschefen bestämde snabbt att det skulle satsas pengar i lojalitetsfrämjande åtgärder och kampanjer. Vi var överens om att hålla marknadsföringen i gång. Och det blev rätt. Konsumenterna kunde skilja på fabrik och lokal marknad.

**Är ni nöjda med märkeschefen?**

– Sten Forsberg är otroligt duktig och populär, en GA-chef 10,0, lyhörd och snabbfotad. Han är mästertlig att lirka med fabriken. Nästan alla europeiska länder förblev passiva efter Dieselgate och fick problem. Sverige är ett positivt undantag.

**Och du hyllar hela teamet hos generalagenten ...**

– Ja, alla sköter sig så otroligt säkert. Och det märks att de trivs ihop och har kul.

**Hur är samarbetet med återförsäljarföreningen?**

– Vi ser ju hur branschen går stora förändringar till mötes och har en väldigt öppen dialog om framtiden. Tillsammans med GA:n har vi diskuterat framtidsfrågor med fabriken i Wolfsburg. Och där har det öppnats upp. Vår tolkning är att fabriken har blivit ödmjukare efter Dieselgate och klivit ner från sina höga hästar.



Årets obestridliga raket är Audi, vars betyg har ökat med 9,6 indexprocent och som avancerar från fjortonde till nionde plats på rankinglistan. På tre år har Sverigechefen Marco Schubert hittat ett samarbetsätt som handlarna uppskattar.

TEXT & FOTO ING-CATHRIN NILSSON



Marco Schubert lämnar Audi med en fjäder i hatten.

## Audi klättrar mest

MARCO SCHUBERT har tagit relationen med återförsäljarna till en anständig nivå, strax innan han lämnar sin post. Resan hit har varit lite berg- och dalbana med en uppryckning första året men sedan ner till fjortonde plats i föl. Dock har Schubert hela tiden hållit en rak linje och betonat vikten av en öppen dialog.

”Handlarna säger vad de önskar, vi säger vad vi kan göra och lovar att hålla det.”

En grundläggande orsak till den förbättrade relationen ser Marco Schubert i en utvecklad organisation med rätt personer på rätt plats. Det har sannolikt fått genomslag bland annat inom bilförsäljningen där tre tjänster har avsatts för att oreserverat coacha återförsäljarna.

– De medarbetarna är progressiva, energiska och har egna budgetar.

Från återförsäljarföreningens sida säger SVÄ:s vd Pontus Lövrup:

– Mycket har blivit enklare, fabriksstyrningen är mindre och GA-teamet fungerar. Nu känns det som om organisationen är på plats och fungerar, en organisation som jobbar med återförsäljarna.

ÅTERFÖRSÄLJARNAS GENERELLA tillfredsställelse med generalagenten har ökat påfallande. Förtroendet för företagsledningen och organisationen är bättre; betygen för affärsledarskapsförmågan är det fjärde högsta totalt.

Men framför allt handlar det om det som

kanske är allra viktigast – att vara lyhörd, snabbfotad, kommunicera tydligt och lyssna väl. Smidigheten i affärsrelationen.

– Vi är ett strongly team i dag och har 45 återförsäljare som alla är rädda om. Min intention har varit att ge återförsäljarna trygghet, att de ska kunna lita på att vi gör rätt saker som gynnar deras lönsamhet för att de ska våga investera för framtiden, säger Marco Schubert.

Pontus Lövrup vidimerar att kommunikationen fungerar bättre och att de relationsskapande insatserna är fler.

– De mest svårtolkade delarna av bonus-systemet är till exempel bortskalade, regionmötena har blivit fler och det känns som om generalagenten har haft möjlighet att ägna mer tid åt återförsäljarna över huvud taget.

Pontus Lövrup ger märkeschefen Marco Schubert kredd för mycket av förenklarna.

– Han har kommit in i rollen, axlat den

och styrt bort mycket fabriksinblandning från Sverige. Man måste ge Marco Schubert en eloge för att ha fått till det.

MARCO SCHUBERT hade haft för avsikt att stanna två år till

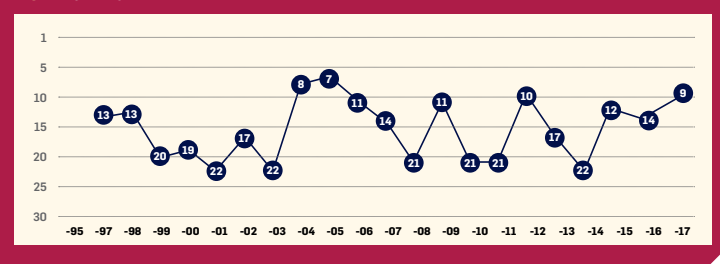
men koncernen kallade på honom för att ta hand om Skoda i Asien.

– Jag är riktigt glad och stolt över att det har gått år rätt håll, att vi upplevs som öppna och pålitliga och har levererat vad vi lovade. Jag hoppas att Audi fortsätter att utvecklas från den här nivån och att teamet fortsätter att vara förändringsbenäget, håller en öppen dialog och aldrig lovar något som inte kan hållas. Och att återförsäljarna också förblir öppna.

Trots att Audi gör den största framryckningen av alla i årets GA-enkät har märket, som traditionellt, de lägsta betygen av VW-gruppens märken, något som Pontus Lövrup alltid förklarar med en generalagent med högt ställda krav, vilket ger handlare med lika höga krav.

Man anar att det har varit tuffa diskussioner med både märkesföreningen och enskilda återförsäljare. Dynamik finns det emellertid i samarbetet. ☺

### AUDI GENOM ÅREN



## Här är hela listan!

Så här rankas generalagenterna av MRF-handlarna 2017. Volvo Car, som varit tvåa fem år i rad, får högsta totalbetygen i år. Fjolårstreaan Subaru klättrar också ett steg till andra plats. Och VW personbilar äntrar pallen för första gången som årets trea.

Mercedes kommersiella fordon, som sex år i rad korats till Sveriges bästa GA, flyttas ner till fjärde plats, tätt följd av VW transport och Mercedes personbilar.

Audi klättrar mest. Kia och Mitsubishi faller mest.

RANKNING 2017	INDEX 2017	RANKNING 2016	INDEX 2016	
1	Volvo PV	120,3	↑ (2)	(122,9)
2	Subaru	119,6	↑ (3)	(120,8)
3	VW personbilar	117,5	↑ (4)	(112,4)
4	Mercedes kommersiella fordon	117,2	↓ (1)	(126,2)
5	VW transport	116,1	↑ (8)	(108,0)
6	Mercedes personbilar	114,4	↓ (5)	(112,3)
7	Seat	110,3	↑ (10)	(104,3)
8	Skoda	109,7	↑ (11)	(102,9)
9	Audi	109,6	↑ (14)	(100,0)
10	BMW	107,2	↓ (6)	(109,4)
11	Isuzu	107,1	↑ (13)	(100,6)
12	Mazda	106,1	↓ (9)	(104,9)
	Medelvärde	100,0		
13	Opel	99,3	↑ (18)	(92,9)
14	Renault	98,5	↑ (17)	(95,2)
15	Kia	97,8	↓ (7)	(109,1)
16	Volvo lastvagnar	95,7	↑ (20)	(92,2)
17	Scania	95,1	↑ (19)	(92,8)
18	Hyundai	94,1	↓ (15)	(96,7)
19	Suzuki	91,0	↑ (23)	(90,1)
20	Mitsubishi	90,5	↓ (12)	(102,5)
21	Citroën	90,4	→ (21)	(91,5)
22	Toyota	88,7	↓ (16)	(96,6)
23	Ford	88,4	↓ (22)	(90,8)
24	Honda	86,9	→ (24)	(85,4)
25	Peugeot	79,1	→ (25)	(84,6)
26	Nissan	78,9	↑ (27)	(77,6)
27	Fiat	72,4	↓ (26)	(79,0)

Pilarna visar förändring av placering.



Mercedes rasar till sjätte plats.



Mazda 12:a.



Suzuki hamnar på plats 19.



Fiat på sista platsen.

# UTVECKLINGEN FORTSÄTTER...



DNB'S MÄSSMONTER PÅ BEGBIL 2016

## OMNICHANNEL

DNB är så mycket mer än bara en bank - vi är en intressant, modern och tilltalande partner för framtida affärsstrukturer. En sömlös kundresa mellan den digitala och den traditionella kundupplevelsen. Ta kontakt med oss för att få nästa steg i resan mot framtiden presenterad.

Lite enklare, mycket bättre...

## SKA VI BYGGA ER DIGITALA BILHALL TILLSAMMANS?

Ni kan bilförsäljning - vi kan bilfinansiering - tillsammans blir vi ett komplett team!

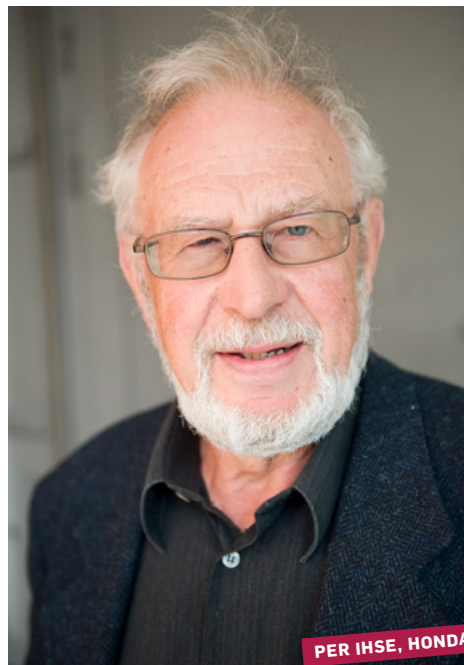
Vänligen kontakta din lokala DNB-representant för mer information.

[www.carporten.nu](http://www.carporten.nu)



100 % SVARS-  
FREKVENNS

# Här svarade ALLA handlare!



PER IHSE, HONDA



LUKAS ORRBY, MAZDA



PONTUS LÖVRUP, SEAT

Hondas, Mazdas och Seats MRF-handlare har svarat till hundra procent på årets GA-enkät. Därmed kan ju resultatet också ses som mycket tillförlitligt.

TEXT NIKLAS ARONSSON, ING-CATHRIN NILSSON

**HONDAS SVERIGECHIEF** Stefan Malmgren säger att svaren i GA-enkäten är extremt viktiga för hur de ska prioritera i arbetet.

– Att inte utnyttja möjligheten att få svar från våra handlare om vad de tycker om oss vore tjänstefel, säger han.

På ÅF-konferenserna trycker han på att de frågor, som de väljer att agera på, är sådana som har kommit upp i enkäten. Det är sådant som handlare varit missnöjda med, och som generalagenten vill åtgärda på olika sätt.

– Vi vill visa att det vi väljer att göra grundar sig i enkätsvaren. Därför är det också viktigt för oss att så många handlare som möjligt svarar på den. Vi försöker också kolla upp att personen som svarar har rätt kompetens för att uttala sig om just det, berättar Stefan Malmgren.

Han säger också att de från flertalet handlare får höra att de försöker se till att det är rätt person som svarar på enkäten, att även handlarna ser att detta är något som gynnar deras intressen.

**FÖR MAZDA HAR** GA-enkäten med åren blivit ett allt viktigare instrument när det gäller att åtgärda områden där handlarna upplever att det kunde vara bättre.

– Vi går varje år igenom enkäten med våra återförsäljare och har en dialog om olika frågor där det finns anledning att göra nedslag, säger Klaus Oest, märkeschef på Mazda.

Det arbetet har bland annat lett till att situationen på finansieringsområdet har kunnat rättas till; där är betygen i dag på en bra nivå.

För sju åtta år sedan pågick en större omstötning av Mazdas organisation, nya standards väckte kritik och betygen sjönk över hela linjen. Men sedan ÅF-nätet var satt, har ledningen arbetat med frågorna i enkäten. De senaste åren har Mazda visat en enastående jämnhet i resultaten, med placeringar runt tiondeplatsen de flesta åren.

**SEAT ÄR DET** tredje märket som fått betyg av samtliga MRF-handlare. Både återförsäljarföreningen och generalagenten driver på.

– Vi vill behålla att återförsäljarna ska

betygsätta oss. Svarar de inte och säger vad de tycker om oss, kan vi inte leverera. Vi påminner dem om att svara på enkäten, säger Sverigechefen Per Brinkenberg.

Återförsäljarföreningen SVÅ jagar också på. – Vi påminner flitigt med MRF:s hjälp och gör påstötningar i intranätet. Både vi och GA vill ha en hög svarsfrekvens. Ju högre, desto tydligare signaler, säger Pontus Lövrup.

– Enkätsvaren känns allt angelägnare. Och det är klart att ju bättre det går, desto större är intresset att svara.

När Pontus Lövrup får gissa vilket av SVÅ:s märken som fått högsta svarsfrekvens gissar han på Audi; för att ”märken med fler enheter torde ha lägre svarsfrekvens”.

Men så var det alltså inte. Seats handlare, som nu växer även utanför VW-familjen, har varit riktigt hånade att tycka till om sin huvudman. Organisationen tycks bestå av ett litet kompakt och väl fungerande team som klättrar från tionde till sjunde plats på rankinglistan. Samarbetet med märkesföreningen är gott, företagsbilarna har blivit fler och Seat har största andelen privatleasing inom VW-familjen.

Nyligen fick servicemarknadschefen Clas Johnzon ta emot pris för Seat för koncernens bästa eftermarknad.

– Personalengagemanget är stort och det är roligt när flera i organisationen krediteras i GA-enkäten, säger Per Brinkenberg. ☺

## VIKTIGAST AV ALLT

Lönsamheten är det centrala, men allra viktigast för återförsäljarnas nöjdhetsrelation är relationen med generalagenten. Det är som det brukar, enkätfrågor som rör tillit, snabba svar, infriade löften och relationsskapande insatser som både anses viktigast och har största korrelation med märkenas totala betyg. Det gäller också omdömena om generalagentens organisation och ledning. Det är alltså som i livet i övrigt; det är det pålitligt fundamentala som värdesätts mest.

Överraskande nog, även om problem med garantihanteringen, datastöd och it-frågor kan vara nog så irriterande, tycks sådant gnissel inte nagga det totala omdömet av generalagenten särskilt mycket i kanten. Det bekräftar ännu mer hur betydelsefull en öppen och ärlig relation är för affärsförbindelsen.



## SCANIA-ÅR MED MODELLSKIFTE

Tio års utveckling och 20 investerade miljarder har Scantias nya modellprogram kostat, men Johan Karlsson, direktör lastbilsmarknad, är väldigt nöjd.

– Modellprogrammet har tagits väl emot av både kunder och återförsäljare. Alla i organisationen har gjort ett kanonjobb och varit engagerade och slitit hårt för att få allt att fungera, säger han.

Det innebär att Scania för tillfället befinner sig i en situation där de både har en befintlig modell och en ny modell med

ännu bättre bränsleförbrukning. Hela modellskiftet kommer att ta ungefär ett år.

Den nya större hytten med fler tillbehör ger återförsäljarna möjlighet att följa lastbilarna digitalt, så de kan erbjuda underhåll i rätt tid.

– Men den kanske absolut viktigaste förbättringen är att Scania lyckats sänka bränsleförbrukningen ytterligare fem procent jämfört med den befintliga modellen. Detta ger direkt en positiv påverkan på kundernas ekonomi, säger Johan Karlsson. ME

## POPULÄRT OUTSOURCA UTBILDNING

Sedan introduktionen av S90 och V90 för ett år sedan har Volvo Cars outsourcat sin utbildning till Training Partner. Det är de inte ensamma om. De senaste åren har Training Partner vuxit rejält, och hade drygt 20 procent högre omsättning 2015 jämfört med 2013. Tillväxten fortsatte även i fjol. Kattarina Lundborg, platschef på anläggningen i Arlanda, vill inte berätta exakt vilka varumärken man arbetar med, men säger att de på något sätt arbetar med alla märken i GA-enkäten. NA

## Bättre index ...

De här märkena har procentuellt förbättrat sitt placeringsindex jämfört med i fjol:				
Audi	+9,6	Renault	+3,5	
VW trp	+7,5	Scania	+2,5	
Opel	+6,8	Mercedes-Benz PB	+1,9	
Skoda	+6,6	Honda	+1,8	
Isuzu	+6,5	Nissan	+1,8	
Seat	+5,8	Mazda	+1,1	
VW	+4,5	Suzuki	+1,0	
Volvo LV	+3,8			

## FLYTTFÅGLAR

Under året som gått flyttade Ford sitt huvudkontor från Göteborg till Stockholm. Eller "tillbaka hem", som de säger själva. Kontoret ligger i samma fastighet i Frösundavik som SAS.

Flytten har varit tuff för återförsäljarna, inte minst eftersom flera ledande befattningar stått obesatta i väntan på rekryteringar.

– Tack vare talmod från våra återförsäljare lyckades vi genomföra nyanställningar snabbt utan att tappa fart i försäljningen, säger Christian Lysholm.

När nu de flesta tjänsterna är tillsatta kan marknadschef Christian Lysholm och försäljningschef Mikael Antonsson tillåta sig att slappa i de nyköpta säckarna på nya kontoret. ME

## OMRÅDEN DÄR ALLA PRESTERAR BRA

På totalt sju frågor ligger samtliga märken över 3 i betyg. Två av dessa handlar om produktkvalitet: Lyhördhet för återförsäljarnas synpunkter inom produktkvalitet och att produktkvaliteten på generalagentens bilar är konkurrenskraftig. Uppenbarligen finns det en tro på produkterna som handlarna sätter.

Det märks också att det är

fördelaktigt att låna pengar för tillfället. Inte mindre än tre finansfrågor får höga betyg: Är du nöjd med finansbolagets konkurrensförmåga? Är du nöjd med deras service? Är du nöjd med deras produkter?

Övriga två frågor där betygen är tre eller bättre för samtliga märken är generalagentens kändedom om reservdelar, samt kvaliteten på serviceteknisk utbildning. NA

## ... och sämre

De här märkena har försämrat sitt index jämfört med i fjol:				
Subaru	-1,0	Toyota	-8,2	
Citroën	-1,2	Fiat	-8,4	
BMW	-2,0	Kia	-10,3	
Volvo PV	-2,2			
Ford	-2,7			
Hyundai	-2,7			
Peugeot	-6,5			
Mercedes-Benz KF	-7,1			

## SUBARU TOPPAR FLEST GÅNGER

Det är enkätens två högst placerade märken som dominerar på första-platserna i årets enkät. Kanske inte helt oväntat. Subaru och Volvo Cars lägger beslag på över hälften av alla förstaplats, eller 52 procent. Av dessa bägge är det Subaru som kommer hem allra flest förstaplaceringar.

Enkätens totaltvå är bäst av alla märken på 38 av enkätens 133 frågor där en vinnare kan urskiljas.

Volvo Cars vinner 27 frågor. Efter dessa bägge dominerar i ordning VW (20 vinster), Mercedes-Benz kommersiella fordon (16 vinster), VW transportbilar (12 vinster), Mercedes-Benz personbilar (11 vinster), BMW (3 vinster) samt Scania och Isuzu som vinner var sin fråga. Seat är det högst placerade märket i totalistan som inte slutar högst på någon fråga. NA

## HYUNDAIS HANDLARFÖRENING ANSTÄLLER BILBRANSCHRÄV

Efter det klena resultatet i årets GA-enkät, där Hyundai sjunker nära tre procent och hamnar på en 18:e plats, tror nu GA och ÅFF på bättre tider. En nyordning i hur ÅFF är organiserade ska lyfta kommunikationen. Hyundaihandlarna har tidigare saknat någon utanför ÅF-leden som kan representera kåren. Men i och med att ÅFF-styrelsen nu anlitar den rutinerade bilmarknads mannen Thord Hägg som extern ordförande kommer ansvaret för kontakten mellan parterna inte längre att tynga en av handlarnas axlar. Thord Hägg har lång erfarenhet av att representera GA-sidan. Han har varit vd för Ford Sverige, samt chef för Renault och Mitsubishi i Sverige. Under Mitsubishi-tiden var han dessutom ordförande för de då GA-ägda ÅF-bolagen. Närmast kommer han från en landstingschefpost i Uppsala. RJ

## GEMENSAM ARBETANDE STYRELSE DEL AV OPEL-LYFTET

Opel ökar rejält i index. En orsak är att samarbetet mellan generalagenten och återförsäljningsföreningen kom att lyftas till en högre nivå under 2016. Enligt den för året nye vd:n Lasse Grundström har många surdegar betats av tack vare tätare möten. Men det bättre samarbetsklimatet beror inte bara på fler möten i

samarbetsrådet. ÅFF och GA arbetar numera mycket nära varandra. Samarbetsrådet har hjälp av en sälj- och marknadsstyrelse som består av representanter från både ÅF och GA. De jobbar ihop som ett team och lägger fram förslag till beslut inför samarbetsrådet, vilket har underlättat samarbetsprocessen, enligt GA. RJ



## NY TALESMAN FÖR VOLVO LASTVAGNAR

I år är det Stefan Strand som kommenterar betygen för Volvo Lastvagnar Sverige. Han är ny vd sedan årsskiftet.

– Jag brinner för kunder och relationer och har mer än 30 års erfarenhet av den svenska marknaden. Nu får jag möjlighet att direkt påverka den, det känns utmanande och roligt, säger Stefan Strand.

Han blev samtidigt också ny vd på Volvo Truck Center, som är en av Volvo Lastvagnar helägd återförsäljare av lastbilar i storstadsregionerna.

Stefan Strand kommer närmast från jobbet som vd på Borås bil. Dessförinnan har han haft ledande positioner på Volvo Truck Center som försäljningschef och regionchef. Han har också varit ansvarig för "fleet sales" för den nordiska marknaden på Volvo Lastvagnar.

– Jag har jobbat på bägge sidor och vet hur det hänger ihop. Nu är jag tillbaka på generalagentssidan, säger han.

Stefan Strand ersätter Hans Börjesson på bägge positionerna. Hans går vidare till Volvo Lastvagnars Europadivision. NA

## VINNARNAS STARKA RESPEKTIVE SVAGA OMRÅDEN

Många märken har påfallande starka respektive svaga områden. Volvo Cars är till exempel överlägsna på finansieringsområdet där de tar hem fyra av fem frågor. Det är bara på frågan om återförsäljarna är nöjda med generalagentens administrativa system för finansiering, som Isuzu bryter sig in och tar sin enda förstaplats i enkäten.

För VW är motsvarande område företagsförsäljning där man erövrar fyra förstaplats av sex möjliga. Subaru är starka på garantier där märket är etta på fem av nio frågor. Intressant är att Mercedes-Benz kommersiella fordon är etta på övriga fyra frågor på området. NA

VW transportbilars starkaste område är tveklöst hur återförsäljarna värderar generalagentens arbete inom bilförsäljning när det gäller affärsledarskapsförmåga, förståelse för den lokala marknaden och fullföljande av givna löften. Här briljerar VW trp med idel förstaplats. Notabelt är hur svagt de bägge Mercedes-Benz-märkena presterar på finansieringsområdet, bland de sämsta i klassen faktiskt, och en viktig förklaring till varför de har trillat ner från pallplatserna. För Volvo Cars del är akilleshälen tillgången på bilar och leveransprecisionen. Här landar man mitt i fältet och med relativt kraftiga tillbakagångar. NA

## LÄS MER WEBBEN!

✓ På [mrf.se](http://mrf.se) finns intervjuer med alla 27 generalagenter och återförsäljningsföreningar där företrädarna kommenterar sina resultat och ger orsaker till betygsförändringar.

✓ På redaktionsbloggen [www.mrf.se/Motorbranschen](http://www.mrf.se/Motorbranschen) har vi lagt ut rörliga inslag från vimlet på prisutdelningen som ägde rum på Upplands Motor i Kista, norr om Stockholm.

# VW-gruppens svaga länkar har stärkts

Den inneboende trögheten i VW-gruppen (VAG) verkar börja luckras upp. För samtliga märken ger återförsäljarna högre betyg i år för de traditionellt svaga områdena – garantihanteringen, kundnöjdhetsmätningarna, finansbolaget och datasidan. Rent av har Dieselgate bidragit positivt.

TEXT ING-CATHRIN NILSSON

TUNGRODDA SYSTEM och byråkratisk fabriksstyrning har genom åren sänkt snittbetygen i GA-enkäten för VW groups märken. Men det ser ut att börja lossna och fortsätter det i den stilen kan mer än ett märke bli tuffa konkurrenter om tätplatsen kommande år. Sannolikt hade många servicemarknadsfrågor fått höge betyg om systemen hade varit enklare och den digitala kommunikationen mellan handlarna och generalagenten löpt smidigare.

Men något har hänt. Kanske är det som återförsäljningsföreningens vd Pontus Lövrup säger, att en ny ödmjukare kultur har börjat formas hos tillverkaren efter avgasfusket:

– Vår tolkning är att fabriken har gett generalagenten större frihet efter Dieselgate. Saker som tidigare har varit hänfödda till Wolfsburg kan avgöras i Södertälje nu. Vi och generalagenten krokade arm efter det förfärliga fusket och vi gav oss fan på att slutkunderna inte skulle drabbas. Vi har ett väldigt bra samarbete i dag.

✓ Kundnöjdhetsmätningarna genomgår ett generationsskifte; de är betydligt enklare och det förhatliga "utomordentligt nöjd" är borta.

– Vi har tjatat om detta under många år och är euforiskt nöjda, även om det nya systemet förstås kan ha sina barnsjukdomar, säger Lövrup.

✓ Garantihanteringen upplevs fortfarande krånglig och tidsödande, men det går åt rätt håll. Det har delvis skett en omorganisation inom VAG och beräkningen av ersättningsnivåer är ändrad.

– Det är bättre, men fortfarande inte bra. Vår servicemarknadsansvarige Ronald Speich har engagerat sig hårt i garantihanteringen och Joachim Due-Bojes garantiutredning från MRF har varit ett bräckjärn.

✓ Finansbolaget slutligen, vars låga betyg har varit ett sorgebarn för generalagenterna och som märkescheferna är efter år har lovat ta gemensamma krafter för att förbättra. Det har pratats om "politiska orsaker" bakom missnöjet med Volkswagen Finans konkurrensförmåga; återförsäljare som levererar bil vill ju ha snabba svar och pengarna utan dröjsmål.

Nu skjuter betygen spikrakt i höjden, på samtliga områden. Vi måste gå till vd:n Jens Effenberger och fråga vad som gjorts ...?

– En hel del faktiskt, svarar han och berättar om en finslipning av produkterna, bland annat för privatleasingkunderna och en helt ny tjänst för företagskunder till exempel dem med transportbilar.

– Vi har ökat personalstyrkan med mer än



tio procent och bland annat plockat in folk från återförsäljarsidan som förstår handlarnas verksamhet. Tillgängligheten har blivit betydligt bättre både för återförsäljarna och konsumenterna.

– Men framför allt har vi en bättre och tätare kommunikation, både med enskilda återförsäljare och SVÅ. Vi har bildat ett gemensamt finansråd där vi fattar beslut i viktiga frågor.

Pontus Lövrup berättade redan i fjol att ett nytt avtal, med bland annat bättre räntevillkor, var under utveckling.

– Finansprodukten har sugits med i det förbättrade samarbetet och det har varit hedervärt av fabriken att se till att säkra räntemarginalen för återförsäljarna trots att koncernens kreditrejting påverkats negativt av dieselaffären, säger han i år. ☺ ICN



"VI HAR ÖKAT PERSONALSTYRKAN MED MER ÄN TIO PROCENT OCH BLAND ANNAT PLOCKAT IN FOLK FRÅN ÅTERFÖRSÄLJARSIDAN SOM FÖRSTÅR HANDLARNAS VERKSAMHET"



# Säljare

MAN är en av världens ledande tillverkare av kommersiella lastfordon och är den näst största lastbilstillverkaren i Europa.

I Sverige fortsätter vi vår expansion och söker duktiga säljare både till Helsingborg, Jönköping och Stockholm.

Jobbar du inom eller har en stark anknytning till kommersiella fordon och har ett sinne för affärer? Då är detta rätt jobb för dig - Ansök idag!

För mer information om rollerna och för att ansöka, besök [www.autorekrytering.se](http://www.autorekrytering.se) Kontakt: Jens Ström 08-409 144 46



## Autorekrytering



Finnvedens Lastvagnar är Sveriges största privata återförsäljare av Volvo Lastvagnar, med verksamhet på 19 anläggningar i Småland, Blekinge, Västergötland och Skåne. Företaget bedriver försäljning av Volvo Lastvagnar, service av lastvagnar och bussar, försäljning av reservdelar samt tillhandahåller tilläggs-tjänster så som finansiering, hyrlast och serviceavtal. Bolaget omsätter ca 1 miljard kronor och har ca 330 anställda. Finnvedens Lastvagnar ingår i Liljedahl Group som omsätter ca 10 miljarder kronor och har ca 1 200 anställda.

## FINNVEDENS LASTVAGNAR SÖKER: LASTBILSMEKANIKER

### Vill du arbeta med branschens bästa lastbilar och bussar?

Då kanske du är nästa viktiga kugge på någon av våra verkstäder. Välkommen med din ansökan och övertyga oss om att du precis som vi alltid vill kundens bästa och är en kollega att räkna med i vått och torrt. Om vi får önska något så vill vi att du har minst ett par års erfarenhet som lastbilsmekaniker. Har du dessutom riktigt bra koll på elektronik betraktar vi det som en fullträff.

Just nu söker vi mekaniker till: **Smålandsstenar • Västervik • Växjö**

Läs mer om alla våra lediga tjänster på [www.finnvedenslast.se](http://www.finnvedenslast.se).

### Skicka in din ansökan redan idag till:

[career@finnvedenslast.se](mailto:career@finnvedenslast.se)

Bifoga ditt CV och personliga brev i ansökan.

För frågor om tjänsten kontakta Servicemarknadschef

Michael Hofverhagen på tfn 0480-42 13 10 eller

Servicemarknadschef Åsa Gustavsson på tfn 036-34 82 05.



# Chef i branschen

TEXT NELLIE PILSETNEK

## FRÅGA TRE

### Varför har du valt att bli chef?



#### JESPER BJARNHAGEN, vd på S:t Olof Bil i Uppsala

– Jag när jag gick in som ägare valde jag också att bli vd, jag har ett stort intresse i företaget, bilar och försäljning. Jag har blivit kunnig med tiden; jag tog över 2007. Jag blir mer medveten och gör saker mer genomtänkta nu än i början, det är en kombination av att jag blivit äldre och fått mer erfarenhet.



#### JOAKIM EKLUND, vd och ägare på Öbab i Örebro

– Det har jag inte valt, jag bara blev det när jag startade bolaget för 30 år sedan. Visst är det roligt att få vara chef och att få vara med överallt på alla avdelningar. Jag tror inte riktigt att mina anställda tycker att jag räcker till överallt – har för mycket att göra.



#### ANDERS MARTELEUR, operativ chef på Holmström Bil i Västervik o Vimmerby

– Det var väl ingen annan som ville 1987, så det var inget val – nej, jag skojar. Det har sakta vuxit fram genom åren och fått mogna. Jag har varit i chefsposition sedan 1987 – jag är nog ganska klar och tydlig och har fokus på att folk ska ha det bra och kul på jobbet.

## Chefen tveksam till arbete hemifrån

Fyra av tio chefer tror inte att deras medarbetare presterar lika bra hemma som på kontoret, samtidigt som medarbetarna vill ha ett flexibelt arbete. Så många som 48 procent av deltagarna i en Sifo-undersökning, med över 1 000 arbetstagare och drygt 500 chefer, vill arbeta mer fritt. Nio av tio tycker att det är viktigt att kunna bestämma över sin arbetstid.

– Den digitala tekniken ger oss helt nya möjligheter att jobba mer flexibelt och samtidigt mer effektivt, säger Christian Strömlid, marknadschef på Telenor Företag, till Dagens Industri.

Men samtidigt ifrågasätter alltså cheferna om frihet under ansvar verkligen fungerar – fyra av tio chefer är tveksamma. Christian Strömlid tror att det beror på dåliga erfarenheter, men han tror på flexibilitet.



"DET HÄR MED GLOBAL UPPVÄRMNING HITTADES BARA PÅ AV KINESERNA"

USA:s president Donald Trump tror inte på den globala uppvärmningen

### FORSKNING

## Svårt att uppfatta sig själv

785 chefer filmades under sitt arbete och i möten med medarbetare av Simon Elnäs, beteendeforskare på KTH, och hans forskarteam.

Sedan fick cheferna titta på filmerna och ta del av hur forskningsgruppen kodat deras beteenden efter 7 beteendekategorier och 21 beteenden. Allt för att visa vad ledarna egentligen gör, hur det uppfattas av medarbetarna och hur det påverkar medarbetarna.

Därefter presenterades resultatet, skriver IDG.se. Resultatet visade att chefer inte leder sina medarbetare som de tror ...



# 42%

av dem som är över 55 år tror inte att de kommer att vara borta någonting från jobbet på grund av sjukdom kommande tolv månadersperiod. Motsvarande siffra för personer som är yngre än 30 år, är 18 procent – det visar den senaste jobbhälsobarometern som ges ut av Sveriges Företagshälsor.

## BOK- & APPTIPS

### En liten bok om mål

Boken för dig, som vill ha begripliga mål och tydligare vägar för att nå de uppsatta målen. Enligt författarna Stefan Söderfjäll och Christopher Svensson upplever många att uppsatta mål i arbetet är svåra att förstå och sällan följs upp. Dessutom kanske de inte känns varken relevanta eller meningsfulla eller är motsägelsefulla eller för många. Samtidigt visar forskning att målarbete är ett effektivt sätt att motivera och engagera, främja trivsel, minska stress och påverka prestationer positivt.



### Ledarskap i osäkra tider



Författaren, Nils Bildt vänder sig till entreprenörer och ledare som vill bli bättre på att hantera osäkerhet utifrån statistiska bedömningar, prognoser och militära metoder. Författaren presenterar några av krigskonstens ledarskapsråd och hans avsikt är att applicera dem på modernt företagande och visa på hur han själv

använt sig av dem. Förordet om den politiska osäkerheten i världen, är skrivet av författarens bror, Carl Bildt.

# En virtuos I BILVÄRLDEN

Bo Anderssons karriär inom Rysslands största biltillverkare och GM är storslagen och rafflande. Med dubbelt medborgarskap är Detroit mer hemma än Stockholm, men det var här vi greppade tag i honom under ett Sverigebesök och fick en hoppfull framtidsbild, inte minst för återförsäljarledet.

TEXT ING-CATHRIN NILSSON / FOTO THRON ULLBERG

**O**ftare besöker han numera Asien än Europa, men sent kvällen före intervjun har Bo Andersson anlänt med flyg från Florida, via Köpenhamn och vidare med tåg till Stockholm. Flyget var försenat och det gick inte att klicka till sig en platsbiljett på ett senare tåg.

Osökt kommer vi in på digitalisering och ny teknologi, och alla "bredvidtjänster" inom bilbranschen som nya aktörer sniffar sig fram till.

Kan inte branschen själv ta kommandot, som den svenska bilhandeln precis står i start-

groparna att göra med den nya nätbaserade marknadsplatsen Wayke?

– Lätt att säga, men svårt att göra, säger Bo Andersson som ändå betecknar konkurrensnoten mot återförsäljarna som mindre än mot biltillverkarna (tyska posten bygger redan egna elbilar, berättar han).

Det är inte minst denne globetrotters relativt optimistiska syn på handlarledet som vi är nyfikna på. Bo Andersson tycker sig se att konsumenternas lojalitet är större gentemot handlarna än märkena.

Han vet visserligen att berätta om försök

med "varuautomatsförsäljning" av bilar i USA och tror på en fortsatt konsolidering, men säger samtidigt:

– Trots att riskkapitalister väldigt gärna vill hävda att bilförsäljning inte är up-to-date och det alltid har funnits intressenter som velat revolutionera bilförsäljningen, har de flesta försöken under de senaste femton åren misslyckats. Jag tror inte på koncepten. På GM köpte vi upp många återförsäljare, det var inte framgångsrikt. Service och kundomhändertagande har alltid varit grundläggande. Jag tror att även familjeföretagen kommer att förädlas. →

Fotograferingen äger rum i Rikssalen på Karlbergs slott där tre kungar ha bott och där Bo Andersson gick sin officersutbildning 1977-1978.



Bo Andersson är utpräglad rakryggad – i dubbel bemärkelse.



**BO ANDERSSON**

**ÅLDER:** 61.

**FAMILJ:** Hustru och två döttrar.

**BOR:** Delray Beach i Florida, fritidshus vid Glommen.

**KÖR:** En Range Rover Sport.

**GÖR:** Driver konsultbolaget BO Group.

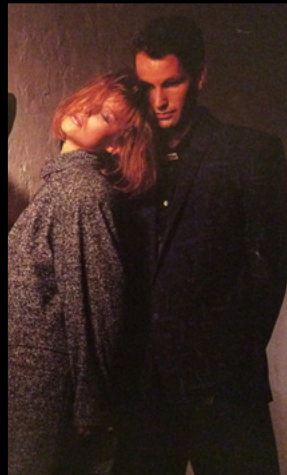
**GJORT:** Varit kökselev, modell, jobbat i ostfabrik, yrkesofficer (major), gått Poppus journalistutbildning, inköpsdirektör på Saab Automobile och General Motors, vd för Gaz group och Avtovaz.

**RESDAGAR PER ÅR:** "Allt för många".

**UPPVÄXT:** I Falkenberg med en far som var Domusföreståndare, en mor som var läkarsekreterare och en äldre syster som blev jurist och säger att "officer kan ju alla bli".

**FRITID:** Skidåkning, matlagning (från planering, inköp och mise en place, mest husmanskost), power walking.

**LÄSER:** Ny teknologi och (militär)historia.



Bo Andersson har haft många karriärer, här som modell tillsammans med supermodellen Eva Spegel.

**KULTURSKILLNADER**

Få har erfarenheter från bilindustrin i så många skiftande länder som Bo Andersson. Så här kännetecknar han fyra kulturer:

**TYSKLAND OCH SVERIGE:** Drivet av teknisk kompetens.

**USA:** Har fokus på försäljningsresultat, volymer och tillgänglighet.

**ASIEN:** Har en stark kultur av tillväxt.

**RYSSLAND:** Är annorlunda ...

**"I RYSSLAND FÖLJDES HAN AV MER ÄN EN LIVVAKT, TRÄFFADE PUTIN FLERA GÅNGER OCH UTNÄMNDES TILL EN AV LANDETS FRÄMSTA FÖRETAGSLEDARE"**

– Också om tillverkarna gärna hade velat sälja direkt från fabrik, är min uppfattning att de gynnas av starka återförsäljarnät; handlarna står ju för en stor del av finansieringen och lagerhållningen.

**UNDER SINA SEX** år i Ryssland, som vd först för privatägda Gaz group (största lastbils- och busstillverkaren) och sedan för halvstatliga tillverkaren Avtovaz (där Renault-Nissan är huvudägare) skickade han arbetare ut till återförsäljarna för att med egna ögon se hur bilarna de hade byggt togs om hand och vilka problem som kunde uppstå hos handlarna.

För att sätta fart på produktionen på Gaz lät han återförsäljarna förskottsbeta beställda bilar och sa till sina mellanchefer och medarbetare: "Bilen ni håller på att tillverka är såld och betald; därför måste ni bygga vidare". (En liten putslustig effekt av systemet var att många transportbils kunder beställde karosser i allsköns färger och det rullade ut metallicröda, -blå, giftgröna och brandgula bilar på vägarna).

**BO ANDERSSONS KARRIÄR** inom bilindustrin började när han lämnade sin militära bana som major 32 år gammal och gick till Saab i Trollhättan där han snart blev inköpschef. Därifrån rekryterades han till samma jobb på GM i Detroit och utvecklade inköpsorganisationen till att omfatta 47 länder. Han basade för inköp för 120 miljarder dollar och hade svindlande 190 000 komponenter i logistikflödet.

Detroit, där han bodde i femton år, har fortfarande en plats i hans hjärta. Där fick han sitt amerikanska pass och dubbelt medborgarskap (nej, han röstade inte i senaste valet).

– Där förväntades industrin bidra till den samhälleliga utvecklingen. Jag var styrelsemedlem både i ett sjukhus och en polisorganisation, involverades i samhället och kom nära verkligheten. Av alla platser i världen känns faktiskt Detroit mest hemma och jag ser mycket positiv utveckling där nu, inte minst för bilindustrin.

Av alla platser i världen ... ja, Bo Andersson är en kosmopolit i (bil)världen. Det är fråga om en karl som, i den utsatta positionen "som utlänning", fick gå rätt smärtsamt fram

med kvasten på den vikande amerikanska marknaden i början av 1990-talet och som sedan sparkade 50 000 medarbetare hos Rysslands största lastbils- och busstillverkare. Som införde nolltolerans mot korruption och alkohol – och som vände förluster till vinst på rekordtid.

Under tiden i Ryssland hade han följande mer än en livvakt, han träffade Vladimir Putin flera gånger och blev utnämnd till en av landets främsta företagsledare. Men han tackade nej till ryskt medborgarskap, för det erbjudandet var förbundet med reservationen att fränsäga sig det amerikanska.

Bo Andersson känns faktiskt ändå lite rysk i sitt korrekta uppträdande och ordkarga kommunikation; han är lätt att intervjua för han svarar koncist på frågorna utan persiljesnack – så länge frågorna inte blir för närgångna; till det privata släpper han oss inte, "det är uppgiften som gäller".

**NU ÄR HAN I** Stockholm för att prata på MRF:s årsstämma om globala trender inom bilindustrin; han saknar ju inte överblick. Vän av hard core och kalla fakta blir det en del siffror, som att världens bilindustri, om allt räknas in, omsätter ofattbara tio trillioner dollar. En extremt stor bransch, även om intjäningen inte är så stor.

Bo Andersson ser faktiskt ändå ganska ljus på hela bilindustrins framtid, åtminstone så långt går att överblicka.

– Det går fortfarande mot större och större bilar och flottan blir mer långlivad. Bilen är frihet och jag vet faktiskt inte vad alternativet skulle kunna vara, även om vi i metropoler kommer att få se en mix av olika transportsätt. I Kina är hyrcyklar den stora flugan. Självt åker jag gärna tunnelbana, jag gillar det.

Än så länge ser Bo Andersson ingen avmattning i bilbestånden; Asien är ju till exempel en enorm tillväxtmarknad, "och bilindustrin strävar ju efter att sälja dit det köps".

Och han vågar vara politiskt inkorrekt, tror inte att bildelning blir så jättestort, inte att elbilar kommer att utgöra mer än 25 procent år 2030 och inte att fullt förarstyrda personbilar kommer att trängas med analoga. Dieseln gissar han fasas ut och att drivmedlen kommer att mixas av bensin, el och kanske vätgas.

– Men de flesta trender drivs faktiskt av

begagnathandeln som är mer än dubbelt så stor än nybilsförsäljningen i USA.

**VALET AV MÖTESPLATS** är Militärhögskolan Karlberg där Bo Andersson började för fyrtio år sedan, på den 186:e kursen. Det är ett fyrahundraårigt slott och en av världens äldsta krigsakademier. Intervjun tar rum i Norra Pelarsalen under en originalmålning av Johan Hammer, en bataljmålning föreställande Slaget vid Breitenfeld 1631. Renässansljuset mäter oss.

Bo Andersson lämnade officerskarriären för att få vara mer operativ än administrativ; en kompis säger att han trivs bäst "mitt i skiten".

– Men mycket av den teknologi som finns i dagens bilar utvecklades faktiskt av militärindustrin för flera årtionden sedan, säger han.

Att han hamnade i bilindustrin handlade om en fallenhet för logistik och organisation samt ett stort biintresse; han hade satt in Porschemotorer i flera VW Saltkil.

Nu är han tillbaka på Karlberg på visit, brunbränd och italienskt skraddad med extravaganta skor av märket Santoni. Han hävdar att han inte gillar att shoppa, utan begränsar konfektionsinköpen till en gång per år, men då kan man vara säker på att det inte är till Dressman han går. Den eleganta outfiten till trots, i Ryssland drog han sig inte för att rörpula på toaletterna eller i personalrummen. Han byggde sjukstugor – medborgarhus – för personalen. Han införde vinstdelning, vilket ledde till stor motivationshöjning, ökad produktivitet och ett avsevärt minskat svinn.

**I DAG, FÖR** framträdanden av den typ han nyligen gjorde hos MRF, tar han inte betalt, det är mot hans principer. Han tar betalt av andra uppdragsgivare inom banksfären, bil- och kärnvapenindustrin som han i dag jobbar som konsult för, mestadels på asiatiska marknader. Han genomlyser företag och förbättrar processer och säger att allting egentligen bara handlar om tre saker:

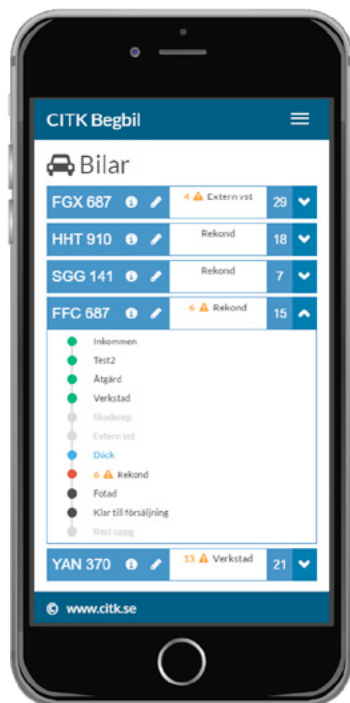
- ✓ Motivera människor.
  - ✓ Sätta upp mål.
  - ✓ Uppfylla målen.
- Lätt som en plätt!

Ofta får han frågan om han saknar Ryssland och svaret blir att det gör han på många sätt, inte minst människorna "som till stora flertalet är fattiga men lyckliga". Men frågan varför han lämnade Avtovaz i förtid förblir obesvarad; den anledningen ska inte få dagsljus. Dock får Bo Andersson många förfrågningar om att komma tillbaka, han har kontakt både med Gaz och ryska ambassadören och handelskammaren i Sverige. Om hans många äventyrliga erfarenheter från det stora landet i öster får han berätta en annan gång. ◎

# CITK Tools Begbil

## Full kontroll över begagnatflödet!

FGX 687	Inkommen	Test2	Åtgärd	Verkstad	Skaderep	Extern vst	Däck	Rekond	Fotad	Klar till försäljning	Rest uppg	29
HHT 910	Inkommen	Test2	Åtgärd	Verkstad	Skaderep	Extern vst	Däck	Rekond	Fotad	Klar till försäljning	Rest uppg	18
SGG 141	Inkommen	Test2	Åtgärd	Verkstad	Skaderep	Extern vst	Däck	Rekond	Fotad	Klar till försäljning	Rest uppg	7
FFC 687	Inkommen	Test2	Åtgärd	Verkstad	Skaderep	Extern vst	Däck	Rekond	Fotad	Klar till försäljning	Rest uppg	15
YAN 370	Inkommen	Test2	Åtgärd	Verkstad	Skaderep	Extern vst	Däck	Rekond	Fotad	Klar till försäljning	Rest uppg	21
JBP 592	Inkommen	Test2	Åtgärd	Verkstad	Skaderep	Extern vst	Däck	Rekond	Fotad	Klar till försäljning	Rest uppg	18



## Nu som molntjänst!

- Reducerad ledtid för begagnade bilar på väg till försäljning
- Upptäck "flaskhalsarna" i tid
- Full kontroll över begagnatflödet
- Öka marginalerna på begagnatförsäljningen

För mer information kontakta  
[Sigge.Dufvander@citk.se](mailto:Sigge.Dufvander@citk.se), alt. 019-611 30 30



Sluta bita er fast vid det förflutna och kasta er in i framtiden. Det är där de nya idéerna och vinsten finns, säger den framgångsrike italienske lastbilsåterförsäljaren Gianandrea Ferrajoli som är ordförande i Cecras sektion för tunga fordon. Han ser bara möjligheter med allt som framtiden för med sig. – Vi ska inte vara taxiförarna som kämpar mot Uber, vi ska vara Uber, säger han bestämt.

TEXT & FOTO KRISTINA WALLIN

ITALIENSK LASTBILSGIGANT

# VINNARE

# som växlat om

## "OM FEM ÅR KOMMER BRANSCHEN ATT VARA OIGENKÄNNLIG"

GIANANDREA FERRAJOLI



För den framgångsrike Gianandrea Ferrajoli är framtiden för branschen spännande och han är full av tillförsikt.

**S**olen försöker komma fram bakom molnen, som döljer hela det sovande Vesuvius. I Nocera Superiore vid dess fot går vardagslivet framåt som vanligt, med fula byggnader i långa rader, bilköer och mopeder som kränger sig fram mellan bilarna.

Men allt går inte i de vanliga fotspåren här. I staden finns en av Italiens mest framgångsrika återförsäljare av lastbilar, Mecer. Och det tack vare vd:n Gianandrea Ferrajoli, som med sina idéer och visioner har gjort familjeföretaget till ett av de största och viktigaste i branschen.

– Vi måste vara kreativa och nyskapande om vi vill utvecklas och överleva. Den gamla världen är död och begraven. Vår bransch blir allt mer sofistikerad, och det måste vi också bli, säger han full av entusiasm.

Gianandrea såg möjligheterna när han kom hem på semester från ett jobb på Londonbörsen 2009. Hans pappa ville sälja företaget, men Gianandrea bestämde sig för att stanna kvar och utveckla det. Mitt i den värsta krisen, där försäljningen i Italien halverades och återförsäljarna drog ner eller gick i konkurs, började

han alltså att göra stora investeringar.

– Jag hade analyserat massor av företag under min tid i London och New York, så även om jag inte hade någon erfarenhet av lastbilsförsäljning, kunde jag den finansiella delen. Företaget var sunt, med enorma ekonomiska resurser som bara fanns där utan att användas. Jag bestämde mig för att låta dem ge företaget en ny framtid, säger han.

**HANS IDÉ VAR** enkel – och visade sig vara genialisk. Det handlade om att se krisen som avstampet för att växa i hela södra Italien. Han utnyttjade konkursade återförsäljares kontaktnät och verkstäder, som han använde till att bygga upp ett servicenät, det största i Italien.

– Vi utvecklades i tre steg. De första två åren ägnade jag åt att förändra företaget internt och nyanställa unga människor med datateknik-kunskaper. Sedan satsade vi på digitaliseringen. Först när allt detta funkade började vi växa utåt.

I princip fungerar Mecer som en paraplyorganisation. 26 verkstäder ingår i nätverket. Dessa är fristående, men får praktisk och finansiär hjälp från huvudkontoret. Det handlar om hjälp med att få i gång det digitala nätverket, hjälp med administration och bokföring, förhandla fram bra

Mecer har blivit Italiens största lastbilsåterförsäljare.



villkor hos bankerna och distribuera reservdelar.

– Det är ett avtal vi alla vinner på. Verkstäderna slipper tänka på det administrativa och vi når ett nätverk till våra kunder. Vi köper in reservdelar i stora mängder och får bra pris.



← När Gianandrea Ferrajoli började analysera sin familjs företag insåg han att det fanns utrymme för stora investeringar.

### MECAR

**STARTADES** 1952 av Gianandrea Ferrajolis farfar. Företaget växte sedan lokalt och var ekonomiskt stabilt.

**SEDAN** Gianandrea tagit över 2009 har företaget blivit det största i Italien inom branschen. Hans investering för att skapa ett nätverk av verkstäder i södra Italien har visat sig vara en succé. I dag ingår 26 verkstäder i nätverket och Mecer har ytterligare fyra försäljningsställen i södra Italien och fem reservdelslager.

**2010 STOD** fordonsförsäljningen för 80 procent av inkomsterna. I dag är de enbart 20 procent.

## "MECAR FUNGERAR SOM EN PARAPLYORGANISATION MED 26 VERKSTÄDER I ETT NÄTVERK"

Trots att vi har ett pålägg på det så blir priset till verkstäderna mycket bättre än om de köper från andra håll, berättar Ferrajoli.

Trots det har Mecer försäljare som åker runt till verkstäderna och säljer olja och till viss del reservdelar.

– I teorin ska de köpa allt från oss, men i praktiken fungerar det inte så. Alltså måste vi ha folk ute som stimulerar inköpen från oss.

**NÄR GIANANDREA TOG** över företaget tjänade det 80 procent på fordonsförsäljningen. I dag står den bara för 20 procent. Resten kommer till största delen från nätverket.

Mecer satsar just nu på flytande metan, även om deras kunder inte kan använda det när de kör i södra Italien. Det finns nämligen ingen möjlighet att tanka där.

– Våra kunder köper biogaslastbilar för att köra från Parma och norrut. Men det är detta som är framtiden, så vi måste finnas med här, konstaterar han.

**Vilka är de stora möjligheterna för lastbilsåterförsäljarna i Europa? Och hur ska de kunna utnyttja dem?**

– Med internetförsäljningen, som kommer stort, blir efterfrågan på miljövänliga lastfordon enorm. Där måste vi vara steget före och kunna erbjuda kunderna det de vill ha, så fort de vill ha det. Plus att vi måste utveckla våra företags teknologi och digitala system, så att de ger maximalt, svarar Gianandrea.

– Jag brukar säga att vi måste vara som Uber, som såg en ny möjlighet och tog chansen. Vi får inte bli taxiförarna som hamnar på efterkälken och protesterar för att världen förändras.

**I SEPTEMBER FÖRRA** året valdes Gianandrea till ordförande för Cccras lastbilsdivision. Då hade han bara varit aktiv i organisationen i ett år.

– Det är klart jag är stolt över att ha blivit vald. Och det är så intressant att vara med om denna revolution vi har framför oss, utropar han.

– Om fem år kommer branschen att vara oigenkännlig jämfört med i dag. I närmare hundra år har lastbilarna sett i stort sett likadana ut och fungerat ungefär på samma sätt, men nu kommer det att förändras. Elektriska transportbilar för leveranser i städer kommer stort till exempel. Mitt råd till alla kollegor är: Sluta att klaga över att det inte är som förr och se möjligheterna! ☺

### Gianandrea Ferrajolis AFFÄRSFILOSOFI:

- 1. Se över ditt datasystem och se till att det är effektivt!**
- 2. Kolla in möjligheterna där du säljer! Behövs det kanske mindre transportbilar för internetbeställda leveranser?**
- 3. Försök tänka i nya banor och var ett steg före marknaden!**
- 4. Få en bra mix av äldre erfarna anställda och unga nyanställda! De ser världen med olika ögon.**
- 5. Bygg upp ett nätverk med verkstäder! Det hjälper dig vid försäljning och blir en viktig del av din verksamhet. Om du köper in reservdelar till alla verkstäderna får du en vinst på försäljningen samtidigt som det blir billigare för dem.**
- 6. Tänk positivt, se framåt och var inte nostalgisk! Den gamla världen som fanns innan krisen kommer inte tillbaka.**

# MARKNADS- TORGET

☉ För annonsering under Marknadstorget, kontakta Björn Olsson på 08-701 63 25 eller marknad@motorbranschen.se.



FOTO ÅKE WESTIN

## Dataliner®

Dataliner har av försäkringsbolag samt biltillverkare godkänd utrustning för klass 1 och klass 2 verkstäder



**INDUKTIONS-  
VÄRMARE**  
- Sveriges billigaste  
- 5.2kW  
- Vattenkyld  
**KAMPANJPRIS**  
**25.000:-**



**SPEEDLINER  
PRO 400**  
En komplett rikt-  
station för alla  
förekommande  
stålskador, med  
2st pistolhandtag



**GYSPOT  
PTI-s7**  
- 14 500 A  
- Easy läge  
- Transformator i  
handtaget  
- Låg ingående  
ström



Medlem i  
**FVU** Fordons  
Verkstads  
Utrustarna

Dataliner AB • Box 5070 • 630 05 Eskilstuna • Tel. 016- 14 71 40 • Fax. 016- 12 28 71 • www.dataliner.se • info@dataliner.se

www.lackeringsanlaggningar.se

Sprut & torkboxar Kombiboxar Lastbilsboxar



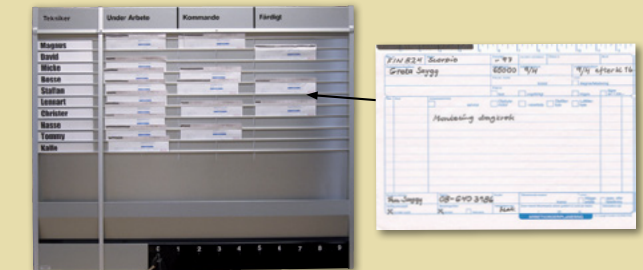
**Paint pockets Färgfälla**  
Syntetisk färgfälla med hög verkningsgrad.(99,84%)

Vi har mångårig erfarenhet av målningsanläggningar.

**AB Lackerings-  
ANLÄGGNINGAR**

Tel: 0171-541 40 Fax: 0171-571 80  
e-post: info@lackeringsanlaggningar.se

Planeringstavlor & Nyckelskåp



Glöm alla kalendrar, lösa lappar, planeringsblock, listor, svårhanterade dataprogram och dåligt kom-ihåg. Våra planeringstavlor gör det enkelt att planera. Alla kan på ett tydligt sätt se beläggning och planering. Vi har också kalkylur för stämpling av garantireparationer.



Vi har ett stort utbud av säkerhets-  
klassade nyckel- och dokumentkåp.  
Till dessa finns ett urval av tillbehör  
och tillval.

Mer info finns på www.frobergs.se  
eller i vår katalog.

Beställ gratis katalog!

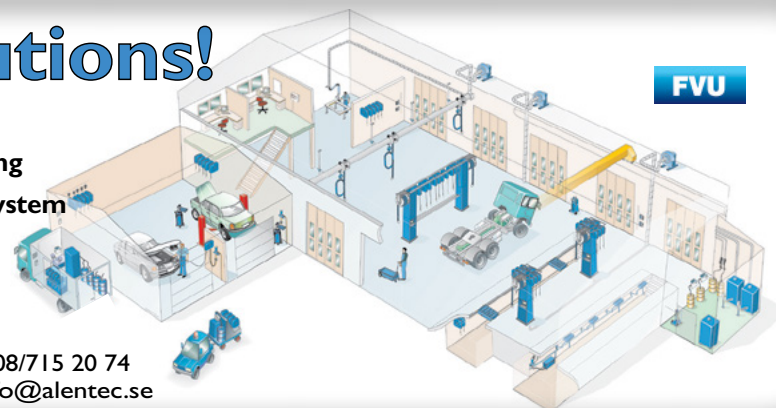
**Fröbergs**

**Tre Funktioner**  
- Ett Fröbergs företag

AB John Fröberg • Box 909 • 612 25 Finspång  
Tel: 0122-861 10 • info@frobergs.se • www.frobergs.se

## We provide solutions!

- ◆ Oljetrustning
- ◆ Mätssystem -  
koppling administrativt system
- ◆ Avgas &  
högvakuumsystem
- ◆ Fettutrustning
- ◆ Vätskeutrustning
- ◆ Övervakningssystem



**FVU**

**ORION®**  
Alentec & Orion AB SWEDEN

Tel 08/747 67 00 Fax 08/715 20 74  
www.alentec.com info@alentec.se

Jobba smartare,  
inte mer!

Söker du en partner inom affärssystem med inriktning på återförsäljare, verkstäder och grossister i fordonsbranschen? Vår affärsidé är att, med effektiva IT-lösningar, bidra till ökad lönsamhet för våra kunder. Hör av dig!

08-792 64 60 | infoflex.se

Affärssystem för fordonsbranschen **infoflex**

**Verkstadschefens  
favoriter!**



Sorterat och klart på - www.fvu.se

**autogloben**

2015  
31-1  
JAN FEB

**FVU** Fordons  
Verkstads  
Utrustarna

**LUPIN  
MOTOR**

Motorbranschens största certifieringsprogram



Nu över 1500 certifierade skadeverkstäder

www.autoteknik.info



Från tyska  
**HOFMANN**  
duolift MTF 3000

2600 mm  
**3 ton**  
**23.300 kr**

leasing fr. 488kr/mån.  
Fundamentsfri tvåpelaryft med tre tons kapacitet.

Nyhet - Hofmann duolift HL 3500 hydraulisk tvåpelaryft.

Helt ny modell anpassad för både personbilar och medelstora transportbilar.

Versymmetric® armbeslag med tredelade armar både fram och bak samt en extra vinkel på främre armarna ger maximal flexibilitet.

Dubbelkommando, manöverpaneler på båda pelarna ingår som standard.



**NYHET!**  
**HOFMANN**  
duolift  
HL 3500  
**3,5 ton**  
**Kampanj:**  
**29.500 kr**  
leasing fr. 580kr/mån.



**Rotary**  
SPOA3.5T  
**3,5 ton**  
**- Hydraulisk**

Prisexempel SPOA3T-EH1:  
**27.900 kr**

Ny modell med ännu bättre asymmetri, tack vare tredelade armar fram. Optimerad för personbilar och mindre transportfordon.



**Rotary**  
SPO 45E  
**4,5 ton**  
**- Hydraulisk**

Prisexempel SPO45E-EH1:  
**37.900 kr**

Hydraulisk tvåpelaryft. Passar perfekt till både transport- och personbilar.



**OMA**  
Modell 532LP3.5  
**3,5 ton**

532LP3.5 är en lågprofil saxlyft med endast 98 mm lägsta höjd och 2000 mm lyfthöjd. Uppkörningsramparna följer med upp = frött golv.

**44.200 kr**  
leasing fr. 844kr/mån.

varmgalvansierade bottenramar



**NYHET!**

**1.800 kr/sats**

Långa lyftgummiblock "Limpor" istället för små gummiblock är mycket bekvämt och praktiskt, finns i två tjocklekar, 45 mm och 70 mm.

Universalramper 1000x500x30 mm i gummi, för att köra upp låga bilar på saxlyftar. Levereras i sats om 4 st.



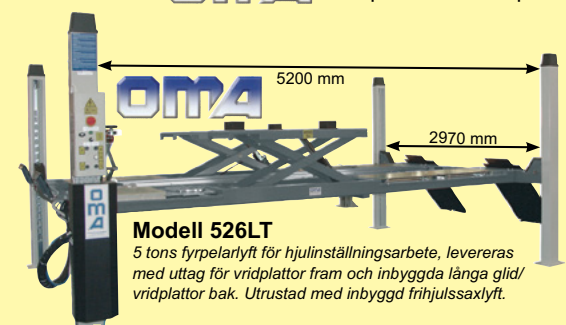
Modell 505C  
**4 ton**

Modell 505C - fundamentfri tvåpelaryft

Speciellt för dig med en verkstad som har begränsad takhöjd kan vi nu erbjuda en tvåmotorig elektroniskt synkroniserad tvåpelaryft med fyra tons kapacitet från Italienska OMA.

Låg pelarhöjd gör att det går att installera denna lyft även i lokaler med begränsad takhöjd.

Tredelat teleskopiska lyftarmar och ett bra innermått mellan pelarna gör att denna modell passar till i princip alla slags personbilar och transportbilar.

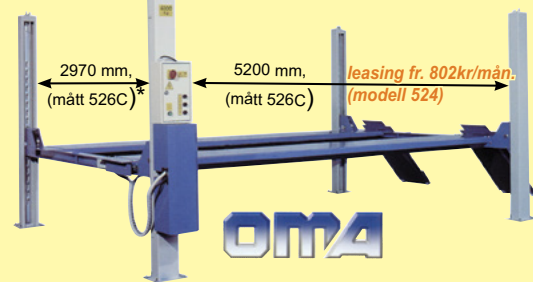


**OMA**  
5200 mm  
2970 mm

Modell 526LT

5 tons fyrapelaryft för hjulinställningsarbete, levereras med uttag för vridplattor fram och inbyggda långa glid/vridplattor bak. Utrustad med inbyggd frihjulssaxlyft.

**Modell 524 4 ton 41.900 kr**  
**Modell 526C\* 5 ton 52.300 kr**  
**Modell 526LT 5 ton 84.900 kr**  
**Modell 528C 8 ton 78.900 kr**



2970 mm (mått 526C)\* 5200 mm (mått 526C) leasing fr. 802kr/mån. (modell 524)

**Modell 526C**  
5 tons fyrapelaryft med låg uppköringshöjd och långa körbanor. Allroundlyft som även klarar större fordon. Hög lyfthöjd, automatiska säkerhetsspärrar och snabblyftande hydraulpump är andra finesser som är särskilt värda att nämna.



Modell 542RA

Tryckluftdriven frihjulskraft med en lyfthöjd på 410 mm. Bra räckvidd på de utdragbara lyftarmarna. Kan även monteras på körbanelyftar av andra märken.

Mod. 537/2 - Däck- & rekondlyft  
• Låga körbanor - bara 95 mm  
• Stabil konstruktion - 3 tons lyftkapacitet

**25.900 kr**  
leasing fr. 515kr/mån.

Mod. 537C - 3 tons kapacitet  
• bredare & längre lyftbord för även större fordon  
• 20 sek. lyfttid och sänktid

**29.900 kr**  
leasing fr. 587kr/mån.



# HOFMANN

**geodyna 7100**  
En motoriserad lågvarvsmaskin som även har viktsplitprogram. 2-D automatisk inläsning av fälgmått m.m. Tar liten plats



**geodyna 960**  
**18.000 kr**  
leasing fr. 373kr/mån.

**geodyna 7200**  
Kompakt, och enkel att använda, med bildskärm



**geodyna 7200**  
**28.900 kr**  
leasing fr. 569kr/mån.

**geodyna 7500p**  
Snabb maskin med endast 3 sekunders mättid. Utrustad med Hofmanns smidiga automatnav



**geodyna 7500p**  
**39.900 kr**  
leasing fr. 766kr/mån.



**AREO**  
**GEODHeX 922**  
• Motordriven balansmaskin med hjulsskydd  
**11.500 kr**  
leasing fr. 269kr/mån.

**Däckmaskinpaket 1:**  
Geodhex 922/Smother 700+642:  
**34.000 kr!**

**SMOTHER 700 + HELPER 642**  
2-speed, 11-22 tums alufälgar m.m.  
**-Nu ingår även snabbfästessats och komposithuvud med Smother 700!**

**AREO** **26.900 kr**  
leasing fr. 566kr/mån.

**Däckmaskinpaket 2:**  
Geodyna 7100/Smother 700+642:  
**39.900 kr!**

**Däckmaskinpaket 3:**  
Geodhex 966/Smother 700+642:  
**40.900 kr!**

**GEODHeX 966**  
• Avancerad teknik med inbyggd PC och Linux.  
• Platt bildskärm, 3D automatisk inläsning av fälgmått med mätarmar. Geometrisk viktplacement m.m.  
**24.900 kr**  
leasing fr. 497kr/mån.

## geodyna 7700p

Nu kommer den ultimata balanseringsmaskinen för alla med en däckverkstad.

- Hofmann geodyna 7700p.
- Smidig pekskärm i lagom storlek - nya GeoTOUCH programmet gör att den är enklare än någonsin att använda
- Fokus på ergonomi och att alla funktioner ska fylla ett syfte - maximal produktivitet för pengarna!
- Finns även med inbyggd elektrisk hjullyft - geodyna 7750p heter den då.



**- NYHET!**  
**63.900 kr**  
leasing fr. 1197kr/mån.

## monty 3300 RACING GP

Breddäcksmaskin komplett utrustad med easymont PRO hjulparmar  
10-24 tums fälgdiametrar  
Upp till 14" breda fälgar  
Integrerat chockluftsystem  
Två hastigheter  
Ställbar clinchlossare

**Paket:**  
3300 R GP + easymont PRO + snabbfästessats/komposithuvud:  
**54.600 kr**  
leasing fr. 1030kr/mån.



## monty 8300P smartSpeed

monty 8300P smartSpeed är en däckmonteringsmaskin som kombinerar funktionerna alla är vana att använda med skonsam automatisk centrumläsning och inbyggd hjullyft.

**Paket:**  
8300P smartSpeed + snabbfästessats med komposithuvud:  
**67.900 kr**  
leasing fr. 1269kr/mån.



## TIREX 260

• Rejl däckmonteringsmaskin för lastbilshjul upp till 26" fälgdiameter  
**33.900 kr**  
leasing fr. 659 kr/mån.



## TIREX 560

• Klarar även EM/Trak-torhjul upp till 44"  
**44.900 kr!**  
leasing fr. 859 kr/mån.

## HOFMANN

### 3D fyrhjulsmätning:

- geoliner 650 xD
- geoliner 670 xD
- geoliner 790



- Smidiga 3D-hjulinställningsutrustningar från Hofmann med kamerasystem, som inte behöver underhållskalibrering och som ger maximal produktivitet.
- Med geoliner 650 xD är 3D-tekniken med alla sina fördelar dessutom tillgänglig till ett mycket attraktivt pris.
- Levereras med ett par premium-vridplattor (för framaxeln), rullningskit och rattvinkelmätare.

## PERFORMTEC HJULTVÄTTMASKINER

Vi är glada att meddela att vi nu är svensk generalagent för de välkända hjultvättarna från tyska Performtec. Tvättarna arbetar genom högttrycksspolning med kembehandling och ger imponerande tvätteresultat. Maskinerna finns både i modulutförande för ett/två hjul samt en 4-hjulsversion.



Köp originalvättmedel till era Performtec-tvättar för bästa tvätteekonomi och tvätteresultat.  
**www.tooltrade.se**  
**LEASING**  
Alla leasingkostnader i annonsen gäller med en löptid på 60 månader och med 10% restvärde. Ingen kontantinsats. Andra löptider kan också fås. Ring oss för mer information.  
Vi har telefonöppet även på kvällen och helger, så att du kan ringa i lugn och ro.  
Vardagar 08<sup>00</sup> - 20<sup>00</sup>  
Helger 10<sup>00</sup> - 17<sup>00</sup>

## FYNDRUTAN

### INDUKTIONSVÄRMARE -BUTTERFLY

- Bärbar 1-fas induktionsvärmare
- Vikt 7 kg med full tank
- Vattenkyld
- Mycket snabb och effektiv!

**Kampanjpris:**  
**24.950 kr**  
Ordinarie: 30.500 kr



### BEAD BAZOOKA

Chockluftare för både PV och LV-hjul. Ny design som är smidigare och lättare, fortfarande lika effektiv!



**2.850 kr**

**MOMS:** Alla priser anges exklusive moms och frakt, med reservation för prisändringar utanför vår kontroll (valutakurser m.m.)

## TOOL TRADE AB

Profvs på maskiner och verktyg  
Telefon: 060-151416 Telefax: 060-171516



MOTORBRANSCHENS  
EXPERTPANEL

Vår expertpanel svarar på frågor om allt från gruppundantaget och allmän biljuridik till praktiska bilhandelsfrågor och tekniska föreskrifter. Mejla dina frågor till: redaktionen@motorbranschen.se



## JURIDIK

## David Norrbohm

är MRF:s jurist. Han sitter i Allmänna reklamationsnämnden och har lång bransch erfarenhet. 08-701 63 28

VERKSTAD  
Joachim Due-Boje

är ansvarig för service-marknadsfrågor på MRF. Sitter i Allmänna reklamationsnämnden. 08-701 63 38

BILHANDEL  
Johan Holmqvist

är chef för bilhandelsfrågor och -statistik på MRF. Sitter i Allmänna reklamationsnämnden. 08-701 63 22

LACK, PLAST  
& SKÅDE

Jan Olvenmo  
Ansvarig för lack-, lack- och skadefrågor på MRF. Har mer än 30 års bransch erfarenhet. 08-701 63 21

SKATTER  
Helene Engman

har bl a arbetat på Skatteverket och som chefsjurist. I dag är hon skattakonsult på PwC:s kontor i Gävleborg.

BILUTHYRNING  
Anders Trollsås

är vd på branschorganisationen Biluthyrarna Sverige.



## ARBETSRÄTT

Jan Bergman  
är chefsjurist på Transportföretagen och Motorbranschens Arbetsgivareförbund och ansvarig för arbetsrättsliga tvister i domstol.

FOTO RICKARD FORSBERG,  
FREDRIK STEHN, ISTOCK

## JURIDIK

## "Kunden hittade nyckeln när vi hunnit beställa en ny"

**FRÅGA** Vi har en kund som kom in till oss och beställde en ny bilnyckel. Kunden betalade 3 000 kronor för nyckeln och en beställning gjordes direkt i vårt reservdelssystem. Efter ett par timmar ringde kunden och sa att hon hade hittat nyckeln och ville häva köpet. Vi förklarade att vi hade beställt en ny nyckel i vårt resevdelssystem i samband med köpet, att en order gått till tillverkaren och att vi inte kunde avboka köpet. Kunden hävdar att hon har öppet köp. Har vi rätt att hålla fast vid köpet?

Fredrik Andersson

**SVAR DEN AVGÖRANDE** frågan är här om ni hade hunnit leverera nyckeln till kunden eller inte. Hade nyckeln levererats så har kunden ingen möjlighet att ångra köpet. Inga kunder – inte ens konsumenter – har rätt att ångra ett köp efter leverans, om man inte särskilt avtalat om öppet köp.

Men ångrar kunden köpet före leveransen kallas det för en avbeställning, vilket konsumenter har

rätt att göra, dock inte kostnadsfritt. I konsumentköplagen står det nämligen att köparen är skyldig att betala säljaren för:

- ✓ Särskilda kostnader som säljaren har haft för att ingå och fullgöra avtalet till den del dessa inte kan tillgodogöras på annat sätt.
- ✓ Särskilda kostnader till följd av hävningen eller avbeställningen.
- ✓ Förlust i övrigt med ett belopp som är skäligt med hänsyn till priset för varan, tidpunkten för hävningen eller avbeställningen, omfattningen av nedlagt arbete och omständigheterna i övrigt.

**SOM ALTERNATIV** (vilket MRF gjort i sina leveransvillkor för personbilar) får säljaren förbehålla sig en på förhand bestämd ersättning vid hävning eller avbeställning, om den är skälig med hänsyn till vad som normalt kan antas tillkomma en säljare som ersättning.

Det här innebär att om ni inte kan avbeställa er order, så har ni rätt att kräva kunden för era faktiska kostnader.

David Norrbohm

## "KAN VARA ETT BROTT ATT INTE LÄMNA VDN"

**FRÅGA** Finns det något lagkrav på att jag måste använda varudeklaration (VDN)?

Fritz

**SVAR MRF-MEDLEMMAR** förbinder sig i och för sig att använda sig av VDN, leveransvillkor, MRF-garantier med mera. Därtill är det ur ett juridiskt perspektiv viktigt att använda sig av VDN (som baseras på ett test) för att visa att uppstadda fel inte fanns vid köpet.

**GENOM ATT** tydligt ange kända fel i VDN, undgår man felansvaret i konsumentköplagen. Det framgår också av marknadsföringslagen att marknadsföring ska ske enligt god branschsed, vilket just är att lämna VDN. Detta skulle mycket väl kunna innebära, det vore ett brott mot marknadsföringslagen att inte lämna VDN.

David Norrbohm

## VERKSTAD

## SNEDVRIDEN KONKURRENS?

**FRÅGA** "Vi förlorar jobb på att följa tillverkarens anvisningar", sa en upprörd verkstadschef som ringde en morgon till Joachim Due-Boje. Verkstadschefen var frustrerad över att en del kunder sedan en tid tillbaka börjat avbeställa bokade servicetider. Så här löd hans historia och fråga:

En kvinnlig Outlanderägare med 2,2 liters dieselmotor ringde och bokade 9 000-milaservice hos oss för en tid sedan. Som vanligt förberedde vi förplock av reservdelar på bilen. Dagen innan bilen skulle anlända fick en av servicerådgivarna ett samtal från damen som ville avboka servicen. Vi undrade naturligtvis varför. "Ni är mycket dyrare än en annan verkstad, ni ska ju ha 1 300 kronor mer än dem", löd svaret. Jaha, det blev att lägga tillbaka delarna på lagret och försöka fylla mer än två tomta timmar på den mekanikern.

Samma dag ringde en annan verkstad inte så långt från oss och ville beställa delar till Mit-

subishins reg-nummer, nästan samma delar som vi tidigare hade gjort ett förplock på, dock inte ventilkåpspackningen och tätningar till spridarna. Vår reservdelspersonal frågade om de inte skulle ha packningen och tätningarna också. Men den andra verkstaden svarade, något förvånad, att det skulle de inte. De var alltså billigare än oss för att de inte tänkte kolla ventilspel och byta ventilkåpspackningen.

I våra serviceprotokoll framgår det tydligt att ventilspel ska kontrolleras, samtidigt som man byter packning och tätningar till spridarna.

**Min fråga:** Vad tycker ni på MRF om denna snedvridna konkurrens?

Lars-Inge, verkstadschef  
norra Skåne

**SVAR VI TYCKER ATT** verkstäder ska följa tillverkarens anvisningar och branschöverenskommelsen. Verkstadens reparationsvillkor. Följer inte verkstäderna detta är de inte fackmässiga. Det kan omöjligt



Outlanderägaren som hade bokat service ångrade sig ...

bli konkurrens på lika villkor och det är oerhört irriterande att höra hur en del "lurar" till sig kunder genom att ta genvägar genom att konkurrera med priset.

I slutänden blir det kunden som luras, de betalar (om än mindre) för något som inte blir utfört. Den som också blir lurad är generalagenten om bilen är under garanti.

När fabriksgarantin är passerad

är nästa på tur att bli blåst, försäkringsbolagen, om någonting skulle hända, till exempel brända ventiler.

Ett bra sätt att lösa ovanstående missar/missförstånd är att som verkstad vara extra noga med att se vad tillverkaren rekommenderar. Varje tillverkare har anvisningar som alla har möjlighet att logga in på; att skriva ut exempelvis ett service-schema kostar cirka 50 kronor.

Joachim Due-Boje

## "KONKURRENTER KAN VARA BILLIGARE FÖR ATT DE INTE FÖLJER TILLVERKARENS ANVISNINGAR ..."

JOACHIM DUE-BOJE

## VERKSTAD

## Kunden kräver gratis arbete

**FRÅGA** Vi har problem med en BMW-ägare som kräver att vi ska laga hans bil gratis. Bakgrunden är följande:

Mannen som äger BMW:n kontaktade oss efter att ha blivit rekommenderad av sin bror att åka till oss. Inledningsvis var han mycket trevlig och ville ha hjälp med sin bil som gick ryckigt och motorlampan som tändes efter en tids körning. Vi tog in bilen och började felsöka. Felkoden visade att något på tändningssidan var galeat. En mindre felsökning visade dåliga

stift och en defekt spridare.

Vid ett samtal sa bilägaren ja till att börja med byte av stift och en spridare. Vi testade även spolarna som var okej. Vi tyckte att bilen gick bra och ringde att den var klar.

Samma eftermiddag hämtades bilen av en, som vi uppfattade, nöjd kund. Men när vi lyssnade av telefonsvararen nästa morgon hade ägaren till BMW:n talat in ett meddelande att han skulle dyka upp med sin bil som gick illa igen. Lite senare fanns bil med ägare på

plats, inte lika nöjd som dagen innan.

Vi snabbkollade och en felkod på tändning visade sig igen i vårt diagnosverktyg. Vi förklarade att vi skulle vara tvungna att leta vidare och djupare efter vad som orsakade felet. Då krävde mannen att vi skulle fixa bilen utan att han tänkte betala för det. Har han rätt att kräva det?

Anna och Janne, verkstad med gott rykte

**SVAR HEJ ANNA OCH JANNE**, det känns lite som att åka tillbaka till

tobakshandlaren och reklamera en trisslott som inte utfallit med vinst. I telefon sade ni att ni hade gjort en mindre felsökning och konstaterat fel på stift och en spridare, det överenskomna priset var kunden nöjd med och nu vill han att ni ska fortsätta att felsöka och laga hans bil – utan att han behöver betala.

**NEJ, DET KAN** kunden inte begära på nya fel, bara om det skulle vara något följdfelet på grund av det ni redan har reparerat och i så fall skulle ha missat.

Joachim Due-Boje

## "KAN NI INTE AVBESTÄLLA, HAR NI RÄTT ATT KRÄVA KUNDEN FÖR ERA FAKTISKA KOSTNADER"

DAVID NORRBOHM

## SÄLJS EN EXPORTBIL I SVERIGE GÄLLER KONSUMENTKÖPLAGEN

**FRÅGA** Vi sålde en begagnad bil på export till Finland i mars, utan garanti som vi alltid gör vid export. Nu har det blivit ett fel på AC:n och kunden kräver att vi ska åtgärda den kostnadsfritt. Kunden hävdar att han, trots att bilen sålts utan garanti, har ett konsumentskydd i och med att vi är med i EU. Vilket ansvar har vi för fel på en bil som exporteras?

Ville K.

**SVAR ER KUND HAR** delvis rätt. Även om ni säljer en bil på export och utan garanti, så gäller konsumentköplagens bestämmelser (eftersom försäljningen har ägt rum i Sverige). Konsumentköplagen bygger även i stora delar på ett konsumentköpsdirektiv; liknande lagstiftning finns i alla EU-länder.

**ERT ANSVAR** enligt konsumentköplagen förutsätter däremot två saker:

1. Att det är fråga om ett köprättsligt fel på bilen, som inte kan betecknas som normalt slitage och/eller att särskild reservation finns i VDN om AC:ns funktion.
2. Att felet fanns på bilen vid köpet. Inträffar felet inom sex månader från köpet råder så kallad omvänd bevisbörda, det vill säga ni måste bevisa att felet inte fanns vid köpet eller att det i övrigt är oförenligt med felets art att det kan ha funnit vid köpet.

David Norrbohm

BILHANDEL

## Är verkligen affärsförslaget bindande?

**FRÅGA** I somras sände vi ett affärsförslag på en ny personbil tillsammans med ett finansieringsförslag till en kund som bor i Göteborg. Kunden ringde dagen efter och ställde ett par frågor, sedan besvarade han vårt mejl med att han önskade köpa bilen. Hans mejl kom fem dagar efter att vi sänt affärsförslaget till honom.

Kunden var tydlig med vilket affärsförslag som han accepterade och det fanns också mejlflödet. Han ville också använda sig av vårt finansieringsförslag.

Kunden kom efter överenskommelse till vår anläggning en vecka senare för att hämta bilen och naturligtvis också för att skriva på papperen. Varken orderdel eller finansieringskontrakt var upprättade eller underskrivna innan kunden kom till oss.

Tyvärr hade vår säljare angett en för låg ränta till kunden; den fungerade inte tillsammans med en finansiering på 60 månader. När kunden kom erbjöds han därför i stället en finansiering på 72 månader och med en något högre ränta.

Kunden ville inte acceptera förändringen av finansieringen och åkte därför hem igen utan bil. Då kunden varken hade någon underskriven orderdel eller finansieringskontrakt anser vi att vi inte är bundna till affären.

Nu ska ärendet upp i ARN och kunden kräver att vi både fullgör affären enligt det första mejlet och ersätter honom för resan tur och retur till oss.

Vi anser att det är solklart att kunden har fel, stämmer det?

Anders, Eskilstuna

**SVAR DEN VANLIGA**

frågan vi får är om kunden är bunden vid en beställning eller inte. Här kommer ni nu med frågan om ni är bunden av ert erbjudande. Det är så klart alltid illa när man har erbjudit en kund något som man inte kan stå för.

Ett affärsförslag, eller om man kallar det offert, som accepteras av kunden, utan ändringar, på ett tydligt sätt och inom rimlig tid är bindande både för er och för kunden. Så denna gång har ni fel.

Jag rekommenderar er därför att snarast kontakta kunden och fullgöra affären enligt ert affärsförslag. Kostnaden för kundens resa kommer ni också att behöva betala. Naturligtvis passar en rejäl ursäkt och förklaring också bra i

sammanhanget.

Ett sätt att slippa att affärsförslaget/offerten blir bindande är att tydligt ange att det inte är bindande för Bilhandlaren X, vid ett eventuellt klartecken från köparen, förrän det godkänts av säljchefen.

Man kan också skriva att affärsförslaget inte är bindande, utan endast ska ses som en uppmaning till ett anbud, men då tappar man ju effekten av erbjudandet.

Johan Holmqvist



Kunden accepterade affärsförslaget via mejl.

## "... NATURLIGTVIS PASSAR EN REJÄL URSÄKT OCH FÖRKLARING OCKSÅ BRA I SAMMANHANGET"

BILHANDEL

## GÄLLER MRF-GARANTIN ÄVEN LUFTKONDITIONERINGEN?

**FRÅGA** Det är ju ofta så att kylanläggningen på äldre bilar kan krångla lite. Det är inte sällan som kunder på vårkanten kommer in med en bil som de har fått levererad på vintern och klagar på AC-funktionen. Vi undrar om MRF-garantin även gäller för AC?

Christer, Lund

**SVAR VI FÅR OFTA** frågan om en viss komponent, AC, larm, stereo etcetera, omfattas av MRF-garantin.

Svaret blir ja! Huvudregeln är att MRF-garantin gäller för hela

bilen inklusive allt som monterades på bilen vid fabriken. Undantag görs dock för lokalt eftermonterad extrautrustning som inte omfattas av garantin. Men för att bedöma hela ärendet behövs mer fakta om villkoren kring bilaffären.

**GARANTIN GÄLLER** ju till exempel inte om komponenten eller funktionen i varudeklarationen fått bedömningen "O", osäker funktion, eller "F", felaktig funktion, och inte heller detaljer som fått preciserad anmärkning.

Garantin gäller så klart inte heller för sådana fel som uppkommit på grund av kundens felaktiga användning eller hantering av bilen och inte för normalt slitage. Ett stenskott, som uppkommer redan när kunden kör hem sin bil, kan ju faktiskt påverka på ett tråkigt sätt. Men, bevisbördan ligger alltid hos sälj företaget om man menar att garantin inte gäller.

**JUST SÅDANA** komponenter som AC, som många kunder efterfrågar i dag och där vi vet att det ibland kan vara problem, finns det all an-

Johan Holmqvist

PLÅT & LACK

## "RÄTT STOR SKILLNAD MELLAN CABAS OCH TILLVERKARENS TIDER"

**FRÅGA** Jag står inför att reparera en frontskadad bil, men nu blir vi osäkra på om vissa tider i Cabas verkligen stämmer.

Skadan sitter på höger fram och, förutom plåt- och plastdelarna som ska bytas, så ska även framvagnsdetaljer bytas på höger sida (fjäderben, bärarmar och hubb).

Vi är auktoriserade för märket i fråga och när vi går in och tittar på fabrikantens tider så skiljer det sig rätt mycket beroende på vilken utrustningsnivå bilmodellen har – två timmars jobb för basmodellen och fem timmars jobb för den fulltrustade modellen som vi har i detta fall. Vi får även en detaljerad arbetsbeskrivning på hur jobbet ska utföras. Cabas-tiden säger två timmar, och är lika oavsett om vi byter modell.

Hur ska vi göra här?

I just här fallet är det både luftfjädring och alla andra extra givare för de extra funktionerna i den fulltrustade bilmodellen. Ska vi bara acceptera Cabas-tiden och låtsas att det regnar?

Jimmy

**SVAR JA, SÅ KAN** det bli ibland med vissa jobb. Jag tycker det är bra att ni är observanta och hittar att det kan variera i tid på i princip samma jobb. Ring Cabas support och stäm av med dem om vad som ingår i tiden för att byta dessa detaljer i Cabas; det kan vara så att de mätt en basmodell och inte den fulltrustade modellen!

Kontrollera också var CAB hämtat dessa tider! Är det från tillverkaren borde det även finnas en tid för denna operation som ni nu ska göra och då kan de vägleda er så att ni hittar rätt i Cabas.

Har Cabas ingen annan tid så tycker jag att fabrikantens tidverk gäller före Cabas-tiden.

Oavsett ska ni trycka på hotline-knappen och meddela Cabas vad som ni tycker är felaktigt.

Jan Olvenmo



Cabas-tiden för att laga framvagnsskadorna var för snålt tilltagen.

## "TRYCK PÅ HOTLINE-KNAPPEN OCH MEDDELA CABAS VAD SOM NI TYCKER ÄR FEL"

JAN OLVENMO

Kontrollerad Bilverkstad



www.kbv.nu

## Låt KBV kolla kvaliteten!

I dag är tredjepartskontroller ett måste för flertalet auktoriserade serviceverkstäder. Imorgon är det ett måste även för skade- och allbilverkstäder. Det är försäkringsbolagen och verkstadskedjorna som kommer att ställa dessa krav. Det är svårt att stå utan dokumenterad kvalitetskontroll.

Kontrollerad Bilverkstad är branschens eget kvalitetskoncept – det är även det enda rikstäckande, mest effektiva och har en bra prisbild för inspektioner, mystery shopping samt rådgivning kring kvalitets-säkring av hela reparationsprocessen.

Vill du veta mer? [www.kbv.nu](http://www.kbv.nu)



Henrik Johansson är en av KBV:s inspektörer.

## Nyregistreringar under april

Generalagent	April		Ackumulerat		Andel i procent, ack.		Fysiska, ack.		Juridiska, ack.	
	2017	2016	2017	2016	2017	2016	2017	2016	2017	2016
<b>BC Sweden</b>										
Jaguar	16	30	90	210	0,07	0,17	26	25	64	185
Land Rover	68	72	244	296	0,20	0,25	65	78	179	218
<b>Totalt BC Sweden</b>	<b>84</b>	<b>102</b>	<b>334</b>	<b>506</b>	<b>0,27</b>	<b>0,43</b>	<b>91</b>	<b>103</b>	<b>243</b>	<b>403</b>
<b>BMW Group Sverige</b>										
BMW	1 810	2 077	7 248	7 175	6,04	6,14	1 222	1 223	6 026	5 952
Mini	290	267	1 002	802	0,83	0,68	354	397	648	405
Rolls-Royce	1	0	2	0	0,00	0,00	0	0	0	0
<b>Totalt BMW Group Sverige</b>	<b>2 101</b>	<b>2 344</b>	<b>8 252</b>	<b>7 977</b>	<b>6,88</b>	<b>6,82</b>	<b>1 576</b>	<b>1 620</b>	<b>6 674</b>	<b>6 357</b>
<b>Fiat Group Automobiles</b>										
Alfa Romeo	59	8	148	32	0,12	0,02	41	10	107	22
Fiat	921	1 184	2 171	2 269	1,81	1,94	1 641	1 409	530	860
Jeep	30	55	260	282	0,21	0,24	45	44	215	238
Lancia	0	1	0	26	0,00	0,02	0	7	0	19
<b>Totalt Fiat Group Automobiles</b>	<b>1 010</b>	<b>1 248</b>	<b>2 579</b>	<b>2 609</b>	<b>2,15</b>	<b>2,23</b>	<b>1 727</b>	<b>1 470</b>	<b>852</b>	<b>1 139</b>
<b>Ford Motor</b>										
Ford	940	1 001	4 458	3 798	3,71	3,25	1 097	1 054	3 361	2 744
<b>Totalt Ford Motor</b>	<b>940</b>	<b>1 001</b>	<b>4 458</b>	<b>3 798</b>	<b>3,71</b>	<b>3,25</b>	<b>1 097</b>	<b>1 054</b>	<b>3 361</b>	<b>2 744</b>
<b>GM Sverige</b>										
Cadillac	0	1	10	19	0,00	0,01	4	2	6	17
Chevrolet	17	17	41	36	0,03	0,03	36	27	11	14
Opel	598	674	2 250	2 380	1,87	2,03	809	1 028	1 441	1 352
<b>Totalt GM Sverige</b>	<b>615</b>	<b>692</b>	<b>2 301</b>	<b>2 435</b>	<b>1,91</b>	<b>2,08</b>	<b>849</b>	<b>1 057</b>	<b>1 458</b>	<b>1 383</b>
<b>Honda Nordic</b>										
Honda	275	206	1 194	1 611	0,99	1,37	626	630	568	981
<b>Totalt Honda Nordic</b>	<b>275</b>	<b>206</b>	<b>1 194</b>	<b>1 611</b>	<b>0,99</b>	<b>1,37</b>	<b>626</b>	<b>630</b>	<b>568</b>	<b>981</b>
<b>Iveco</b>										
Iveco	3	7	15	16	0,01	0,01	13	9	2	7
<b>Totalt Iveco Sweden</b>	<b>3</b>	<b>7</b>	<b>15</b>	<b>16</b>	<b>0,01</b>	<b>0,01</b>	<b>13</b>	<b>9</b>	<b>2</b>	<b>7</b>
<b>KIA Motors Sweden</b>										
KIA	2 002	2 033	6 968	6 903	5,81	5,90	4 021	4 342	2 947	2 561
<b>Totalt KIA Motors Sweden</b>	<b>2 002</b>	<b>2 033</b>	<b>6 968</b>	<b>6 903</b>	<b>5,81</b>	<b>5,90</b>	<b>4 021</b>	<b>4 342</b>	<b>2 947</b>	<b>2 561</b>
<b>Mazda Motor Sverige</b>										
Mazda	433	648	2 070	2 279	1,72	1,95	1 333	1 615	737	664
<b>Totalt Mazda Motor Sverige</b>	<b>433</b>	<b>648</b>	<b>2 070</b>	<b>2 279</b>	<b>1,72</b>	<b>1,95</b>	<b>1 333</b>	<b>1 615</b>	<b>737</b>	<b>664</b>
<b>Mercedes-Benz Sverige</b>										
Mercedes	1 692	1 531	6 241	5 474	5,20	4,68	1 529	1 274	4 677	4 183
Smart	7	2	11	11	0,00	0,00	1	5	10	6
<b>Totalt Mercedes-Benz Sverige</b>	<b>1 699</b>	<b>1 533</b>	<b>6 252</b>	<b>5 485</b>	<b>5,21</b>	<b>4,69</b>	<b>1 530</b>	<b>1 279</b>	<b>4 687</b>	<b>4 189</b>
<b>Nevs</b>										
SAAB	0	0	0	2	0,00	0,00	0	0	0	2
<b>Totalt Nevs</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2</b>
<b>Nimag Sverige</b>										
Suzuki	207	254	754	711	0,62	0,60	522	460	232	251
<b>Totalt Nimag Sverige</b>	<b>207</b>	<b>254</b>	<b>754</b>	<b>711</b>	<b>0,62</b>	<b>0,60</b>	<b>522</b>	<b>460</b>	<b>232</b>	<b>251</b>
<b>Nissan Nordic</b>										
Nissan	791	966	3 577	3 728	2,98	3,19	1 817	1 971	1 760	1 757
<b>Totalt Nissan Nordic</b>	<b>791</b>	<b>966</b>	<b>3 577</b>	<b>3 728</b>	<b>2,98</b>	<b>3,19</b>	<b>1 817</b>	<b>1 971</b>	<b>1 760</b>	<b>1 757</b>
<b>Renault Nordic Sverige</b>										
Dacia	327	414	1 204	1 404	1,00	1,20	903	1 136	301	268
Renault	1 160	1 318	4 002	4 132	3,33	3,53	1 870	2 489	2 132	1 643
<b>Totalt Renault Nordic Sverige</b>	<b>1 487</b>	<b>1 732</b>	<b>5 206</b>	<b>5 536</b>	<b>4,34</b>	<b>4,73</b>	<b>2 773</b>	<b>3 625</b>	<b>2 433</b>	<b>1 911</b>
<b>SC Motors Sweden AB</b>										
Citroen	436	418	1 809	1 491	1,50	1,27	915	735	894	756
DS	4	10	18	37	0,01	0,03	0	0	0	0
Hyundai	336	764	2 111	3 462	1,76	2,96	801	1 543	1 310	1 919
Mitsubishi	261	375	1 439	1 129	1,20	0,96	487	517	952	612
<b>Totalt SC Motors Sweden AB</b>	<b>1 037</b>	<b>1 567</b>	<b>5 377</b>	<b>6 119</b>	<b>4,48</b>	<b>5,23</b>	<b>2 203</b>	<b>2 795</b>	<b>3 156</b>	<b>3 287</b>
<b>Ssangyong Motor Sverige</b>										
Ssangyong	22	1	72	4	0,06	0,00	32	0	40	4
<b>Totalt Ssangyong Motor Sverige</b>	<b>22</b>	<b>1</b>	<b>72</b>	<b>4</b>	<b>0,06</b>	<b>0,00</b>	<b>32</b>	<b>0</b>	<b>40</b>	<b>4</b>
<b>Subaru Nordic</b>										
Subaru	377	487	1 520	1 782	1,26	1,52	832	996	688	786
<b>Totalt Subaru Nordic</b>	<b>377</b>	<b>487</b>	<b>1 520</b>	<b>1 782</b>	<b>1,26</b>	<b>1,52</b>	<b>832</b>	<b>996</b>	<b>688</b>	<b>786</b>
<b>Toyota Sweden</b>										
Lexus	127	162	477	558	0,39	0,47	107	102	370	456
Toyota	1 530	1 677	7 228	6 837	6,02	5,85	3 344	3 201	3 884	3 636
<b>Totalt Toyota Sweden</b>	<b>1 657</b>	<b>1 839</b>	<b>7 705</b>	<b>7 395</b>	<b>6,42</b>	<b>6,33</b>	<b>3 451</b>	<b>3 303</b>	<b>4 254</b>	<b>4 092</b>
<b>Volkswagen Group Sverige</b>										
Audi	1 673	2 099	6 592	7 156	5,49	6,12	1 408	1 812	5 184	5 344
Porsche	183	187	551	436	0,45	0,37	305	240	246	196
Skoda	1 666	1 561	5 497	5 181	4,58	4,43	2 402	2 264	3 095	2 917
Seat	525	558	1 896	1 858	1,58	1,59	1 239	1 287	657	571
Volkswagen	3 977	4 638	17 502	16 551	14,59	14,16	5 619	5 394	11 883	11 157
<b>Totalt Volkswagen Group Sverige</b>	<b>8 024</b>	<b>9 043</b>	<b>32 038</b>	<b>31 182</b>	<b>26,72</b>	<b>26,69</b>	<b>10 973</b>	<b>10 997</b>	<b>21 065</b>	<b>20 185</b>
<b>Volvo Personbilar Sverige</b>										
Volvo	6 453	6 779	24 690	22 974	20,59	19,66	6 643	6 258	18 047	16 716
<b>Totalt Volvo Personbilar Sverige</b>	<b>6 453</b>	<b>6 779</b>	<b>24 690</b>	<b>22 974</b>	<b>20,59</b>	<b>19,66</b>	<b>6 643</b>	<b>6 258</b>	<b>18 047</b>	<b>16 716</b>
<b>Övriga fabriker</b>										
Totalt Övriga fabriker	1 259	1 098	4 518	3 757	3,76	3,21	2 868	2 196	1 699	1 610
<b>Totalt</b>	<b>30 476</b>	<b>33 580</b>	<b>119 880</b>	<b>116 809</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>44 977</b>	<b>45 780</b>	<b>74 903</b>	<b>71 029</b>



Johan Holmqvist, bilhandelsansvarig på MRF, om de senaste registreringsiffrorna.

## KOMMENTAR Minskning i april men fortsatt bra takt

**HITINTILLS I ÅR** har personbilar ökat med 3 procent jämfört med rekordåret 2016. Men i april, som hade tre arbetsdagar färre än i fjol, då påsken inföll i mars, blev det en minskning med 9 procent. Eftersom tre arbetsdagar ungefär motsvarar 15 procent tolkar jag april månads registreringar som ytterligare en stark månad.

**ÄVEN TRANSPORTBILAR** minskade i april, med 10 procent. Men hitintills i år ligger transportbilar 6 procent över rekordåret 2016.

**TUNGA LASTBILAR** minskade i april med 19 procent och ackumulerat är ökningen nu 3 procent. Även här ser det alltså ut att gå mot ytterligare ett starkt registreringsår.



## Modelltoppen

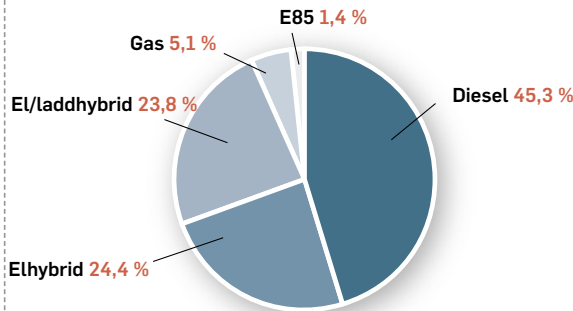
Märke / modell	April		Ackumulerat		Andel i %	
	2017	2016	2017	2016	2017	2016
1 Volvo S/V90N	1 914	0	7 631	0	6,37	0,00
2 Volvo XC60	2 270	1 017	6 988	3 527	5,83	3,02
3 VW Golf	1 322	1 717	6 173	6 123	5,15	5,24
4 Volvo S/V60	1 274	1 499	5 747	4 537	4,79	3,88
5 VW Passat	869	1 249	4 041	4 742	3,37	4,06
6 Volvo V40N	815	1 097	3 329	3 908	2,78	3,35
7 VW Tiguan	798	406	3 169	1 227	2,64	1,05
8 BMW 5-serie	441	436	2 521	1 543	2,10	1,32
9 Toyota Auris	319	604	2 044	2 560	1,71	2,19
10 Nissan Qashqai	386	463	1 919	1 966	1,60	1,68

## Miljötoppen

Nyregistrerade miljöbilar april 2017, nya definitionen.

Modell	Typ	April		Ackumulerat		% av miljö (ack)	
		2017	2016	2017	2016	2017	2016
1 Toyota Auris HSD	Hybrid	245	439	1 561	1 854	7,59	9,30
2 VW Passat GTE	Laddhybrid	218	297	1 400	805	6,81	4,04
3 Volvo V40N Miljödiesel	Diesel	286	559	1 383	1 846	6,73	9,26
4 Mercedes E-Klass (213)	Diesel	287	225	1 313	285	6,39	1,43
5 Volvo V60N Miljödiesel	Diesel	213	445	1 240	1 209	6,03	6,07
6 Toyota C-HR Hybrid	Hybrid	244	0	919	0	4,47	0,00
7 Toyota Yaris Hybrid	Hybrid	202	233	820	949	3,99	4,76
8 Kia Niro	Hybrid	178	0	760	0	3,70	0,00
9 Mitsubishi Outlander PHE	Laddhybrid	130	129	685	258	3,33	1,29
10 Volvo S/V90N Miljödiesel	Diesel	270	0	684	0	3,33	0,00

## Nyregistrerade miljöbilar per typ april 2017



## De 25 märken med störst begagnatförsäljning\* Inom MRF-ansluten bilhandel

Bilmärke	Begagnatförsäljning						Lager antal**			Lagrets omsättningshastighet		
	Mars		Ackumulerat		2016		Mars		2016		Ack.	
	2017	Andel %	2016	2017	Andel %	2016	2017	Andel %	2016	2017	2016	2017
1 Volvo	3 880	20,06	3 678	10 499	20,59	10 832	7 133	19,05	7 411	6,6	6,1	5,8
2 Volkswagen	2 803	14,49	2 179	7 553	14,81	6 293	4 863	12,99	4 414	6,7	5,5	5,8
3 Toyota	1 761	9,10	1 489	4 477	8,78	4 398	2 532	6,76	2 562	8,2	6,9	6,7
4 Audi	1 140	5,89	1 098	2 899	5,69	3 079	2 308	6,16	2 175	5,8	5,9	4,9
5 BMW	1 109	5,73	1 055	2 841	5,57	2 864	1 928	5,15	1 711	7,0	7,0	5,9
6 Ford	910	4,70	951	2 337	4,58	2 670	2 311	6,17	2 359	4,8	5,1	4,1
7 KIA	834	4,31	702	2 145	4,21	2 024	1 445	3,86	1 281	6,9	6,5	6,1
8 Mercedes-Benz	685	3,54	615	1 795	3,52	1 672	1 425	3,81	1 351	5,6	5,4	5,1
9 Renault	684	3,54	655	1 873	3,67	1 816	1 508	4,03	1 583	5,4	5,1	4,8
10 Skoda	666	3,44	641	1 783	3,50	1 877	1 477	3,94	1 268	5,6	5,8	5,0
11 Hyundai	659	3,41	701	1 723	3,38	1 930	1 374	3,67	1 663	5,7	5,4	4,9
12 Peugeot	614	3,17	612	1 554	3,05	1 684	1 301	3,47	1 314	5,5	5,6	4,6
13 Opel	474	2,45	451	1 305	2,56	1 286	1 198	3,20	1 239	4,7	4,3	4,4
14 Nissan	429	2,22	381	1 099	2,16	1 038	602	1,61	506	8,8	8,8	7,5
15 Citroen	341	1,76	343	936	1,84	956	913	2,44	888	4,5	4,5	4,2
16 Subaru	307	1,59	288	827	1,62	860	622	1,66	657	6,0	5,4	5,3
17 Honda	294	1,52	338	775	1,52	1 030	667	1,78	725	5,3	5,8	4,7
18 SAAB	261	1,35	326	708	1,39	1 038	660	1,76	842	4,8	5,0	4,2
19 Mazda	230	1,19	193	584	1,15	560	473	1,26	501	5,8	5,0	5,0
20 Seat	212	1,10	156	545	1,07	467	383	1,02	396	6,5	4,6	5,5
21 Mitsubishi	195	1,01	173	556	1,09	539	436	1,16	409	5,5	4,7	4,9
22 Suzuki	122	0,63	99	371	0,73	314	264	0,71	246	5,6	4,6	5,2
23 Mini	119	0,62	110	283	0,56	277	206	0,55	186	6,8	7,0	5,6
24 Dacia	102	0,53	61	260	0,51	178	160	0,43	89	8,3	7,2	7,6
25 Fiat	102	0,53	115	248	0,49	271	232	0,62	235	5,2	6,0	4,2
Övriga	409	2,11	394	1 010	1,98	1 037	1 020	2,72	978	4,7	4,8	4,0
<b>Totalt/Genomsnitt</b>	<b>19 342</b>	<b>100,0</b>	<b>17 804</b>	<b>50 986</b>	<b>100,0</b>	<b>50 990</b>	<b>37 441</b>	<b>100,0</b>	<b>36 989</b>	<b>6,2</b>	<b>5,7</b>	<b>5,4</b>

## Begagnatförsäljning - länsfördelning\* Bilar upp till 10 år gamla

Län	Mars		Förändring		Ackumulerat		Förändring		Andel %	
	2017	2016	Antal	(%)	2017	2016	Antal	(%)	2017	2016
Stockholm	10 713	10 032	681	6,79	28 342	28 811	-469	-1,63	20,90	21,79
Uppsala	1 772	1 632	140	8,58	4 719	4 720	-1	-0,02	3,48	3,57
Södermanland	1 563	1 472	91	6,18	4 158	4 253	-95	-2,23	3,07	3,22
Östergötland	2 195	2 057	138	6,71	6 063	5 875	188	3,20	4,47	4,44
Jönköping	1 959	1 803	156	8,65	5 347	5 045	302	5,99	3,94	3,82
Kronoberg	1 148	982	166	16,90	2 890	2 789	101	3,62	2,13	2,11
Kalmar	1 336	1 194	142	11,89	3 557	3 242	315	9,72	2,62	2,45
Götaland	231	227	4	1,76	638	635	3	0,47	0,47	0,48
Blekinge	840	664	176	26,51	2 183	2 008	175	8,72	1,61	1,52
Skåne län	6 558	6 130	428	6,98	18 482	17 096	1 386	8,11	13,63	12,93
Halland	1 759	1 703	56	3,29	4 753	4 784	-31	-0,65	3,51	3,62
Västra götlands län	8 575	7 968	607	7,62	23 201	22 453	748	3,33	17,11	16,98
Värmland	1 469	1 317	152	11,54	3 853	3 756	97	2,58	2,84	2,84
Örebro	1 605	1 529	76	4,97	4 258	4 193	65	1,55	3,14	3,17
Västmanland	1 614	1 411	203	14,39	4 496	4 214	282	6,69	3,32	3,19
Dalarnas län	1 478	1 332	146	10,96	3 927	3 822	105	2,75	2,90	2,89
Gävleborg	1 446	1 213	233	19,21	3 778	3 449	329	9,54	2,79	2,61
Västernorrland	1 208	1 087	121	11,13	3 264	3 215	49	1,52	2,41	2,43
Jämtland	540	554	-14	-2,53	1 440	1 612	-172	-10,67	1,06	1,22
Västerbotten	1 107	1 038	69	6,65	3 002	2 971	31	1,04	2,21	2,25
Norrbottnen	1 218	1 094	124	11,33	3 204	3 227	-23	-0,71	2,36	2,44
Övrigt	23	15	8	53,33	36	39	-3	-7,69	0,03	0,03
<b>Hela landet</b>	<b>50 357</b>	<b>46 454</b>	<b>3 903</b>	<b>8,40</b>	<b>135 591</b>	<b>132 209</b>	<b>3 382</b>	<b>2,56</b>	<b>100,0</b>	<b>100,00</b>

## Begagnatförsäljning - säljställefordelning\* Bilar upp till 10 år gamla

Säljställe	Mars 2017		Ackumulerat 2017		Mars 2016		Ackumulerat 2016		Förändring			
	Antal	Andel	Antal	Andel	Antal	Andel	Antal	Andel	Aktuell period	(%)	Aktumulerat	(%)
MRF	17 581	34,92	46 283	34,14	16 076	34,62	45 895	34,72	1 505	9,36	388	0,85
Övrig bilhandel (jur.pers)	14 096	28,00	37 410	27,60	11 867	25,55	33 568	25,39	2 229	18,78	3 842	11,45
<b>Bilhandel total</b>	<b>31 677</b>	<b>62,92</b>	<b>83 693</b>	<b>61,74</b>	<b>27 943</b>	<b>60,17</b>	<b>79 463</b>	<b>60,11</b>	<b>3 734</b>	<b>13,36</b>	<b>4 230</b>	<b>5,32</b>
Privat bilhandel (fysisk person)	1 590	3,16	4 501	3,32	1 652	3,56	4 817	3,64	-62	-3,75	-316	-6,56
Juridisk person	5 270	10,47	15 084	11,13	4 727	10,18	14 494	10,96	543	11,49	590	4,07
Privat	11 483	22,81	31 496	23,23	11 735	25,27	32 446	24,54	-252	-2,15	-950	-2,93
Direktimport	328	0,65	785	0,58	384	0,83	976	0,74	-56	-14,58	-191	-19,57
<b>Totalt</b>	<b>50 348</b>		<b>135 559</b>		<b>46 441</b>		<b>132 196</b>		<b>3 907</b>	<b>8,41</b>	<b>3 363</b>	<b>2,54</b>

\* Köpare är privat samt juridisk person (ej bilhandel)

\*\* Endast avställda bilar

Källa: Vroom

## Registrering av lätta lastbilar Upp till 3,5 ton

Märke	April		Ackumulerat		Förändring %		Markn.andel %	
	2017	2016	2017	2016	Apr	Ackumulerat	2017	2016
Chevrolet	0	1	1	1	-100,0	0,0	0,0	0,0
Citroen	217	221	1 206	914	-1,8	31,9	6,9	5,6
Dacia	56	76	188	308	-26,3	-39,0	1,1	1,9
Hyundai	4	11	21	32	-63,6	-34,4	0,1	0,2
Fiat	119	104	482	357	14,4	35,0	2,8	2,2
Ford	535	828	2 372	2 695	-35,4	-12,0	13,6	16,4
GM	0	0	0	0	0,0	0,0	0,0	0,0
Iveco	49	48	182	195	2,1	-1,5	1,1	1,2
Isuzu	36	48	116	130	-25,0	-10,8	0,7	0,8
Mazda	0	0	0	0	0,0	0,0	0,0	0,0
Mercedes-Benz	413	437	1 498	1 422	-5,5	5,3	8,6	8,7
Mitsubishi	84	97	323	298	-13,4	8,4	1,8	1,8
Nissan	256	306	1 063	935	-16,3	13,7	6,1	5,7
Opel	91	130	437	458	-30,0	-4,6	2,5	2,8
Renault	358	483	1 433	1 667	-25,9	-14,0	8,2	10,1
Seat	0	0	0	0	0,0	0,0	0,0	0,0
Skoda	0	0	0	0	0,0	0,0	0,0	0,0
Ssangyong	0	2	12	5	-100,0	140,0	0,1	0,0
Suzuki	0	0	0	0	0,0	0,0	0,0	0,0
Toyota	143	62	763	592	130,6	28,9	4,4	3,6
Volkswagen	1 508	1 487	5 837	5 137	1,4	13,6	33,4	31,3
Volvo	0	0	0	0	0,0	0,0	0,0	0,0
Övriga	369	383	1 549	1 283	-3,7	20,7	8,9	7,8
<b>Totalt</b>	<b>4 238</b>	<b>4 724</b>	<b>17 493</b>	<b>16 429</b>	<b>-10,3</b>	<b>6,5</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

## Registrering av tunga lastbilar 16 ton och över

Märke	April		Ackumulerat		Förändring %		Markn.andel %	
	2017	2016	2017	2016	Apr	Ackumulerat	2017	2016
DAF	10	16	48	47	-37,5	2,1	2,5	2,5
Iveco	1	0	1	3	0,0	-66,7	0,1	0,2
MAN	14	22	65	62	-36,4	4,8	3,4	3,3
Mercedes-Benz	48	41	232	143	17,1	62,2	12,1	7,7
Scania	206	303	799	821	-32,0	-2,7	41,7	44,0
Volvo	236	252	763	784	-6,3	-2,7	39,8	42,0
Övriga	2	4	7	6	-50,0	16,7	0,4	0,3
<b>Totalt</b>	<b>517</b>	<b>638</b>	<b>1 915</b>	<b>1 866</b>	<b>-19,0</b>	<b>2,6</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

## Nyregistrerade lastbilar efter viktklass

Viktklass	April		Förändring		Ackumulerat	
-----------	-------	--	------------	--	-------------	--

DEKRA AG i Stuttgart är världsledande inom kvalitetstjänster för fordonsbranschen.

DEKRA QM AB i Sverige söker Dig med ambitioner som vill hjälpa oss att utveckla och fortsätta framgången med vår verksamhet runt om i landet. Vi välkomnar därför förstärkningar till följande regioner!

## Regiontekniker

- Luleå • Skellefteå • Stockholm
- Göteborg • Umeå • Skåne

**Dina uppgifter** innebär att utföra olika kvalificerade och opartiska kvalitetskontroller för aktörer inom fordonsbranschen. Ett mycket intressant och omväxlande uppdrag där Du ansvarar för din region med resultat- och driftsansvar. Uppdraget är förenat med resor.

**Din bakgrund.** Du har dokumenterad fordonsteknisk utbildning och gedigen erfarenhet från bilbranschen, gärna från flera olika bilmärken och uppdrag. Goda kunskaper inom området skadereparationer är ett krav. Kund- och datavana är en förutsättning. Etablerat kontaktnät inom bilbranschen och erfarenhet av liknande arbete är en merit.

**Din personlighet.** De utåtriktade arbetsuppgifterna ställer krav på ett positivt och affärsmässigt sätt samt att du har lätt för att samarbeta och skapa nya kontakter. Som person är du självgående med god ordning och integritet. Trevliga arbetskamrater och en spännande framtid väntar dig.

För mer information.

Välkommen kontakta Johan Hultman.

010-455 18 11, johan.hultman@dekra.com.

Se även [www.dekra.se](http://www.dekra.se)

Din ansökan skickar du snarast till:

DEKRA Quality Management AB, Drottninggatan 8, 632 20 Eskilstuna

## Välkommen till en ny framtid!



Maria Adolfsson från Michelsens Bil i Tomelilla träffade Pontus Lövrup från återförsäljarföreningen.



Ulrika Munro-Jack, vd på Bilcenter i Sörmland, fastnar ofta på vimmelbilder.



Valberedningens Jonas Olsson rattade Thunbergs Bil i pauserna.



Nyvald i förbundsstyrelsen blev Anders Lindqvist från Lindqvist Bil i Köping.



Scoutträff. MRF:s vd Tommy Letzén är scout, nye ordföranden Lennart Börjesson också, sjöscout. Så snart blir det väl hajk!



Dan Olsson fick guldplakett för sitt trettiåriga engagemang i Stockholms motorbranschförening.



Våren såg ut att slå ut bakom Lars G Carlsson från övre Norrlands motorbranschförening.



MRF:s ekonomichef Karin Mattson berömdes av revisorerna för att sköta ekonomin med järnhand.



Spjuvern Anders Trued från västkusten tittar fram framför Anders Andersson från östkusten.

## Här minglar MRF

När MRF höll årsstämma på Clarion hotel Arlanda gick en styrelseordförande, Tommy Andersson, och en ny, Lennart Börjesson, kom. Vd Tommy Letzén redogjorde schvungfullt för den livliga förbundsverksamheten och om omvärldsförändringar – urbanisering, rekryteringsbehov, miljöfrågor, konsolideringar, ny teknik, pop up-stores, nya affärsstrukturer ... och en bilfientlig regering. Alla utmaningar till trots var det glammigt i vimlets yra.



Här minglar Börje Hultin, Anders Lindqvist och Marlene Falk.



Från Bilia Stockholm kom Christer Carlsson och Louise Mattsson.



Distriktschef Carolina Sörman tog emot vinstchecken på 25 000 kronor för Kalmar motorbranschförening som blev Årets distrikt. Avgående styrelseordföranden Tommy Andersson överlämnade.



Erling Öström från Svensk Volvohandel i färd med att sätta tänderna i en munk.



Tronskifte. Här tar Lennart Börjesson över ordförande-posten i MRF efter Tommy Andersson.



Vid middagen berättade distriktschef Bengt Hjalmarsson från Dalarna att han bor som elfte generation på en släktgård.



Urban Lindell i vimlet i väntan på middag.

Vi undrar varför Jämtlands-representanten Håkan Larsson ser så barsk ut ...



Gästtälaren Bo Andersson levererade en framtids-spaning av det slag han också gör här i tidningen på sidan 52.



Jan Österberg från förbundsstyrelsen har övervarat många MRF-stämmor.



MRF-folk. Nye medarbetaren Henrik Idermark tillsammans med redovisningsansvariga Marit Pehrsson och SMBF:s Torbjörn Behrer som sa att Stockholms motorbranschförening vill byta namn till MRF Stockholm.

# VÅRKAMPANJ!



Pris från:  
**25 900:-**  
exkl. moms

(Ord. pris **29 900:-** exkl. moms)  
Kampanj gäller t.o.m. 16/6-17

Leasing  
**704:-/mån**

36 månader, 10% restvärde, inga avi- eller uppläggningsavgifter



Godkänd  
av Volvo

Pris från:  
**36 500:-**  
exkl. moms

(Ord. pris **40 500:-** exkl. moms)  
Kampanj gäller t.o.m. 16/6-17

Leasing  
**992:-/mån**

36 månader, 10% restvärde, inga avi- eller uppläggningsavgifter

## AC-station SUN ECK 1890

Helautomatisk AC-servicestation utrustad med tydliga lättlästa tryckmanometrar och digital våg. För kylmedia R134a.

- SUN ECK 1890 utför tömning och fyllning av AC-system utan att slangar och nipplar etc. flyttas
- Tydlig manöverpanel, placerad i bekväm arbetshöjd
- Uppvärm tank gör fyllning av AC-systemet mycket snabbt
- Skrivare för servicereport
- Svenska menyer

## AC-station SUN ECK TWIN Pro

Utrustad för framtiden!

- Ekonomisk vinst, 2 maskiner i 1.
- 7" pekskärm
- Tar mindre plats jämfört med två separata AC-stationer
- Hybridfunktion för elektriska kompressorer (hybrid/elfordon)
- Förberedd för gasanalys
- Skrivare för servicereport
- Svenska menyer



Du kan finansiera ditt köp med leasing till fördelaktiga villkor, kontakta oss för mer information.

## AC-station HFO SUN ECK 3900 Premium

Avancerad och lättskött maskin som automatiskt tömmer, läcksöker via vakuum, återvinner och fyller systemet med R1234, olja och spårmedel.

Uppfyller Volvo, PSA, Toyotas och flera andra biltillverkares krav.

- 5" skärm
- Förberedd för gasanalys
- Tydliga analoga manometrar
- Hybridfunktion för elektriska kompressorer (hybrid/elfordon)
- Skrivare för servicereport
- Svenska menyer

SUN ECK TWIN Pro klarar både R134a och den nya gasen HFO1234YF. Den har 2 separata pumpenheter, alltså undviker du risk för blandning av de olika gaserna.

Automatiskt läcktest under processen.

Pris från:  
**45 900:-**  
exkl. moms

(Ord. pris **52 500:-** exkl. moms)  
Kampanj gäller t.o.m. 16/6-17

Leasing  
**1 275:-/mån**

36 månader, 10% restvärde, inga avi- eller uppläggningsavgifter



## Akkrediterad kalibrering

Vi är ackrediterade att utföra kalibreringar av:

- Avgasmätare (bensin & diesel)
- Ljusinställare och ljusinställarplats
- Bromsprovare med tillhörande tryckgivare
- Retardationsmätare
- Tryckmanometer

## Service

Vårt servicenät är väl utbyggt och täcker in hela Sverige. Du får snabbt och effektivt den service du behöver. Vi har serviceverkstäder i Karlstad, Stockholm och Göteborg.

FVU

## DEN SNABBA **KVALITETSRIKTBÄNKEN** SOM KLARAR TUNGA LYFT.

*Jollift Masterbench 35* är en stark, robust och mångsidig lyft och "snabb bänk" som funkar för mindre till medelstora skadereparationer.

*Jollift Masterbench 35* är ensam på marknaden med 3500 kg lyftkapacitet och dessutom en dragriktare med 10 tons dragkraft, 4 starka chassieklämmor som lätt kan justeras i höjdlid ingår också. Dragriktaren kan monteras runt hela bänken och har vertikalt torn med dubbel vridbar bottendel, vilket medför att man alltid har maximal dragkraft.

*Jollift Masterbench 35* går utmärkt att bruka utan klämmor och dragriktare, 4 flyttbara lyftarmar medföljer. Levereras komplett med dragriktare och klämmor, bänken kan fås i valfri färg efter kunds önskemål!

**Tekniska data:**

Lyftkapacitet:	3500 kg
Maximal lyfthöjd:	1640 mm med dubbla lyftblock
Höjd från golvet:	100 mm
Längd:	2370 mm
Bredd:	780 mm



**Leasing fr. 3 070 SEK/MÅN** exkl. moms

(60 månader) Rest. 10%

Kontakta Continova för mer information

**CONTINOVA**

Tel 0300-52 14 00 • [info@continova.se](mailto:info@continova.se) • [www.continova.se](http://www.continova.se)