DIN FACKTIDNING

MOTOR BRANSCHEN

NR 4 ⊙ APRIL 2017 PRIS 95 KR

Ministerbesök
Ylva Johansson kom till branschen

Motorskador
Tvetydig regel ska ifrågasättas

SERVICERÅDGIVARNA
Vår tids hjältar!

Sara Vennerberg och Mats Lindholm

UMEÅ GLÄNSER

Här planeras för ett bil-spa

VICTOR DAHL DIN BIL **JONAS OLSSON** THUNBERGS **LOTTA FORSS** DIN BIL **YASEMIN AYAKAN** BILIA **JOAKIM SVEDBERG** SVEDBERGS BIL **ANNA ERICSSON** MOTORCENTRALEN **MATTIAS BERGLUND** TB **TOMMY JOHANSSON** LUNDGRUPPEN **JOÉ LAPINNIEMI** LINDSTRÖMS BIL **MATS ÅSBRINK** BILIA **FREDRIK HÄGGQUIST** BILBOLAGET **MICHAEL PERSSON** MIN BIL **CHARLOTTE KNUTSSON** BILIA **PETER JONASSON** MAZDA BILGALLERI

Välkommen upp!

santanderconsumer.se

Tillsammans når vi högre höjder

Det säljs bilar som aldrig förr. Men köparna är lika noggranna som alltid och gör gedigen research innan de fattar sitt beslut. Vilken återförsäljare har det mest genomtänkta erbjudandet? Tillsammans med oss skapar ni förslag och lösningar som underlättar för kunden att ta det avgörande steget att välja just er.

Välkommen att kontakta vår kompetenta, glada och erfarna säljkår. Tillsammans, mot ännu bättre affärer.

Santander
CONSUMER BANK

FÖLJ OSS PÅ WEBBEN!
Du läser väl redaktionsbloggen?
www.mrf.se/motorbranschen

Innehåll 4.2017

OMSLAGET
Sara Vennerberg och Mats Lindholm på Lindholms Bil i Umeå, sidan 30
Foto
Johan Gunséus

FRONT
6 Ministerbesök i branschen
8 Nysvenskar snabbvalideras
10 PSA-köpet av Opel
11 Händer framöver
13 Din Bil & Bilia raggar ihop
14 Dyrast äga bil i Norge
15 Krönika, Anders Parment
16 Bavaria tänker nytt
16 Nytt säljstödprogram
19 GBV-samarbete strandar
20 Ifrågasatt anslutning

MOTORPLOCK
23 Nylanseringar i urval

NYTANKAT
24 Sett Tech academy?

I FRAMKANT
26 Nybyggt i Umeå

TRE KUNDER
34 Plussar verkstäderna

MASKINSKADOR
36 Trasslig sexmånadersregel

FOKUS
38 Branschens hjältar
40 Toyotas bästa serviceråd givare
42 Skaderådgivaren i fokus
44 De personliga serviceteknikerna
45 Kundservice, en livsstil
46 14 tips som gör skillnad

CHEF I BRANSCHEN
49 Feed back eller inte?

PORTRÄTTET
50 Charlotte Knutsson

EXPERTSVAR
58-59 Juridik och Verkstad
60-61 Bilhandel och Lack & Skade

STATISTIK
62 Senaste nyregistreringarna

MÄSS-SPAN
66 Bilbutiker i köpcentrum

PERSPEKTIV
69 Oscars-stärnor bakom ratten

KRÖNIKA
70 "Skjut inte pianisterna!"

Servicerådgivaren är motorn

LÅNGT KVAR TILL lön och ett stort behov av semesterbuffert … då händer det som inte får hända; bilen kränglar. Bilen, förutsättningen för att familjepusslet ska fungera, och ”just i dag när jag ska skjutsa ett gäng ungdomar till träningen”.

Det är i sådana situationerna som en service-rådgivare, eller kundmottagare som det hette förr, möter våra kunder. Det är då det avgörs om vi kommer att få återköpande kunder eller inte – inte bara till verkstaden utan till företaget som helhet.

Kan vi se varje kunds individuella behov och med till buds befintliga verktyg göra det bästa av situationen har vi en mer lojal kund.

DÅ JAG I BÖRJAN av 2000-talet hade förmånen att få anställa servicerådgivare, såg vi att antalet kvinnor till detta mansdominerade yrke var lågt samtidigt som antalet kvinnliga kunder ökade. Vi letade då upp tre kvinnor med bakgrund från en bensinmack, en hotellreception och en biluthyrning. Alla, serviceinriktade och vana att möta kunder. Då teknikerfarenhet saknades tog dom hjälp av frågemallar, befintliga system och kollegor.

ALLT LÖPTE PÅ tills en av tjejerna en dag tårögd kom in på mitt kontor och sa: ”Dom är dumma mot mig”. Jag tänkte kortsiktigt att nu ska grabbarna få höra ett och annat och var redan i tanken på väg till verkstadschefen då kvinnan tillade: ”Inte grabbarna, det är kunderna som är dumma”.

DET SOM HÄNT var att kunderna hade förutfattade meningar om kvinnor som servicerådgivare. ”Kan fröken springa i väg och hämta någon som kan lite om bilar.” Och döm om min förvåning över att sådana kommentarer mest kom från äldre damer.

FÖRMÅGAN ATT MÖTA olika förväntningar, en ibland negativ besöksstart och kanske påspätt av brist på p-platser är en av vår bransch svåraste yrkesroller. Vi såg att kvinnor var ett bra komplement i frontlinjen som gjorde att vi tillsammans kunde möta olikheter. Det medförde också att vi tittade på hur våra kundgrupper och dom olika kulturkrockar som ibland uppstod. Vi förstod att vi behövde utveckla oss i takt med mångfalden bland kunderna.

ATT GÖRA EN analys av kundgrupper och sen skapa ett team i frontlinjen med bra backoffice är ett sätt att trimma företagets ”motor” att klara olika varvtal, bränslen och belastningar. Hur vi möter och förstår kunderna i framtidens digitalisering och informationsteknologi tror jag kommer att utgöra skillnaden i vår framtida överlevnad!

Tommy Letzén är vd för Motorbranschens riksförbund.

”Hur vi möter kunderna i framtidens digitalisering kommer att utgöra skillnaden i vår framtida överlevnad”

MOTOR BRANSCHEN 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

RICKARD JAKBO är frilansjournalist sedan tjugo år och gillar att hitta nyheter, speciellt inom arbetsmarknads- och ekonomiområdet. "Tack vare det, och kanske ett sinne för humor, har jag överlevt de flesta lågkonjunkturer", säger Rickard som har flera släktingar som jobbar inom bilbranschen. I det här numret skriver han om ett valideringsprojekt för nyanlända i Gävleborg.

REPORTRAR: Annika Creutzer, Louise Molander, Magnus Carlsson, Maria Eriksson, Marianne Sterner, Mikael Jägerbrand, Nellie Pilsetnek, Paul Frigyes, Peter Lorin, Thomas Drakenfors, Trygve Larsen

KRÖNIKÖRER: Anders Parment, Nils-Eric Sandberg
FOTOGRAFER: Alexander Lindström, Camilla Lindqvist, Johan Gunseus, Rickard Forsberg, Peter Holgersson, Åke Ericson,
KORREKTUR: Hans Bister

ANNONSERA & PRENUMERERA

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

Björn Olsson
Marknadstorget och platsannonsering
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 bilder är förbjudet.

Medlem i Sveriges tidskrifter **Tryck**: Lenanders Grafiska TS-kontrollerad upplaga ISSN 0027-2140

Ingrid Malmström
Partner Support
Tel: 010-156 14 76

Första bilen: Folka 1300
Drömbil: Mini Clubman
Arbetat med bilfinansiering: 28 år
Dold talang: Familjen utmanar mig inte i frågesport…

Ingrid – din coach inom bilfinansiering

Att finansiering ökar dina affärer vet du säkert redan.

Men kanske dyker frågor upp som rör avbetalningstid, restvärden eller kreditbedömning – när kunden sitter framför dig? Då finns vi på Partner Support på plats för att stötta dig och göra affären möjlig.

Du kan bilar och vi kan finansiering. Men med vår långa erfarenhet vågar vi påstå att vi kan och gillar bilar också. Ring mig eller någon av mina kollegor, vi ser fram emot ditt samtal!

Gör det möjligt

Nordea

NOTISER

Einarsson ändrar fokus

Einarsson Bil i Hässleholm och Älmhult säljer sin Peugeot-anläggning i Helsingborg, som köptes härområdet från dåvarande återförsäljare. Mårtenssons Bil – med anläggningar i Hörby, Malmö, Landskrona och Ängelholm – tar över.

Einarsson Bil satsar på sina anläggningar i Hässleholm och Älmhult. På den senare orten byggs en anläggning för nio miljoner, som beräknas stå klar våren 2018. Där ska Peugeots transportbilar kompletteras med Peugeots personbilar. I nuvarande lokaler startar företaget plåtverkstad och däckhotell. Ny vd är Björn Olofsson.

Persson Invest växer

Persson Invest i Östersund köpte Nordiska Bil med anläggningar i Luleå, Piteå, Kalix och Boden av företagets ägare Sten Bergman, efter att tidigare ha förvärvat Eriksson Bil i Kiruna och Gällivare. Nordiska Bil representerar Volvo, Renault, Dacia, Ford och Nissan, medan Eriksson Bil säljer och servar Volvo, Renault, Dacia och Ford. Bilbolaget finns även i Härnösand, Lycksele, Sollefteå, Strömsund, Umeå, Vilhelmina och Örnsköldsvik.

Dahlberg & Roos ...

... i Kiruna har sedan en tid slutat sälja Fiat personbilar, men fortsätter som representant för Fiat Professional transportbilar, Jeep, Kia och Isuzu.

Möller Bil ...

... har invigt sin nya bilhall med servicecenter i Katrineholm. Företaget säljer och servar VW, Audi, Seat, Skoda och VW transportbilar vid anläggningen i Katrineholm. I Örebro öppnar Möller Bil i vår ett nytt bilskadecenter. Möller-koncernen, med huvudsäte i Oslo, har i Sverige cirka 650 anställda på tolv orter i Mälardalen. Företaget säljer och servar VW, Audi, Seat, Skoda och VW Transport-bilar.

Lundqvist Bil ...

... i Norrtälje har sålts till Bavaria-koncernen. Lundqvist Bil säljer och servar Kia och Opel samt är serviceverkstad för Saab, medan Bavaria representerar BMW och Mini i Stockholms-området och i Uppsala.

Välkommen till motorbranschen Ylva Johansson. Victor Dahl, Joachim Due-Boje och Tommy Letzén tog emot.

POLITIKERMÖTE

Ministern kom med hoppfulla utfästelser

När arbetsmarknadsministern orienterade sig i motorbranschen på MRF:s initiativ mötte hon bland andra teknikern Ranj Mohammed på Din Bil i Smista.

MRF BJÖD arbetsmarknadsminister Ylva Johansson (S) till branschen – och hon kom, väldigt snart, till ett dynamiskt studiebesök.

Tur i oturen, kan man väl sammanfatta misstolkningen av ministerns uttalande i SVT:s Agenda härförleden – hon sa faktiskt inte att bilmekaniker är ett enkelt jobb – men det var det som fick branschen att kalla på henne.

Mötet skedde på Din Bil i södra Stockholm som ligger i startgroparna för ett stort rekryteringsprojekt. Platschefen Victor Dahl och MRF:s vd Tommy Letzén guidade genom verkstadslokalerna. Branschen fick redogöra för sitt rekryteringsbehov, sina egna satsningar och sina syften.

Ylva Johansson har intentionen att lyfta de många yrken som har arbetskraftsbrist och pussla samman arbetssökanden, inte minst nyanlända, med de lediga jobben. Och då tittar hon i första hand på jobb som inte kräver många års utbildning. Biltekniker är ett.

– Det kräver mycket, men inte orimligt mycket, definitivt inte lika mycket som en lång högskoleutbildning. På ett år kan man komma långt, sa hon.

Vad kan regeringen göra?

– Arbetsförmedlingen har fått i uppdrag att jobba mer mot arbetsgivarnas behov, med matchning mot jobben via utbildning. Vi försöker få styrsel på upphandlingen av arbetsplatsförlagd utbildning parallellt med regionala utbildningssatsningar. Men det kräver insatser av enskilda branscher också.

Bilbranschen hade exempel att komma med, som de pågående pilotprojekten inom

”Vi försöker få styrsel på upphandlingen av arbetsplatsförlagd utbildning parallellt med regionala utbildningssatsningar. Men det kräver insatser av enskilda branscher också”

Ylva Johansson (S), arbetsmarknasminister

Det talades mycket om snabbspår, bland annat för nyanlända, när minstern kom till branschen. Fr v MRF:s vd Tommy Letzén, Din Bils platschef Victor Dahl och utbildningschef Lotta Forss som har startat ett spännande rekryteringsprojekt tillsammans med Bilia som vi berättar om på sidan 13.

Motorbranschcollege och alla pågående lokala rekryterings- och integrationsprojekt.

Bilbranschens behov är Sveriges behov.

– Bristen på utbildad arbetskraft riskerar att hämma tillväxten, sa ministern.

JOACHIM DUE-BOJE från MRF fick in ett par poänger, dels i fråga om den skiftande utbildningskvaliteten bland gymnasieskolornas fordonsutbildningar; ministern antecknade och lovade att ta upp frågan med ”Anna Ekström och gänget” (utbildningsdepartementet red:s anm). Dels en bön om hjälp för att lyfta motorbranschens yrken.

– Det behövs information om den svenska arbetsmarknaden tidigare, inte minst till nyanlända. Många kommer från en helt annan arbetsmarknad och kan inte överblicka vad det svenska arbetslivet innebär i fråga om löner, arbetsförhållanden och utvecklingsmöjligheter, sa hon.

MINISTERN FOR VIDARE i en bil med tonade rutor, opportunt nog av märket VW Passat. Onekligen känns vägen genom maktens korridorer kortare när en regeringsmedlem sitter vid samma bord. MRF gav branschen ansikten. Tommy Letzén bjöd in Ylva Johansson till Almedalen.

TEXT **ING-CATHRIN NILSSON**
FOTO **ÅKE ERICSON**

NYANLÄNDA PÅ THUNBERGS BIL
Projektet är ett samarbete mellan Thunbergs Bil, Arbetsförmedlingen och region Gävleborg. Personalen arbetar med valideringsmallar från Motorbranschens yrkesnämnd och Lackerarnas yrkesnämnd. En utvärdering ska vara klar i vår.

FOTO ALEXANDER LINDSTRÖM

30 år

har Nordmarkens Motor i Årjäng sålt bilar. Nu satsar de på Karlstad där ett Opel Center har öppnat i i Autowäx gamla lokaler i Våxnäs. Ett tio-tal personer kommer att jobba med försäljning och service. Det är den andra bilhallen i Sverige där det enbart kommer att säljas Opel och företagsledningen tror mycket på det konceptet. På invigningen uppvaktade MRF:s Värmlandsavdelning med en välbevarad 60 år gammal annons om nya Opel Rekord och Kapitän 1957 års modell.

FOTO LENNART PERSSON

INTEGRATION

Flyktingar snabbvalideras

Thunbergs Bil har öppnat verkstadsdörrarna för nyanlända med mekanikerkompetens. Projektet ska sammanföra behovet av snabb integration med branschens behov av arbetskraft.

NÄR DET GICK UPP för Thunbergs Bils vd Jonas Olsson att det fanns en stor databank med information om nyanländas kompetensprofiler på Arbetsförmedlingen kom han med ett förslag. Flyktingarna skulle kunna utbildas i bolagets verkstadslokaler utanför Sandviken, i någon typ av valideringsprogram för att se vilka som var bilmekaniker. Så blev det också. Motiven är behoven av integration i samhället och arbetskraft i motorbranschen.

– Det är en utbildningsinvestering. En person som kan jobba med Peugeots dataprogram i Syrien kan jobba med det också i Sverige. I ett större perspektiv kan man säga att om vi inte tar till vara på denna kunskap är det ett tjänstefel av bilbranschen, säger Jonas Olsson, som också är ordförande i MRF Gävleborg.

SAMTIDIGT SOM branschen står inför en tilltagande personalbrist, har många nyanlända mekaniker- och lackerarkompetens. Men vilka är de och hur många är de? Det är här projektet kommer in i bilden.

– Vi plockade fram femton namn med hjälp av Arbetsförmedlingen databas och sju av dem sitter nu på skolbänken i vår verkstad, tillsammans med en handledare från regionen. Våra medarbetare finns tillgängliga och behjälpliga och de kan relativt snabbt se vilka som kan yrket.

Men vad det innebär att tituleras mekaniker kan skilja sig åt mellan olika länder; någon visade sig vara smed och en annan målare.

– Det handlar kanske om två tre personer som är utbildade mekaniker.

PROJEKTET ÄR en testverksamhet som sker i ett samarbete mellan Jonas Olssons företag, Arbetsförmedlingen och Region Gävleborg (landstinget). Thunbergs Bil ska skicka en utvärdering till den regionala myndigheten under våren. Erfarenheterna kan bli viktiga i arbetet med snabbspår inom motorbranschen. Snabbspår innebär att Arbetsförmedlingen och arbetsmarknadens parter i utvalda branscher samarbetar för att ta tillvara nyanländas kompetens. Det ska ske i en samordnad process med praktik, språkträning och kompletteringsutbildning.

THUNBERGS BIL varken tjänar eller förlorar på projektet. Ett bidrag täcker kostnader för möblerna i lokalen.

Hur snabbt en nyanländ med mekanikerkompetens skulle kunna komma i jobb beror till största delen på språkundervisningen, tror Jonas Olsson.

– Vi kan redan nu säga att det är språket som är akilleshälen och inte kunskaperna. Förmodligen måste språket till först, sedan kan vi ta hand om dem som är lämpade. ⊙ RJ

FOTO ALEXANDER LINDSTRÖM

Det vore ett tjänstefel av bilbranschen att inte ta till vara på kunskaperna bland nyanlända, tycker Jonas Olsson.

NOTISER

Askling Bil ...
... med huvudsäte i Linköping, startar senare i år bygget av en ny bilanläggning i grannstaden Norrköping. Det nya bilhuset ersätter företagets nuvarande anläggning i Norrköping. Askling Bil finns även i Motala och Mjölby och representerar Toyota. I Linköping säljer man även Lexus.

Olofsson Auto ...
... i Norrköping, som representerar Mercedes, AMG och Isuzu, ska bygga en ny anläggning längs E4 i Norrköpings norra utkanter. Byggstart väntas sannolikt i höst.

Biloteket ...
... är namnet på Nyköpings nyaste bilföretag som etablerat sig på Gumsbacken-området intill E4. Biloteket har tagit över som Opel-representant på Nyköpings-distriktet efter Bilcenter som fortsätter sälja Mercedes personbilar och Kia samt transportbilar från Mercedes, Opel och Isuzu. Bilcenter är även serviceverkstad för Kia, Opel, Mercedes, Isuzu och Saab.

Rejmes Lastvagnar ...
... inviger i maj en ny anläggning i Örebro, som ersätter företagets nuvarande fastighet i staden. Rejmes Lastvagnar är återförsäljare och serviceverkstad för Volvo lastvagnar och finns även i Linköping, Norrköping, Motala, Tranås, Katrineholm, Nyköping, Askersund och Lindesberg.

honeybee

DYNAMITEN SPARADE TID

Med eld i berget fick samhällsutveckling och infrastruktur en skjuts framåt i och med att byggnation väsentligt förenklades. Där man tidigare hade varit tvungen att elda och spräcka berg för hand, kunde man nu använda dynamit för att öka effektiviteten och kapa byggtiderna väsentligt.

PRECIS SOM VI GÖR FÖR DIG!

På samma sätt kan Nordic Wheels effektivisera för dig i bilbranschen. Istället för att själv lagerhålla och hantera lösa däck och fälgar till kundbilar, kan du snabbt och enkelt beställa färdiga hjul i rätt dimensioner på vår webbplats. Förenkla din arbetsdag och lägg tiden på mer intäktsskapande istället. Välkommen att höra av dig så får du ett inlogg för att testa.

NORDIC WHEELS

Vi förenklar din däckaffär!

Nordic Wheels AB, ingår i Nokiankoncernen | 054-14 16 00 | www.nordicwheels.se

NOTISER

ProAutos ...
... nya fullserviceanläggning i Linköping börjar ta form. Stommen är rest och inflyttning beräknas ske nu i höst. Nybygget återfinns på Mörtlösa-området vid E4 och ersätter ProAutos nuvarande bilhus i Linköping. ProAuto finns även i Norrköping och Nyköping och är ÅF och serviceverkstad för BMW.

Motorkompaniet ...
... i Halmstad startar inom kort bygget av en ny fullservice-anläggning på Flygstaden-området i Halmstad. Företaget säljer och servar VW, VW trp, Seat och Skoda samt är även auktoriserad verkstad för Audi. En verkstadsanläggning finns i grannstaden Laholm. Efter 43 år upphörde Motorkompaniet med Audi första mars. Svenstigs Bil, med huvudsäte i Värnamo, tar över som Audi-återförsäljare i Halmstad.

Nismo center öppnat i Karlstad
Flash Auto har öppnat Sveriges första Nismo center. Huvudattraktionen vid invigningen var dels den grymma Nissan GT-R, världens snabbaste serietillverkade bil, dels rockmusikern Dregen.

Flash Auto säljer och servar också Peugeot. Ägarna Jan, "Flash", Nilsson, Lennart Nodby och Johan Kvick har ett förflutet inom banracing och har tagit med sig "the fun factor" till bilhandeln

FOTO LENNART PERSSON

Nissan GT-R.

Anders Karlander, Peugeots ÅFF och Jan-Åke Göransson, Opel ÅFF jobbar ihop på Gothia Utveckling i Göteborg.

FUSION

Vad kan franska köpet av Opel föra med sig?

PSA Peugeot Citroën köper Opel och Vauxhall av General Motors. Jan-Åke Göransson, ÅFF-vd för Opel och Anders Karlander, ÅFF-vd för Peugeot, vad innebär det här?
– Än så länge blir det bara spekulationer, men jag tror inte att distributionsnätet kommer att påverkas förrän om flera år. Hela 2017 kommer att gå till att sätta affären på plats. Om detta får några effekter på distributionskedjan är ännu för tidigt att spekulera i, säger Jan-Åke Göransson.

Vad har du för förväntningar?
– Vårt fokus är återförsäljarnätet, till exempel vad som händer på orter där det både finns en Peugeot- och en Opelhandlare. Men jag tror inte att vi kommer att se stora rörelser där. Se på hur Peugeot har hanterat Citroën, säger Göransson.

Blev du förvånad över affären, Göransson?
– Ja, det blev jag. Fast jag tror att vi kommer att få se fler konsolideringar längre fram. Det går åt det hållet. Vi har en överproduktion i Europa och på något sätt måste den hanteras.

Var finns besparingarna, Anders Karlander?
– Det kan nog handla om samkörningar på olika områden. Närmast till hands är sannolikt gemensam utveckling, inköp och produktion. Användning av likadana delar i så stor utsträckning som möjligt kan ge besparingar, säger Anders Karlander.

Vilken betydelse har affären?
– Den vittnar om att man inom Peugeot har framtidstro och att man vill vidareutveckla PSA till en stark, global spelare och ge trygghet kring vad PSA håller på med, säger Karlander. ME

HÄNDER FRAMÖVER

New York International autoshow
14–23 april Jacob Javits Convention Center
Mer än fyra våningar med de nyaste fordonen och senaste futuristiska konceptbilarna från världens biltillverkare. Nästan 1 000 bilar och lastbilar visas på Nordamerikas första och största välbesökta bilmässa med anor från 1900. En gigantisk samling. www.autoshowny.com

Härdplastutbildning, kemiska miljörisker
18 april, Solna/Sundbyberg
Genomgång av den nya föreskriften Kemiska arbetsmiljörisker och vad som gäller vid hantering av härdplaster och allergiframkallande kemiska produkter, riskbedömning, hälsorisker och skyddsåtgärder. Kan även arrangeras som "in house". Anmälan på mrf.se

MRF På väg
19 april, Nova Innovatum, Trollhättan
Eftermiddagsmeeting med MRF om aktuella bransch- och omvärldsfrågor. Grupperingar för bilhandel, servicemarknad och skadeverkstäder. Anmälan på mrf.se

Auto Shanghai 2017
20–27 april National Exhibition and Convention center (NECC)
Internationell bil- och verkstadsmässa i 13 hallar som senast, för två år sedan, samlade över en miljon besökare, 123 biltillverkare och 1 700 utställare från eftermarknaden, varav närmare 300 utländska.

Plastutbildning Bojo, Mjölby
24-27 april
15-18 maj
Grundutbildning bilplastreparatör i MRF:s regi. Innefattar bland annat föreskrifter och riskbedömning, reparationsteknik, materiallära och strukturmålning, svetsteknik och de nyaste rönen om nya plastsorter. Examination och diplomering "Godkänd plastreparatör". Läs mer på www.mrf.se/boka kurser och tjänster.

MRF:s förbundsstämma
26 april Clarion hotel Arlanda
Årsstämma med Motorbranschens riksförbund. Som vanligt håller Motorbranschens arbetsgivareförbund (MAF) sin stämma vid samma tillfälle.

Ekotransport 2030
26 april Münchenbryggeriet, Stockholm
Konferens om framtidens hållbara transporter, med fokus på en fossiloberoende fordonsflotta. Mötesplats för flera branscher med trendspaningar, debatter och seminarier. Aktuell Hållbarhet och 2030-sekretariatet arrangerar.

The Commercial vehicle show
25–27 april Birmingham, England
Storbritanniens största mötesplats för transport- och logistikbranschen med utställare som spänner över godstrafiken på väg, distribution och logistisk leveransverksamhet. Från lastbil, skåpbil och släpvagnstillverkare till gaffeltruckar, försäkringsbolag, däck, telematik och utbildningssamordnare, bränsle- och smörjmedelsleverantörer. www.cvshow.com

Utbildning i bilhandelsjuridik
28 april Bilbolaget Nord, Östersund
Förmiddagskurs i bilhandelsjuridik av MRF:s jurist David Norrbohm för i första hand säljare, säljchefer, reklamationsansvariga och företagsledare. Anmälan på mrf.se

LYN:s yrkesprov för lackärare
8–9 maj, Lugnetgymnasiet, Falun
Efter en träningsdag får yrkeslärare möjlighet att göra yrkesprovet för fordonslackerare, både praktiskt och teoretiskt, en möjlighet att lägga upp undervisningen bättre och samtidigt träffa kolleger.
Sista anmälningsdag 17 mars på bilproffs.se
Där finns också kurser i vår för yrkeslärare bilproffs.se/yrkeslararkurser/

MRF VIM
Verkstad i molnet

Affärssystemet för skadereparationsverkstäder!

MRF VIM är affärssystemet för dig som arbetar med lack- och skadeverkstäder, lätta- och tunga fordon.
MRF VIM, det nya verkstadssystemet i molnet ersätter tidigare MRF PRO.

MRF VIM - en del i framtidens servicemarknad.
Mer information om MRF VIM, framtidens affärssystem på www.mrf.se

För bilbranschens bästa
MOTORBRANSCHENS RIKSFÖRBUND MRF

Verkstadschefens favoriter!

2018
31- 1
JAN FEB
autogloben

FVU Fordons Verkstads Utrustarna
Sorterat och klart på - www.fvu.se

Global verkstadsprodukter.

Global liggbräda är en bekväm hjälpreda utan störande infästningar, uppbyggd på en stålstomme överdragen med oljeresistent gummi. De sex svängbara hjulen gör den lättmanövrerad. Brädan kan kompletteras med ett extra brett nackstöd i konstläder.

Global åkstol – originalet – är en ergonomisk lågstol som skonar och avlastar rygg, knän och vrister.
En mjukt fjädrande sits i integralskum, stabilt underrede med fem svängbara hjul, varav två är låsbara, gör det lätt att förflytta sig.
En praktisk verktygshylla under sitsen, åkstolen kan även förses med ryggstöd för ytterligare bekvämlighet.

Nu 520.000 exemplar

Global liggstöd är ett perfekt och bekvämt hjälpmedel vid arbeten inne i bilens kupé. Stödbenet är lätt ihopfällbart och justerbart i höjd mellan 34-50 cm.

Global montörvagn speciellt anpassad för arbete med tyngre fordon och maskiner. Dynor i integralskum, reglerbart ryggstöd mellan 5° till 75° med hjälp av gaspatroner.

Kontakta oss för snabb leverans.

GIGANT BERNER swedol WÜRTH
MECA OPUS KGK Autoexperten Bolet NORMTEKNIK

Kvalitetsprodukter för industri och verkstad.
GLOBAL
I. Olsson Försäljning AB, Kristinehamn
Telefon 0550/165 55 • Fax 0550/158 90
www.globalforsaljning.com

FOLK I BRANSCHEN

Det har varit prisregn över **Börjessons Bil**. I Alingsåsföretaget har fått utmärkelsen Årets marknadsförare i Alingsås, Lerum, Vårgårda och Herrljunga kommuner av Marknadsföreningen i Alingsås. I motiveringen talas om "ett företag som genom en långsiktig och imponerande satsning byggt upp en av Sveriges största bilanläggningar genom målmedveten högklassig exponering, marknadsföring och ett personligt kundbemötande"

Börjessons serviceteam för Audi i Ängelholm har utsetts till Årets serviceteam på Audi. Den långa motiveringen slutar: "Kort sagt en Audiverkstad som har utvecklat alla kategorier och är benchmark inom kundnöjdhet."

Audis svenska märkeschef, **Marco Schubert**, har efter tre år i Sverige utsetts till Head of sales Asia & Overseas för Skoda med tillträde första juni. Under Schuberts ledning nådde Audi all-time-high under 2016 med 22 662 sålda bilar. Audis nuvarande försäljningschef, Jörgen Wedefelt, går tills vidare in som tillförordnad Sverigechef.

Nätverket "Kvinnor i transportpolitiken" har delat ut priset för Årets Jämställdhetsstjärna till **Sofie Quant**, Svenska petroleum & Biodrivmedelinstitutet och **Jessica Alenius**, Bil Sweden, för deras initiativ till Nätverket för kvinnor inom drivmedels- och fordonsbranschen.

Pehr Oscarson har utsetts till vd och koncernchef för Mekonomen group. Oscarson har haft en tillförordnad roll sedan oktober 2016 och har tidigare haft ledande befattningar inom Meca.

Per Hedblom lämnar posten som CFO för Mekonomen group senast i september på egen begäran för ett nytt uppdrag.

Roelof Hansman har tagit över som vd för billeasingsföretaget LeasePlan Sverige. Han efterträder **Fred Göransson** och kommer närmast från vd-posten för LeasePlan Ungern. Hansman har tidigare arbetat i Sverige, bland annat för Mondelez.

”Enkelt ska det vara. Som Bilia. Det är en verksamhet han älskar. Att diskutera hur man kan utveckla däckbyten och varför det kommit en kund som inte fick frågan att också köpa torkarblad, det gillar han. Fastigheter tycker han snarare är tråkigt.”

Näringslivsmagnaten **Stefan Dahlbo** om finansmannen Mats Qviberg i "Boken om Q"

Lotta Forss från Din Bil och Yasemin Ayakan från Bilia samarbetar.

FOTO RICKARD FORSBERG

REKRYTERING

Din Bil & Bilia raggar ihop

För att riktigt dammsuga arbetsmarknaden på fordonsmekaniker har **Din Bil** och **Bilia** gått ihop för att ragga elever till en ny vuxenutbildning i vår.

LISTAN MED lediga arbetstillfällen på Din Bil och Bilia är lång. Det bidrog till att Lotta Forss på Din Bil och Yasemin Ayakan på Bilia födde idén om att hitta tillräckligt många vuxenelever för att fylla en hel klass blivande mekaniker. I förlängningen hoppas de kunna anställa våren 2018.

– Det är svårt att få vuxna elever att söka de Komvux-utbildningar som finns, säger Lotta Forss, utbildningschef servicemarknad på Din Bil Sverige.

BRISTEN PÅ fordonsmekaniker är så stor att den riskerar företagens expansion och möjligheter att nå sina mål.

– Vi står inför en branschgemensam utmaning och vi tror att det här projektet kan sända ut viktiga signaler till arbetssökande om att det verkligen finns ett behov att fylla och att utsikterna till jobb är stora, säger Yasemin Ayakan, HR-Partner på Bilia.

– Vi tror också att det blir ett bättre resultat om vi jobbar med rekryteringen tillsammans och tar gemensamt ansvar för processen. Dessutom har vi större kapacitet tillsammans att fylla en hel klass.

STOCKHOLMS Motorbranschföreningen finns med i bakgrunden och kan inspirera andra MRF-medlemmar att göra liknande projekt. Själva urvalet görs av Arbetsförmedlingen, enligt en profil som Din Bil och Bilia tagit fram.

– Vi vill gärna att eleverna har ett intresse för teknik, fordon, b-körkort och datavana. Därefter har vi rekryteringsträffar för de intresserade där vi berättar om hur det är att arbeta som mekaniker hos oss och att det finns stora chanser till jobb, säger Lotta Forss.

Företagen gör intervjuer med alla intresserade och utifrån dem väljs 25 elever ut som erbjuds plats på den 47 veckor långa utbildningen med 15–20 veckors garanterad praktikplats.

Finns inte risk för att ni kommer att konkurrera om de bästa eleverna?

– Vi kommer att reglera fördelningen enligt en rättviseprincip. Jag litar på Lotta och hon på mig, säger Yasemin Ayakan.

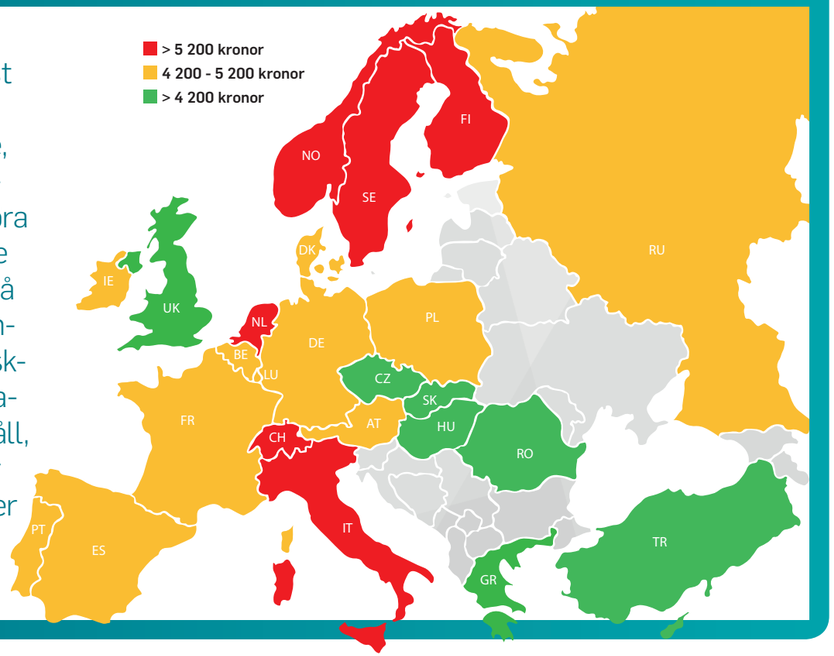
Enligt Lotta Forss finns redan riktlinjer för hur eleverna ska fördelas. Bland annat ska hänsyn tas till var eleverna bor. Vid utbildningens slut fördelas eleverna jämnt i duglighet och antal så att båda företag blir nöjda.

– Vi har redan börjat titta på möjligheten att göra det här på skadesidan också för att få fram fler skadereparatörer, säger Lotta Forss. ME

STATISTIK

Dyrast med bil i Norge

När LeasePlan presenterar sitt CarCost index för 2016 lyser det rött över Sverige, ett av de dyrare länderna att äga och köra bil i. I den beräknade månadskostnaden på cirka 5 500 kronor ingår inköp, värdeminskning, försäkring, reparationer och underhåll, ränta på lån, skatter och bränslekostnader för 2 000 mil.



Källa CarCost index

Billigast i Ungern

OLJELANDET NORGE är det dyraste landet enligt CarCost Index med en månadskostnad på drygt 7 000 kronor för en bensindriven bil och strax under för en dieseldriven. Det billigaste landet enligt index är Ungern, 3 600 kronor i månaden.

På andra plats kommer Italien och förklaringen är den förhållandevis höga bränsleskatten. Den gör att italienarna betalar mest i Europa för sin bensin, cirka 1 360 kronor i månaden. Ryssland är billigast för bensindrivet, 540 kronor, och Polen för diesel, 490 kronor per månad.

SVERIGE UTMÄRKER sig som det dyraste landet för service, underhåll och reparationer samt vägassistans, ungefär 850 kronor i månaden. Förklaringen är, enligt LeasePlan, de förhållandevis höga lönerna. Kostnaden för vägassistans kan också förklaras av de ofta långa avstånden. Sverige har däremot bland de billigaste bilförsäkringarna, 390 kronor i månaden för dieselbilen. Schweiz toppar med 1 170 kronor.

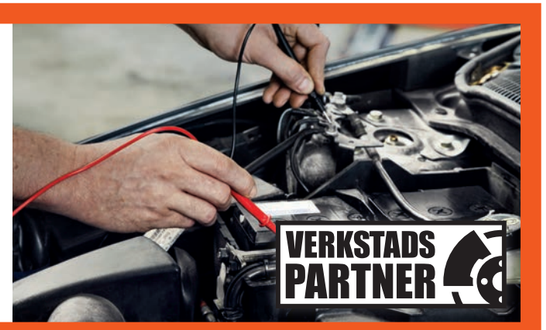
NEDERLÄNDERNA tillhör också de röda länderna och förklaringen är att landet har det högsta dieselpriset i Europa. Här är också skillnaden mellan diesel- och bensinpris som störst. Men även vid bensinbruk är landet det sjätte dyraste.

Storbritannien är det åttonde billigaste landet för bilister. Den som kör en bensindriven bil har en kostnad på ungefär 4 500 kronor i månaden och dieselföraren någon hundralapp mer. Storbritannien är också det billigaste landet i Europa när det gäller service och underhåll. AC

Bli en av oss!

I vårt verkstadskoncept finns märkes- och allbilsverkstäder anslutna.

Som Verkstadspartner är man en fullt kompetent bilverkstad med ett brett serviceutbud som servar alla bilmärken och erbjuder ett heltäckande serviceåtagande gentemot verkstadskunden. Som Verkstadspartner kan du alltid erbjuda kunden service och reparationer enligt tillverkarens rekommendationer. Läs mer på **verkstadspartner.se**



Kundperspektivet, vart tog det vägen ...?

EN BIL produceras, körs till återförsäljaren och säljs där. Jämfört med det traditionella push-tänket kan det sparas 10 000-20 000 kronor per bil med ”pull” (bilen produceras först när den är beställd). Mindre lagerkostnader, lägre räntekostnader, bilen specas efter kundens önskemål och är helt färsk (det vill säga bromsarna har inte kärvat ihop i ett hamnlager) med den senaste hård- och mjukvaran. Utmärkta argument.

Under lång tid ökade andelen pull men sedan blev överkapaciteten i biltillverkningen så stor att det producerades enorma mängder som inte var sålda. Handlare tvingades på bilar och specade dem försiktigt.

UNGEFÄR SAMTIDIGT – kring millennieskiftet – startar tillverkarna, särskilt några, en tävling om vem som säljer mest. Och allt sedan dess går en stor del av generalagenters och försäljningschefers tid åt för att pusha försäljningen, även om det sker på bekostnad av lönsamhet.

För tillfället har det blivit lite bättre med en extremt lycklig kombination av låga räntor, köpstinna konsumenter, små begagnatlager och låga bilpriser. Men ingenting har ändrats i sak.

Branschen lyckades inte med övergången från push till pull. Hamn- och ÅF-lager är fulla med osålda bilar. Konstgjord andning som förstör naturliga marknadsmekanismer. Vad händer då med kundperspektivet?

JAG TIPSADE min vän John som har stor familj och kör 800 mil om året om en Sharan/Alhambra, bensinare. Handlaren ville bara sälja diesel. Dessutom helt fel spec. John vill ha en stor stereo och liten motor men blev erbjuden tvärtom. Det var ju det som fanns i det överfulla lagret.

Jag hörde också om en Audi A8-kund som ville ha soltak. Lagerbilen hade inte det. Då blev handlaren sur på kunden – åtminstone så sur att den kräsne kunden (som själv vill bestämma spec på sin miljonbil) blev en snackis på stan. Varför finns bilarna i broschyrer och på hemsidor om man måste vara extremt envis för att få köpa en?

”SÅ DÄR GÅR DET inte till hos oss längre”, tänker du. Och faktum är att jag har blivit utmärkt bemött i Gävle och Tranås. Men inte i de större städerna. Kan det vara så att landsortshandlarna inte tar på sig oändliga mängder med standardspecade bilar? Eller har de bättre fingertoppskänsla? Och lite fler privatkunder? Och tänker lite smartare?

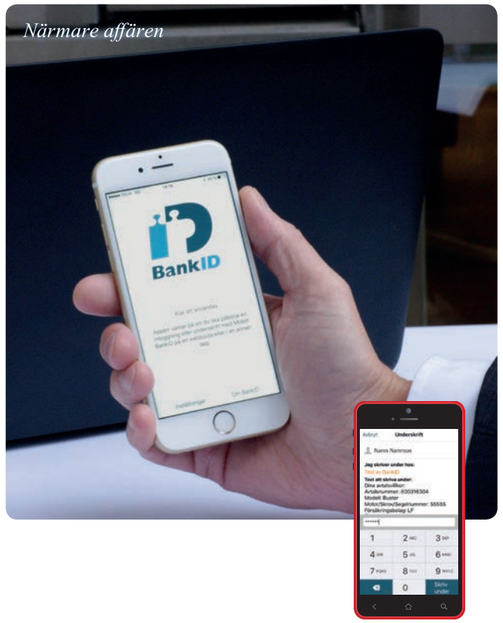
Digitalisering, delningsekonomi, transparens, polarisering och urbanisering. Utmaningarna är många. Kanske är branschen för upptagen med att hitta modeller för att balansera utbud och efterfrågan och skapa kundorientering. Andra aktörer kommer snart att ta över bilbranschen om inget händer – NU!

FOTO: EVA DALIN

ANDERS PARMENT är ekonomie doktor, forskare och strategikonsult med inriktning på bilbranschen.

”Kan det vara så att landsortshandlarna har lite bättre fingertoppskänsla?”

Närmare affären



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
bilinfo@wasakredit.se	Lördag	11.00–16.00
www.wasakredit.se	Söndag	11.00–15.00

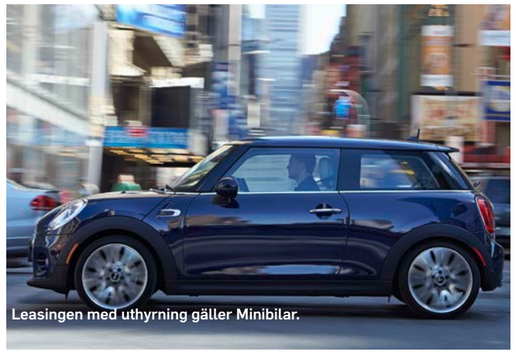
Wasa Kredit

08-635 38 85 | wasakredit.se

Norska Bavaria tänker nytt

Det låter som en Norgehistoria och det är det. Nu lanserar **Miklagruppen** (fd Bavaria) i Norge leasingbilen som kan bli helt utan kostnad.

Koncernchefen Jacob Tveraabak vill möta framtiden progressivt.



Leasingen med uthyrning gäller Minibilar.

DEN LILLA BMW-bilen Mini lanseras av återförsäljaren Bavaria under rubriken ”Mini for Free”. Den som leasar bilen ska kunna hyra ut den till andra och tjäna pengar.

Bavaria presenterar upplägget med ett räkneexempel där leasingavgiften för en tredörrars Mini med service och vinterdäck börjar på drygt 3 500 svenska kronor i månaden. Hyrs bilen ut i sju dagar för 680 kronor per dag blir bilen i praktiken gratis att ha. I exemplet ingår den skatt som leasingkunden kan behöva betala för inkomster från uthyrning. Bilen är försäkrad genom If och gäller både för uthyraren och för varje kund som hyr den.

BAKGRUNDEN TILL idén är Bavarias framgångar med den nätbaserade delningstjänsten Nabobil.no (grannbil på svenska) där privatpersoner kan hyra ut sina bilar. I dag finns 70 000 registrerade medlemmar och 4 000 bilar för uthyrning. Det är också genom nabobil.no som leasingbilarna ska kunna hyras ut.

– Bavaria ska vara ett framsynt och innovativt företag. I vanliga standardleasingavtal finns inte möjligheten att hyra ut bilen. Vi vill vara en del av en spännande ny utveckling inom branschen och vi tror att detta kan vara en attraktiv modell för många storstadsbor, som inte nödvändigtvis använder sina bilar varje dag, säger Jacob Tveraabak, koncernchef för Bavaria, i ett pressmeddelande.

– Världen förändras snabbt och det kommer också bilanvändandet att göra. Genom leasing med uthyrning i andra hand kan vi ha en stor potential framöver.

Norges motsvarighet till Konsumentverket, Forbrukerombudet, har reagerat mot marknadsföringsbudskapet ”Mini for Free”, bland annat på Facebook, och menar att det också bör framgå tydligt att det kostar att leasa bilen.

– Bavaria kan inte använda en potentiell intäktsmöjlighet för att dölja att avtalet innebär en betydande kostnad, i detta fall 127 000 kronor. Kunden har rätt till tydligare information, säger forbrukerombudet Elisabeth Lier Haugseth till nyhetssajten E24. AC

Fotnot Bavaria, som precis bytt namn till Miklagruppen, räknar sig som Nordens största återförsäljare av BMW och Mini. Koncernen omsatte 2015 5,5 miljarder norska kronor och har närmare 700 anställda. Namnbytet gäller också för Bavaria Sverige, som är en del av koncernen med verksamhet i Stockholmsområdet.

Behöver vi säljstödprogram?

Ett danskt mjukvaruföretag har tagit fram ett säljstödprogram som kanske kan hjälpa återförsäljarna att ta hand om sina kunder.

OMNICAR HAR säte i Köpenhamn, ett 20-tal anställda och säljer programverktyg för den nordiska marknaden. Enligt egen utsago är fler än 500 handlare i Norden anslutna. I Sverige använder SC Motors, som importerar Citroën, Hyundai och Mitsubishi, säljstödprogrammet.

Verktyget mäter effektiviseringen i marknadsföringen, strukturerar kundförfrågningar och försöker styra kunderna till merförsäljning, verkstad och webb.

– Vårt system tar bort problem som bilhandlare kämpar med varje dag och genererar samtidigt mervärde i en bransch med hårt tryck, säger vd:n Claus T Hansen.

– Det är svårt för bilhandlare när digitaliseringen tar över kontakten med kunden. Det ställer hårdare krav på säljaren. Genom information om kunderna, antalet körda mil, när service ska göras, bilförbrukning och så vidare får säljaren anledning att kontakta kunden.

Krävs det verkligen ett speciellt program för det?

– Programmet gör det mycket enklare att strukturera informationen. Det gäller att behålla kunderna efter köp. Dessutom är det viktigt att de kan boka sin verkstadstid online, eftersom allt mer görs på nätet.

Att kundlojaliteten minskat är också ett tecken på att det blir allt mer viktigt med personlig kontakt, enligt Claus T Hansen. Har man ingen relation till kunden spelar miljoner kronor i marknadsföring ingen roll.

Genom att mäta effektiviteten i reklam kan pengarna läggas på rätt metod.

HENRIK ZIELFELT, marknadschef för Citroën, vars importörskap ägs av SC Motors, har lanserat programmet bland märkets handlare.

– Omnicars verktyg är specifikt framtaget för bilbranschen och utmaningen ligger i att koppla ihop det med återförsäljarnas egna system. Vi har flera av deras moduler, men inte alla. Jag tycker bland annat att deras ”leadshanteringssystem” är riktigt skarpt. Det underlättar köpprocessen eftersom man ser kundens steg mot ett köp, säger Henrik Zielfelt.

Enligt honom är det nödvändigt för handlarna att ha ett it-system som stöd i kundrelationerna.

– En snitt-återförsäljare har kanske uppemot 1 500 relationer med kunder med olika körsträckor, serviceintervaller, historik med mera, säger Zielfelt. ME

SÄKRA DINA HJUL MED MARKNADENS MEST SVÅRFORCERADE FÄLGLÅS.

Rimgard är ett nytt typ av fälglås, med låssystem från ASSA ABLOY, som är designat för att motstå kraftiga angreppsförsök. Rimgard passar för de flesta biltyper och är det enda certifierade stöldskyddet på marknaden.

SÄKERHET OCH DESIGN UTAN KOMPROMISSER

- Enkel montering utan att lyfta bilen
- Designad och tillverkad i Sverige

För beställning eller information om våra olika hyrespaket för bilhandlare;

Ring: **08 605 7700**
eller maila: **info@rimgard.com**

Den iögonfallande orangea färgen är framtagen exklusivt för bilhandlare som parkerar sina lagerbilar utomhus för att signalera att dess hjul är skyddade.

En unik nyckel per bilhandlare. Hyrs ut månadsvis.

Lock solution by:
ASSA ABLOY

Product certified by:
SP - Technical Research Institute of Sweden

Recommended by:
if...

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 I sveng.wiklund@gmail.com 070-555 19 46

Temahallen

Årets företagare 2016 Hässleholms Kommun!

Temahallen HK 044-337060 I www.temahallen.com I mail@temahallen.com

NOTISER

Bil-Bengtsson ...

... planerar för en ny bilanläggning i Simrishamn. Projekteringen har nu satts igång och eventuellt kan nybygget öppna under 2018. Företaget är återförsäljare och serviceverkstad för Volvo, Renault och Dacia i Ystad, Sjöbo och Simrishamn.

Motorcentrum fick in en fullträff med Robin Bengtsson.

PR-succé när Kumlahandlare lockade med Mellovinnaren

Hyundaihandlarens bokning blev en succé. Helgen efter att miljoner svenskar hade sett Robin Bengtsson vinna Melodifestivalen befann sig artisten på en bilhandelsbakgård i Kumla och sjöng "I can't go on" igen.

– Det var nog bara tur egentligen. Vi har haft artister och event tidigare och när han gick till final bokade vi honom. Vi tyckte att han skulle passa, säger Tomas Pettersson, vd för Motorcentrum i Kumla.

Melodifestivalvinnaren höll vad han hade lovat före den oväntade vinsten och uppträdde på en catwalk som sträckte sig inifrån bilhallen ut på bakgården som hade tömts på bilar. Tomas Pettersson uppskattar att mellan 3 000 och 3 500 personer tog sig till bilfirman. Eventet var minst sagt fördelaktigt för varumärket.

– Det gick enormt bra. Radions P4 sände live och även Nerikes Allehanda sände 30 minuter TV. Vi sålde också skapligt med bil. 25 bilar gick åt under söndagen, trots allt stök, och tre gick dagen efter, berättar Tomas Pettersson.

RÄTTELSE

Lf skulle det vara, som i Länsförsäkringar, inte If, som det stod i en notisrubrik i förra numret. Det är alltså Länsförsäkringars länsbolag i Jämtland som har utsett "Årets bilplåtverkstad" i sin region som ett led att driva hållbarhetsarbetet framåt och förmå verkstäderna att minska sin miljöpåverkan. Vi beklagar; det gick för fort när namnet förkortades för att rymmas på rubrikraden.

Utbildningsdagarna knäckte GBV-samarbetet

Oenighet om lägsta antal utbildningsdagar knäckte samarbetet mellan **MRF** och **SFVF**. Nu blir MRF ensamma om Godkänd bilverkstad, medan SFVF ska ta fram en egen standard för kvalitetssäkring. Och splittringen sker även på andra plan.

TEXT **PAUL FRIGYES**

I MER ÄN två år försökte branschorganisationerna komma överens om ett gemensamt regelverk för kvalitetskrav för verkstäderna. I början av mars i år tog det stopp. Det direkta skälet var oenighet om minsta antal utbildningsdagar.

Motorbranschens riksförbund (MRF) anser att fem årliga utbildningsdagar per verkstad är minimum för att kunna upprätthålla kvalitetsnivån. Sveriges Fordonsverkstäders förening (SFVF) anser att två dagar räcker och när MRF presenterade ett förslag slog SFVF bakut:

– Flera frågor i samarbetet har dragits i långbänk, men utbildningsdagarna var det som fick allt att tippa över, förklarar Charlie Magnusson, MRF:s informationschef. Vi har lagt ner mycket jobb på Godkänd bilverkstad och SFVF har mest hängt med. Nu på slutet kom så oenigheten om utbildningsdagarna. Två dagar per verkstad och år är för lite för en allbilsverkstad, säger han.

KRAVET VAR inte absolut. I MRF:s förslag skulle de som hade genomfört färre utbildningsdagar kunna få bevisa motsvarande kompetens genom stickprovskontroller.

SFVF har hävdat att kravet lägger en oproportionerligt stor ekonomisk börda på framför allt mindre verkstäder utanför storstäderna, att så specifika och höga krav är olämpliga med tanke på att snittåldern på bilarna i Sverige har ökat.

– I Karlstad, där jag befinner mig, finns till exempel en mindre fri verkstad för Mercedes. Vissa år genomför de flera utbildningsdagar, men andra år då det inte lanseras nya modeller, kanske knappt någon alls. Det är heller inte rimligt att kräva, säger Ulf Stefansson, jurist på SFVF.

SFVF hävdade också att MRF hade stoppat in kravet på utbildningsdagarna i sista stund och utan att ha inväntat klarsignal från dem.

– Uppryckningen av kvaliteten i verkstadsbranschen hänger inte i första hand på antalet utbildningsdagar, utan på fusk och debitering för onödiga arbeten, säger Ulf Stefansson.

ÄVEN OM MRF och SFVF har haft ett gemensamt intresse av att höja kvaliteten i verkstadsbranschen har samarbetet gnisslat under längre tid. MRF har varit ovant vid att behöva förankra besluten i en ny parallell organisation, och har även hävdat att de inte fått respons från SFVF på förslag. SFVF har å sin sida upplevt MRF som självsvåldigt. Med tiden har SFVF, med sin vd Bo Ericsson, intagit en högljudd profil i debatten och framfört kritik mot MRF i en rad frågor.

Tidigare har det förekommit tvister i andra frågor, bland annat om rättigheterna och tillämpningen av reparationsvillkor i branschen.

Oenigheten handlar om hur många utbildningsdagar som ska krävas i kvalitetssystemet.

SPLITTRINGEN mellan organisationerna ledde även till att SFVF vid senaste årsskiftet lanserade en ny arbetsgivarorganisation, ett alternativ till befintliga Motorbranschens Arbetsgivarförbund (MAF). Den nya organisationen, Verkstadsföretagarna (knuten till Svensk Industriförening SINF) har sagt sig framför allt vilja verka för att snabbt få upp bilbranschens status hos unga och öka antalet sökande till branschen. Den nya organisationens utfästelse har varit att medlemmar i Verkstadsföretagarna skulle få teckna hängavtal, likvärdiga med de som gällde för medlemmar i MAF. Det ifrågasattes av MAF, som pekade på skillnader i villkor vad gäller rabatter och premier.

Charlie Magnusson på MRF ser uppkomsten av SFVF som ett sätt att positionera allbilsverkstäderna gentemot de auktoriserade märkesverkstäderna.

– MRF har hela tiden arbetat för alla verkstäder. Anledningen till att SFVF bildades var nog att man ansåg att det fanns ett behov av att polarisera de fria verkstäderna gentemot det auktoriserade nätverket. MRF har aldrig lagt sig i konkurrensfrågor mellan medlemmar utan jobbar för hela branschens bästa.

SFVF – med täta band till kedjorna

När en verkstad går med i en rikstäckande kedja ingår i regel automatiskt medlemskap i branschorganisationen SFVF. Kritiker hävdar att det är en kollektivanslutning som gör att SFVF verkar i de stora kedjornas intresse i stället för verkstädernas.

TEXT **PAUL FRIGYES** / FOTO **RICKARD FORSBERG, FREDRIK STEHN, THRON ULLBERG**

I TAKT MED verkstadskedjornas snabba tillväxt bildades Sveriges Fordonsverkstäders Förening (SFVF) 2013, och har sedan dess införlivat närmare 2 000 verkstäder i sin organisation.

Men i branschen hörs samtidigt kritik om att SFVF är i en osund beroendeställning till kedjorna. Verkstäder som ansluter sig till en kedja blir ofta automatiskt medlem i SFVF, vilket riskerar att uppfattas som ett beroende.

Joakim Svedberg, vd på Folke Svedbergs Bil i Stockholm, har hoppat av från en kedja i missnöje med situationen. Han säger sig ha andra kollegor som gjort samma sak, även om de flesta verkstäder tyst fogar sig i direktiven från ovan.

– Redan själva kollektivanslutningen via kedjorna gör SFVF beroende. Och det blir konstigt när Mekonomen automatiskt ansluter verkstäderna till en branschorganisation som de själva styr. I senaste verkstadsavtalet var enskilda verkstäder tvungna att följa reklamkampanjer och höga rabatterbjudanden som beslutats centralt. SFVF försvarade det avtalet helt och hållet. Jag tycker de borde tagit strid mot att enskilda allbilsverkstäder tvingas till detaljerade affärsvillkor.

Joakim Svedberg ser att utvecklingen är riskabel för verkstäderna på sikt.

– Risken är att verkstädernas styrka undermineras genom att kundbas, fakturadel, och affärssystem allt mer kontrolleras av kedjorna centralt. Då blir verkstädernas sits och förhandlingsläge mycket svagt. Och när det är dags att sälja – vilken köpare är intresserad av att köpa verkstad där kedjorna har hembudsrätt?

En branschorganisation värd namnet borde kämpa med näbbar och klor mot hela denna utveckling.

Joakim Svedberg tror att många verkstäder, som ansluter sig till en kedja inte ens är medvetna om att de skrivit på avtal som gör att de företräds av SFVF.

– SFVF är bra på kommunikation utåt, men vad de egentligen gör och vems intressen de verkar för är mer tveksamt, säger han.

”Självklart har vi frihet att kunna skälla på kedjorna när de gör fel”

BO ERICSSON, SFVF:S VD

”Redan själva kollektivanslutningen via kedjorna gör SFVF beroende”

JOAKIM SVEDBERG, VD FOLKE SVEDBERGS BIL

VERKSTADSKEDJORNA erbjuder ibland sina medlemsverkstäder möjligheten att välja mellan olika nivåer av integration med kedjorna, antingen full anslutning med SFVF-medlemskap, eller lösare anknutet utan obligatorisk anslutning till SFVF.

Bo Ericsson, vd för SFVF, avvisar kritiken om att han leder en beroende branschorganisation:

– Att säga att vi är i klorna på kedjorna är rent trams. Argumentet handlar om ren avundsjuka. Vi är helt oberoende, och det står tydligt skrivet i föreningens stadgar. Dagens digitaliserade bilar har förändrat verkstädernas villkor och behov radikalt, och det kräver en respons som MRF med sin gamla struktur inte kunnat leverera.

Bo Ericsson framhåller att kedjorna inte sitter i styrelsen för branschorganisationen SFVF.

– Varken kedjor eller generalagenter har någon insyn i vårt arbetssätt. Våra styrelsemöten representerar både märkesverkstäder och fria verkstäder.

Men hur mycket står ni på verkstädernas sida när deras rättigheter begränsas? I ett av de senaste verkstadsavtalen förbinder sig verkstäderna att följa kedjornas centralt beslutade rabattnivåer till slutkund. Är inte det en onödig inskränkning av de enskilda verkstädernas frihet?

– Att man förbinder sig att följa vissa kampanjer mot slutkund är vanligt i många branscher. Vi får hoppas att de stora inköps- och marknadsfördelarna totalt sett överväger kostnaden för de där enskilda kampanjerna, säger Bo Ericsson

Han framhåller också största kostnaden för många verkstäder inte ligger i att tillhöra ett kedjekoncept, utan i auktorisationen för ett bilmärke.

– Skulle en verkstad vara missnöjd med en verkstadskedja går det alltid att byta till en annan. Konkurrensen är stenhård, säger han.

Hur är det då med kritiken mot att SFVF går med på verkstadsavtal som underminerar de enskilda verkstädernas styrka, där kundbas, fakturadel, och affärssystem hamnar i händerna på kedjorna i stället för hos verkstadsägarna? Här hänvisar Bo Ericsson till att SFVF rent allmänt har en principiell rätt att ta ställning mot kedjorna.

– Självklart har vi frihet att kunna skälla på kedjorna när de gör fel. Vår uppgift är att arbeta för verkstädernas intressen och leverera handfasta lösningar till dem, svarar Bo Ericsson.

MRF:S VD Tommy Letzén, känner inte igen sig i bilden av att MRF har lämnat de små verkstäderna eller allbilsverkstäderna därhän.

– För det första har skillnaden mellan allbils- och auktoriserade verkstäder suddats ut allt mer, så den uppdelningen är inte lika relevant som förr. Och de frågor vi jobbar med – som plåt, lack och opinionsbildning för branschförutsättningar och utbildning – de är viktiga för verkstäderna oavsett storlek.

FRÅN SFVF talar man om att MRF genom sin styrelsesammansättning är beroende av stora aktörer. Ligger det något i det?

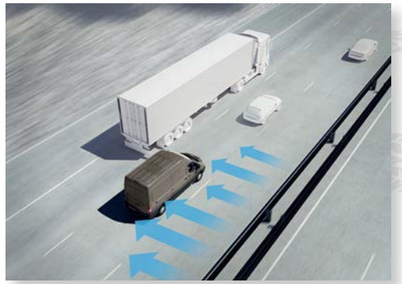
– Det är rätt att vi har stora aktörer i styrelsen, men inga importörer, för det hade varit problematiskt. Vi värnar vårt oberoende, så att vi kan gå på alla typer av instanser och huvudmän med kritiska synpunkter, utan att hindras av olika lojaliteter, säger Tommy Letzén.

”Vi värnar vårt oberoende, så att vi kan gå på alla typer av instanser och huvudmän med kritiska synpunkter, utan att hindras av olika lojaliteter”

TOMMY LETZÉN, MRF:S VD

Motorplock

AV **MARIANNE STERNER**



Lugn i stormen

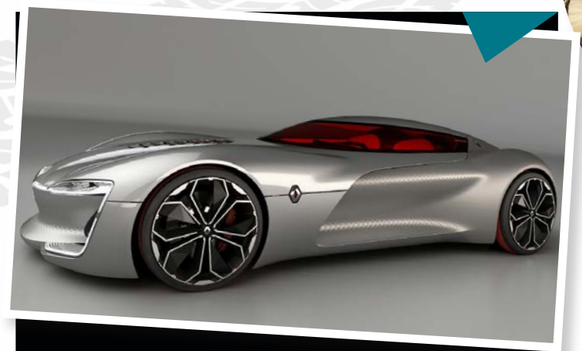
Vinterns blåsväder har varit en prövning för alla som kör höga transportbilar men för förare av nya Ford Transit blir det lugnt i stormen. Ford har utvecklat ett system som stabiliserar bilen i sidvind. När vindbyarna kommer bromsas hjulen på ena sidan, vilket förhindrar att bilen vinglar till. Systemets sensorer läser av vinden 100 gånger per sekund när det blåser över 22 sekundmeter. Om en kraftig vindby noteras reagerar tekniken blixtsnabbt; på mindre än 200 millisekunder aktiveras bromsarna och bilen går stabilt.

Gästfrihet på TOPPNIVÅ

Ledordet för nya Lexus LS 500 är "Omotenashi" som betyder "gästfrihet". Femte generationen av den japanska lyxbilen når höga komfortnivåer. Framstolarna kan ställas in i 28 ledder och har värme, kyla och massage. Luftfjädringen höjer bilen när dörrarna låses upp och förarstolens sidostöd viks ut för att underlätta insteget. Buller hörs knappt tack vare aktiv ljuddämpning med brusreducering som sänder ut motfrekvenser i högtalarna. Den 524 centimeter långa bilen drivs av en ny 3,5 liters V 6:a med 415 hk.

"Lastbil" med körglädje

Kombimodellen av BMW:s nya 5-serie börjar säljas i sommar. Karossen är drygt tre centimeter längre än den utgående modellen och lastförmågan har ökat med några liter. Baksätet går att fälla i tre delar (40/20/40) och som mest sväljer lastutrymmet 1700 liter gods. Lasten bärs upp av luftfjädring som är standard i alla versioner. Bakluckan – och en hel del andra komponenter – är av aluminium. Fyra motorer – två bensindrivna och två dieslar – finns på programmet och fyrhjulsdrift erbjuds till de starkaste.



VACKRASTE KONCEPTBILEN

Fjolårets vackraste konceptbil är Renault Trezor, ansåg en jury på Festival Automobile International som hållits i Paris för 32:a gången. Den 4,7 meter långa och 2,1 meter breda, tvåsitsiga sportbilen är inte bara vacker utan också miljövänlig: eldriven förstås. Motorn, på 350 hk och med ett vridmoment på 380 Nm, är trimmad av Renaults motorsportavdelning och används också i racingklassen Formel E. Den som till äventyrs skulle tröttna på att ratta Trezor kan överlämna jobbet till bilen som kan köra sig själv.

Till 100 på 3,4 sekunder

En elmotor på 136 hk, ihopkopplad med en 550 hk stark V8 ger Porsche Panamera Turbo S E-hybrid hisnande prestanda. Maximala vridmomentet på över 850 Nm utvecklas nästan från tomgångsvarv. När båda motorerna suger i rusar den fyrhjulsdrivna bilen till 100 km/tim på 3,4 sekunder och slutar inte öka farten förrän vid 310 km/tim. Detta kraftpaket har en officiell bränsleförbrukning på 0,29 l/mil. Med försiktig gas går bilen enbart på el upp till 50 km/tim.

Utrymme för alla

Med elva centimeter längre mellan hjulaxlarna, en liten soffa längst bak och tillnamnet "Allspace" får Volkswagen Tiguan plats för sju åkande. Mittre sätesraden går att skjuta i längdled, vilket gör kupén extra flexibel. Med tredje sätesraden nedfälld blir det plats för 730 liter bagage – 115 liter mer än i den korta Tiguan-versionen. Den förlängda suv:en har en något annorlunda design i både front och akter. Under senvåren sker introduktionen till kunderna i såväl USA som Kina och Europa.

Liten blir STÖRRE

Skodas version av VW-koncernens minsta bil dateras nu upp med ny design i fronten och mer innehåll. Citigo blir drygt tre centimeter längre men når ändå inte riktigt 360 centimeter. Med det tvåsitsiga baksätet fällt rymmer den lilla karossen nästan en kubikmeter last. Instrumenten har designats om och mediasystemet har bättre möjligheter till uppkoppling. Smarta Skoda-detaljer saknas inte. Det finns till exempel ett paraply under passagerarsätet och en krok för kassar på handskfacket.

V8-dammsugare

Den nya lätta sladd- och påsfria dammsugaren Dyson V8 Absolute har stark sugkraft med sin motor på 425 W som roterar upp till 110 000 varv per minut. Därtill lång driftstid, låg ljudnivå och hygienisk tömning. Kan enkelt bytas från skaft- till handdammsugning. Två-årsgaranti ingår i cirkapriset 6 000 kronor. Säljs på dyson.se

Kraftfull lamellslipmaskin

Den nya slipmaskinen för grovslipning, avgradning och putsning i trånga utrymmen från Atlas Copco sägs öka produktiviteten med 20 procent genom en ny luftmotor. Den slitstarka vinkelväxeln ska vara i det närmaste underhållsfri och har ett garanterat serviceintervall på 2 500 timmar. Ingår i LSV 39-serien, kostar 13 370 kronor plus moms.

”Sjukt smart”

Så säger i alla fall leverantören KGK om det lilla grenuttaget H med tre möjliga utgångar som ger teknikerna större valfrihet att snyggt och säkert montera de armerade 230-voltskablarna till Calix motorvärmare. Är nära hälften så stor som den gamla Y-kopplingen. Priset är 150 kronor exkl moms.

Ford som lego

Ikoniska Ford GT40, som vann Le Mans 24-timmarslopp 1966, och moderna Ford GT från 2016 i miniatyrformat finns nu att köpa i Sverige som lego. Enligt Dave Pericak på Ford Performance har det varit ett drömprojekt att skapa byggsatserna autentiskt. De sägs vara designade för såväl barn som vuxna. Kostar cirka 400 kronor styck i butik.

Smart mobilhållare

I sortimentsfloden av magnethållare för mobiler i bilen sticker MAG 4 ut. Tillverkaren Cellularline garanterar att GPS-funktionen inte ska störas med deras nya teknologi – fyra små magneter som i varje hörn har försetts med en positiv och en negativ pol och en flortunn, diskret metallplatta som är dold innanför mobilens fodral. Säker, stark och stadig och lätt att sätta på plats och plocka bort, enligt marknadsföringen. Finns med tre olika fästen och säljs av Kala, pris från 149 kronor inkl moms.

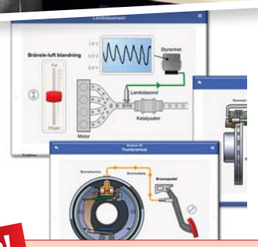
Sett Tech academy?

Det här digitala pedagogiska verktyget visualiserar med interaktiva rörliga bilder heltäckande hur bilens system fungerar. Allt från motorn till elektroniken och däcken. Exempelvis hur ett tryck på bromspedalen fortplantas till de bromsande däckens anliggningsyta mot vägbanan.

Den stora fördelen är att verktyget fokuserar hårt på bildpedagogik med animationer som användarna kan integrera med. Består av 16 moduler för personbilar, 18 moduler för tunga fordon och många hundra bilder.

Tech academy har tagits fram av MRF och MAF, i första hand för gymnasieskolornas fordonsutbildning, men verktyget lämpar sig också väl, såväl i kundkontakten som vid genomgångar på verkstaden, inte minst för lärlingar.

Kan köras såväl på surfplattor som stationära datorer. I den rabatterade licensavgiften ingår kontinuerlig uppdatering. Prisexempel: 100 kronor per licens och år för skolor samt MRF- och MAF-företag, 200 kronor för icke MRF/MAF-medlemmar. Här kan du se ett smakprov: www.mrf.se/tech-academy-ny-digital-utbildning



Vinn!

Vi lottar 5 licenser.

Vill du vinna, mejla namn och postadress till redaktionen@motorbranschen.se senast 10 maj 2017. Skriv ”Utlottning Tech academy” i ämnesfältet. Tidningens medarbetare och anställda på MRF:s kansli får ej delta. Ev vinstskatt betalas av vinnarna.

Retrosnygg

Den portabla USB-mikrofonen Blue Microphones Rasberry för datorer, Iphone och Ipad är inte bara tuff, den lovar studiomässig ljudkvalitet också. Portabel och smidig med 24-bitars HD-kvalitet och diffuser som städar bort störande rumsljud. 1 890 kronor.

Vinnare ...

... av de hundra skylthållarna från Formac, som vi lottade ut i februarinumret, blev Johan Angmyr på Bröderna Brandt personbilar i Dingle.

Godkänd garantipartner

Se till att din garantipartner är godkänd

Du ser till att alla begagnade fordon i din bilhall är testade och körklara med ifylld servicebok. Då är du godkänd av oss.

Vi är i vår tur godkända som försäkringsförmedlare av Finansinspektionen och som administratör av Lloyd’s, med alla våra produkter återförsäkrade i världens främsta försäkringsbolag. Att vi dessutom, är oberoende försäkringsförmedlare, gör att du kan erbjuda dina kunder marknadens främsta alternativ för ett tryggt fordonsägande.

Auto Concept
Your Insurance Provider

AutoConcept Insurance AB I 0300-56 38 10 I info@autoconcept.se I autoconcept.se

Umeå doftar nytt

I UMEÅ, BJÖRKARNAS STAD, HAR TVÅ PRAKTBYGGEN NYLIGEN INVIGTS. VI HAR TITTAT INNANFÖR DE FASHIONABLA KULISSERNA PÅ MOTORCENTRALEN OCH LINDHOLMS BIL OCH HITTAT DET SENASTE I DIGITALISERING OCH SPÄNNANDE LÖSNINGAR.

TEXT **ING-CATHRIN NILSSON** / FOTO **JOHAN GUNSÉUS**

Här flödar ljuset på VW:s märken

Störst får gå först när de två senaste paradanläggningarna i Umeå ska ges plats; Motorcentralen har byggt 6 000 kvadrat nytt – i centrum av stan och tagit in naturen och ljuset i det ståtliga flaggskeppet.

Anna Ericsson är ansvarig för personbilsdelen.

Här är VW:s nya flaggskepp i Umeå.

"FÖRUNDERLIGT NOG ÖKADE VI OMSÄTTNINGEN MED 100 MILJONER UNDER DEN MEST KAOTISKA BYGGTIDEN"

ANNA ERICSSON

Genom stora fönsterbågar tas naturen och ljuset in. Här, personalrummet.

FOTO ING-CATHRIN NILSSON

MOTORCENTRALEN

GRUNDADES: 1944 av John Rickard Ericsson, farfar till nuvarande ägare som tog över efter fadern Sture.

ÄGARE: Syskonen Anna och Mikael Ericsson.

VERKSAMHET: Fullserviceanläggningar för VW, VW trp, Audi och Skoda samt Scania, driver också Europcar biluthyrning.

OMSÄTTER: Närmare 670 miljoner.

VINSTMARGINAL: 2,6 procent.

SÄLJER: 2 500 person- och transportbilar per år, varav hälften begagnade, plus 80 tunga, varav 25 begagnade fordon och släp.

MEDARBETARE: 167 personer.

Det krävdes skohorn för att få in anläggningen, stor som en fotbollsplan, på den befintliga platsen i stadsdelen Haga i Umeå.

– Vi har jobbat hårt för att få ihop det, klippt och klistrat och ritat in olika lösningar. Praktiskt taget hela tomten är bebyggd nu, säger Anna Ericsson som äger och driver Motorcentralen tillsammans med brodern Mikael.

De valde att stanna kvar i stan, med gångavstånd till city och granne med en park. Och det har blivit en mycket fin anläggning med många egna lösningar.

Trägolv har bytts mot träklinker, lokalt upphandlat. I verkstaden går det mesta på hjul för att det ska vara ergonomiskt och lättstädat. Fönstren är placerade i olika höjder för maximalt ljusinsläpp utan att blända. Utanför ska björkarna snart skjuta fram sina musöron.

Det är ljuset som frapperar mest i denna anläggning med vass ledbelysning, designad av en belysningskonsult. Att gå genom hallar och verkstad är rena ljusterapin.

DET HAR BYGGTS med energi- och hållbarhetstänk. Borrad bergvärme och fönsterglas som släpper in värme, men inte ut. Ett ljudabsorberande system löper genom hela anläggningen.

Anna Ericsson guidar genom transportbilshallen som har flyttat från ett trångt utrymme in i ett nytt showroom, genom rekonden som nu har tio platser och två tvättar, förbi kundmottagningen där servicerådgivarna som förr satt med studsande ljud har fått en tystare arbetsplats, genom den dubbelt så stora transportbilsverkstaden som förr trängdes med Scaniaverkstaden och serviceverkstaden där lyftarna har utökats från nio till fjorton. Den nya stora transporthissen tar 288 artiklar på en bricka och motsvarar 125 kvadrat lageryta.

Anna och Mikael Ericsson äger och driver anläggningen.

"DET HÄR OM NÅGOT VISAR VÄL ATT VI TROR PÅ FRAMTIDEN"

ANNA ERICSSON

– Det känns som ett hav av utrymmen, säger Anna.

En av många goda idéer finns i omklädningsrummen, avdelade med en ”ren” och en ”smutsig” avdelning så att den oljiga miljön inte kommer i kontakt med rena ombyteskläder.

SKODAHALLEN ÄR inte ny, men åkte med på en ordentlig överhalning med nya fönster och välvda takstolar som ger ”myskänsla”. Hela anläggningen är ett flaggskepp.

– Det här om något visar väl att vi tror på framtiden. Vi måste ju kunna visa våra många fina produkter, säger Anna, övertygad om att kunderna kommer att fortsätta att komma till bilhallarna.

– Kunderna vill klämma och känna och provköra och diskutera utrustningspaket med säljare. Vid köp av så dyra kapitalvaror efterfrågas säljares stöd.

Det behöver inte sägas att det var tufft under byggtiden då bland annat den gamla VW-hallen revs för den nya som är dubbelt så stor.

– Det tog mycket tid och energi, men förunderligt nog ökade vi omsättningen med 100 miljoner mitt under den mest kaotiska byggtiden. Vi har haft en otrolig försäljningsökning de senaste åren, vi har gått från att sälja cirka 850 nya bilar 2012 till drygt 1 400 i fjol, säger Anna.

Nu vill hon kavla upp ärmarna och vässa servicen. Det här är de närmaste målen:

✔ Ökad personalnöjdhet.
✔ Ökad kundnöjdhet.
✔ Ökad lönsamhet.

Tutar och kör!

Motorcentralen har lagt mycket energi på att injicera sin värdegrund i företagskulturen. Den etiska kompassen, den har namnet Tuta, en förkortning av:
TRIVSEL
UTVECKLING
TROVÄRDIGHET
ANSVAR

– Det är ingen pappersprodukt, inget projekt, det lever. Medarbetarna har själva varit med och formulerat värdegrunden, säger Anna Ericsson.

Där står exempelvis att ”internet, mobiler och rökning inte ska få störa arbetsprestationen”. – Hur vi vill att beteendekulturen ska vara följs regelbundet upp på avdelningsnivå. Och lättare för en medarbetare än att säga ”du gör fel” till en kollega är att fråga ”var det här så mycket värdegrund ...”.

Värdegrunden förkortas ”Tuta”.

Den ”rena” delen i omklädningsrummen, skild från den ”oljiga”.

Satsar ytterligare på skadesidan

Häromveckan köpte Motorcentralen Lundströms Bil och Kaross, en plåt- och allbilsverkstad.

– Ett viktigt strategiskt steg i vår plan att skapa Umeås ledande bil-skadecenter. Vi planerar att flytta vår plåtverksamhet till Lundströms Bil & Kaross där vi kan expandera plåtverksamheten för att möta marknadens behov, säger Anna Ericsson.

Motorcentralen ska också utöka allbilsverkstaden och införa Volkswagens koncept för äldre bilar, Direkt Express.

– Här ska vi fortsätta serva alla bilmärken och samtidigt satsa på våra egna märkens äldre bilar.

Lars Oscarsson, som är säljare av Lundströms Bil och Kaross, kommer att arbeta kvar i rollen som platschef.

Ingenting står emot de extrema krafterna bättre i dagens allt starkare motorer än vår exklusiva ***SHEAR STOP TECHNOLOGY****. Håller motorn i nyskick* ***MED EN ROBUST OLJEFILM*** *och presterar utöver det vanliga.*

För mer info:
championlubes.com/prestanda
Eller ring Widik Distr. AB på tel. 035-10 10 21

CHAMPION
RELEASE THE FULL POTENTIAL

Tadaaa, ridån går upp (men bakom draperiet finns faktiskt inget mer spännande än en dörr till däckverkstaden)..

Här förbereds för bil-spa.

"VI SKA VÄNJA KUNDERNA VID ATT MÄRKET HAR EN EXTRAORDINÄR SERVICE"

MATS LINDHOLM

Här får bilarna spa-behandling

I det nya BMW-huset i Umeå frodas vitala affärsidéer till förföriska kulisser. Visionären Mats Lindholm tänker utanför boxen, bara det att göra dotterbolag av rekonden och döpa den till Lindholms Bil-spa ...

MATS LINDHOLMS BIL AB

GRUNDADES: 1999 av Mats Lindholm.
ÄGARE: Mats Lindholm 2/3, och Glenn Bergström 1/3.
VD: Mikael Ödmark.
BOLAG: Lindholms Bil i Örnsköldsvik och Umeå, Lindholms Bil Spa, Lindholms Däck samt Sixt biluthyrning.
MEDARBETARE: Totalt 46 personer.
OMSÄTTNING: 350 miljoner budgeterat i år.
VINSTMARGINAL: Målet är 2 procent i år.
MÄRKEN: BMW och Mini i Umeå, BMW och Toyota i Örnsköldsvik.
SÄLJPROGNOS I ÅR: 468 nya BMW, 90 Mini, 125 Toyota, 600 begagnade bilar.

BMW-handlaren Mats Lindholm, 57, har också investerat präktigt i Umeå. 50 miljoner i ett nytt hus där också Mini har fått sin box. Byggnaden på 3 700 kvadrat är mäktig; något gör att associationerna går till en lyxkryssare. Och det affärstänk, som är sjösatt inom de fashionabla väggarna, är spännande.

Mats Lindholm tar idén om bekvämt bilägande långt; eller vad sägs om begreppet bil-spa, det heter faktiskt så. ”Det låter så plåtigt med rekond”, säger Mats och utvecklar sin tanke:

– Min vision är att göra bilägandet för premiumkunden så smärtfritt som möjligt, fånga in alla deras problem och paketera in hela bilvården.

– Personal från Sixt kan köra kunden till flygplatsen. Under kundens bortavaro spabehandlar vi bilen med lite buckelfix, spot repair, enklare plastreparationer. Tvättar och rekondar också givetvis. Och sedan kör vi tillbaka en prydligare bil till flyget. Allt för att bevara nybilskänslan och ge kunden en skön feeling. En bonus är att vi får tillbaka den fräschare som begagnad.

Eftermarknaden breddas. Startskottet har gått, även om skyltarna med ”Bil-spa” inte hade hunnit komma på plats när vi fotograferade. Men hela den här känslan ska gnuggas in nu.

”EN BONUS NÄR BILARNA SKÖTS VÄL ÄR ATT VI FÅR TILLBAKA DEM FRÄSCHARE SOM BEGAGNADE”

MATS LINDHOLM

Sara Wennerberg, th, är märkesansvarig på Mini och basar i den svarta boxen. Hon rekryterades till Lindholms utan tidigare branscherfarenhet.

FRÅN KÄNSLA, över till organisation; Mats Lindholm har också lagt rekonditioneringen, däckhanteringen och biluthyrningen i egna dotterbolag som är egna resultatenheter med fullt drift- och budgetansvar för verksamhetscheferna.

– De får tävla med varandra.

I och med nybygget har Lindholms Bil fått en ny däckverkstad med hotell separat men i en som en inkörsport till serviceverkstaden och flödeslogistik med bilhallen. För däcken basar Martin Hägglund över helt ny personal.

– Vi är beredda att betala lite mer för att få bra personal, säger Mats.

Kunderna får också betala lite mer.

– Vi är inte billigast, men vi levererar något extra.

Mats Lindholms Bil andas premium rakt igenom. Till Sixt, som har god uthyrning, hämtades nyligen en ny Tesla och Lindholms var först i Norrland med BMW:s i-modeller.

En ny organisationsplan har lett till ett snabbare informationsflöde och själv har Mats Lindholm lämnat över vd-skapet till ”en mer strukturerad vd”, Mikael Ödmark.

– Jag är för impulsiv och ska inte vara i det operativa, säger Mats som för den skull inte lämnar huset.

Martin Hägglund, platschef för däckbolaget, en egen resultatenhet.

FOTO ING-CATHRIN NILSSON

SPECIELLT ÄR ÄVEN bonussystemet. Teknikerna, reservdelspersonalen och servicemottagarna får bonus på hela företagets resultat enligt en fördelning som bestäms inför varje år. Säljarna har däremot fasta löner.

– Dom hjälper varandra, det gynnar kundnöjdheten och kvaliteten.

Mini har tagits upp och fått en egen ”black box” i huset. Mini-ansvariga Sara Vennerberg anställdes redan ett halvår före öppnandet för att hinna sätta sig in i verksamheten. Hon saknade bilsäljarerfarenhet – men hade varit tjänstebilsåkare och egen företagare.

Alla säljare i den nya anläggningen kan övervaka lokalen både i sina mobiler och på en monitor i personalrummet och därmed ha full koll på när kunder kommer in.

I dag har koncernen 46 medarbetare. När Mats Lindholm startade för arton år sedan var det fem. Den gamla Umeanläggningen ligger bara några hundra meter bort. Den var urvuxen.

– Som ett lapptäcke med usel logistik och till sist fanns ingenstans att parkera för kunderna.

Det blev det som i Västerbotten kallas Lyckselesjukan; parkering precis utanför dörren.

– Företag måste växa, kompletteras och breddas. Jag jobbar med visioner och mål. Detta med att hantera kunderna från början till slut är en vision. Vi ska vänja kunderna vid att märket har en extraordinär service, slutar Mats Lindholm.

Det ska bara tilläggas att det inte bara är bilarna som har spa i den nya BMW-anläggningen i Umeå; den rymmer en relaxavdelning med bastu för medarbetarna också.

Var servar era kunder sin bil nästa gång?

Det är inte längre lika självklart att kunden servar sin bil där den köptes. Särskilt inte om kundens enda relation på företaget är med säljaren. Samtidigt som konkurrenterna regelbundet bearbetar era kunder med lockande service-erbjudanden.

Kunderna jämför och vill veta vilka mervärden ni erbjuder. Våra garantier löser inte alla utmaningar men de skapar ökad trygghet och driver lojalitet till er under hela garantitiden.

www.svenskbilgaranti.com

AB Svensk BILGARANTI

TEXT & FOTO **THOMAS DRAKENFORS**

”Verkstäderna sämre förr”

Avsevärt bättre anseende i dag

Serviceverkstäder är inte som förr. Kalendrarna med lättklädda modeller på väggarna har åkt ner för åratal sen och branschen har länge satsat på att bli mer professionell och kundorienterad. Att döma efter vår snabbenkät har den lyckats.

NICLAS OLSTEDT

GÖR: Verksamhetssamordnare.
BOR: Lerum.
KÖR: Kia Cee'd Sportswagon 2011.

Är din bilverkstad bra på kundbemötande?
– Ja, det känns bra. Jag har aldrig känt mig lurad eller missnöjd. Nu är det i och för sig säkert inte den billigaste man kan hitta, utan en märkesverkstad.

Åker du till märkesverkstaden fast din bil börjar bli lite äldre?
– De är specialister och jag värdesätter det. Dessutom är det sju års nybilsgaranti, och så länge den gäller tror jag att jag måste åka till en märkesverkstad. Längre fram får vi se, men jag är nöjd med den verkstaden, den är väldigt bra.

Har du aldrig känt dig dåligt behandlad?
– Jo, med en tidigare bil på en annan verkstad. Den gången fick jag ingen redogörelse för vad de hade gjort med den.

Sa du inte till?
– Det gjorde jag, och då fick jag en redogörelse. Men den var inte speciellt utförlig.

SOLVEIG SÖDERSTRÖM ERIKSSON

GÖR: Pensionerad språklärare.
BOR: Älvängen.
KÖR: Polo 2010.

Är din bilverkstad bra?
– Ja, det får jag säga.

Är de bra även på bemötande?
– Jag är kanske lyckligt lottad, men, ja, det är de. De redovisar alltid noggrant vad de har gjort. Och upptäcker de ett fel som kanske bör åtgärdas så ringer de alltid och frågar mig innan de gör något.

Har det alltid varit så här för dig?
– Ja, så länge jag har tagit hand om det här med bil på egen hand har det varit bra. Ibland rådfrågar jag min son, han brukar ibland säga att "gamla tanter bara blir lurade när vi åker till verkstäder". Men jag tar allt reda på saker själv.

Allt är bra, helt enkelt?
– Förutom priset. Reservdelarna kostar inte alltid så mycket, men arbetet ... det är alltid dyrt. Men det spelar ingen roll vart man vänder sig, det kostar lika mycket överallt.

MATS EKENDAHL

GÖR: Copywriter och civilingenjör.
BOR: Tuve.
KÖR: Volvo V40 2001 och Ford Mustang GT 2006.

Blir du bra bemött på serviceverkstaden?
– Ja, nu för tiden, kanske senaste tio åren.

Hur var det förr då?
– Då var det mer "vi fixar det", och sedan visades kanske inte vilka delar som hade bytts ut. Nu tycker jag att både små, mellanstora och större verkstäder sköter sig ganska bra, om man inte går till "halvsvarta" ställen. På märkesverkstäder, som där jag lämnar in min streetracer, är bemötandet alltid bra.

Vad är det värsta du har varit med om?
– En 740 från 1988, den var två år gammal. Jag jobbade som ingenjör på Volvo och köpte den med personalrabatt, men det var ändå rätt mycket pengar. Det läckte in vatten på olika ställen, kopplingen krånglade med mera. Bilhandlaren strulade, de ville bara fixa några av felen. Det retade mig, särskilt eftersom det var en märkesverkstad.

VI BYGGER SVERIGES LEDANDE SKADEVERKSTADSKEDJA!
VILL DU VARA MED?

Sedan starten i juni 2015 har Werkstagruppen förvärvat 26 skadeverkstäder i Sverige och Finland och finns nu i bl.a. Stockholm, Örebro, Norrköping, Linköping och Helsingborg. Målet är att inom några år vara en kedja med 40 – 50 anläggningar i Sverige.

Vill du bli del av ett större sammanhang och utveckla din verkstad tillsammans med oss? Kanske går du i sälj- eller pensionstankar och funderar på vem som ska ta över? Oavsett fas i karriären eller livet vill vi gärna diskutera hur du blir en del av Werksta. Hör av dig så berättar vi vad Werkstagruppen kan erbjuda.

LÄS MER PÅ WERKSTA.SE
Vill du veta mer? Kontakta urban.magnusson@werksta.se eller per.lindqvist@werksta.se.

Werkstagruppen 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 Werkstagruppen ingår även Finlands ledande skadeverkstadskedja, Autoklinikka, med 14 egna verkstäder och ytterligare 15 franchise- och partnerverkstäder.
Werkstagruppen ägs av investeringsfonden Procuritas och de f.d. verkstadsägarna.

Werksta
SVERIGES LEDANDE SKADEVERKSTADSKEDJA

Maskinskador inom 6 månader är inte alltid säljarens ansvar

Kunden har inte rätt jämt

Diskussionen har varit uppe förr ...

TRASSLIG SEXMÅNADERSREGEL

TB BIL TOG FAJTEN mot försäkringsbolaget

Mattias Berglund stod på sig och fick rätt.

TB Bil i Norrköping fick plötsligt ett regresskrav på drygt hundratusen kronor av Länsförsäkringar Östgöta för en reparation de ansåg att bilhandlaren skulle stå för. Vd Mattias Berglund hade dock inga tankar på att ge efter för lösa anklagelser.

TEXT **LOUISE MOLANDER** / FOTO **PETER HOLGERSSON**

"DET OSAR KATT HÄR...", skrev Mattias Berglund, vd på TB Bil i Norrköping, i ett brev till MRF:s jurist David Norrbohm. Anledningen var att han fått ett brev från Länsförsäkringar Östgöta med ett regresskrav på 107 458 kronor.

Det är inte ovanligt att försäkringsbolag knuffar över maskinskador enligt sexmånadsregeln i konsumentköplagen (KKL) på bilhandlare. Enligt lagen har kunden bland annat rätt till kostnadsfri reparation om det inom sex månader efter köp uppstår ett fel på bilen som anses ha funnits vid köpet eller leveransen.

– Försäkringsbolagen har dock en skev bild av hur lagen ska tolkas. Många hävdar att säljföretagets ansvar enligt KKL är detsamma som det ansvar företaget har om en garanti lämnas. Men det stämmer inte, säger David Norrbohm.

"FÖRSÄKRINGSBOLAGEN HAR OFTA EN SKEV BILD AV HUR LAGEN SKA TOLKAS"

DAVID NORRBOHM, MRF:S JURIST

DEN HÄR tvisten handlade om en man som våren 2015 köpte en begagnad Subaru på TB Bil i Norrköping. Efter någon månad lämnade han in bilen för 6 000-milaservice där bland annat oljebyte i växellåda och differential utfördes.

Tre månader senare havererade växellådan och bilen fick bärgas. Vid skadebesiktning av RA Motor i Uppsala konstaterades att den främre differentialen var torr på olja och skadad. Till följd av det fick växellådan bytas ut. Kunden kontaktade sitt försäkringsbolag som initialt tog kostnaden för att sedan rikta ett krav på TB Bil.

Länsförsäkringar Östgöta skriver i brevet till Mattias Berglund att de ersatt försäkringstagaren med kostnader för bärgning av bilen till verkstad samt byte av differential och växellåda. Försäkringsbolaget hävdade att skadan berott på ett "oaktsamt arbete utfört av TB-Bil, eftersom man vid service glömt att fylla på olja i differentialen" och att ansvaret därför låg hos säljaren. Som grund för kravet åberopades bland annat paragraf 20a i Konsumentköplagen.

Mattias Berglund tyckte att kravet var orimligt och tog hjälp av David Norrbohm för att bestrida anklagelsen.

– Vi hade inte ens fått in någon reklamationsförfrågan från kunden. Dessutom är det helt osannolikt att en oljetorr framdiff skulle kunna hålla i drygt sjuhundra mil. När det saknas olja blir det ju först ett himla oljud och huggande när man svänger, och det luktar illa, säger Mattias Berglund.

DET BLEV EN del brevväxling med försäkringsbolaget. Enligt konsumenttjänstlagen är det konsumentens ansvar att visa att verkstaden brustit i fackmässighet och det kunde Länsförsäkringar Östgöta inte bevisa. Enbart ett påstående om att verkstaden glömt fylla på olja, duger inte. Att framdiffen skulle ha fungerat i 7 050 kilometer utan olja är tillika helt otänkbart.

Den allvarligaste invändningen var dock att kunden varken hade reklamerat tjänsten till TB Bil eller gett företaget möjlighet att avhjälpa felet enligt paragraf 23 och 27 i KKL, innan konsumenten via försäkringsbolaget reparerade bilen.

Mattias Berglund är väldigt tacksam för MRF:s rådgivning. Efter det sista brevet till Länsförsäkringar Östgöta i april förra året har det varit tyst.

– Jag vet inte vad de har för policy, men tycker att det är svagt att de inte kan be om ursäkt när de har gjort fel, säger han.

David Norrbohm uppmanar alla som fortfarande är osäkra efter genomgång av checklistan (till höger på den här sidan) att ta kontakt med MRF.

– Uppstår det en tvist med ett försäkringsbolag om sexmånadersregeln ska säljföretaget alltid göra sin egen bedömning och stå på sig om man anser sig ha rätt. En annan väg kan vara att man försöker nå en uppgörelse med försäkringsbolaget om en delning av kostnaden, säger han.

LÅNGT IFRÅN ALLTID SÄLJARENS ANSVAR

När en kund reklamerar en maskinskada inom sex månader från leverans måste säljföretaget bedöma ansvarsfrågan. MRF:s jurist David Norrbohm har tagit fram checklistan nedan.

Om du som säljare med hjälp av den kommer fram till att företaget inte har något ansvar ska kundens krav på kostnadsfri reparation avslås. Tar inte heller försäkringsbolaget kostnaden kan konsumenten givetvis vända sig till Allmänna reklamationsnämnden, ARN.

Ibland tar försäkringsbolaget reparationskostnaden för att sedan rikta krav mot säljföretaget. Ett fåtal sådana regresstvister har prövats av allmän domstol.

CHECKLISTA

1. GARANTIFEL

Finns garanti och kunden gjort en reklamation inom garantitiden, är det du som säljare som måste visa att bilägaren orsakat felet för att inte behöva stå för kostnaderna.

2. REKLAMATION AV FEL ENLIGT KONSUMENTKÖPLAGEN, KKL

Enligt sexmånadersregeln i KKL, paragraf 20a, måste kunden reklamera varan inom sex månader från köpet och inom två månader från det att felet upptäckts. En sen reklamation innebär nästan alltid att konsumenten förlorar sin rätt gentemot säljföretaget.

3. KONSUMENTKÖPRÄTTSLIGT FEL

KKL-fel är fel som är onormala med tanke på bilens ålder och körsträcka. Normalt slitage räknas alltså inte som KKL-fel.

4. URSPRUNGLIGT FEL

Kan säljaren visa att felet inte kan ha funnits vid leveransen, har företaget inget ansvar. För att bevisa det är varudeklarationen viktig. Har ett fristående kontrollorgan dessutom upprättat den, har den större bevisvärde än om varudeklarationen bygger på ett internt testprotokoll.

Andra omständigheter kan också påverka bevisvärderingen. Om kunden till exempel får ett annat fel åtgärdat efter köpet och vid det tillfället inte påtalar problem med motorn, kan det få betydelse om kunden senare råkar ut för ett motorfel.

5. FELETS ART

Är det uppenbart att felet inte kan ha funnits vid leveransen, har säljaren inget ansvar. Om en startmotor eller fönsterhiss går sönder efter 500 mil är det inte rimligt att felet fanns vid köpet.

6. HANDHAVANDEFEL

Om det mest sannolika är att felet orsakats av kunden, går säljaren fri från ansvar. Ett typexempel är när konsumenten kört vidare trots en lysande varningslampa.

7. VÄRDEHÖJANDE REPARATION

Visar det sig att säljaren har ansvar för att reparera bilen kan kunden dock få stå för en del av kostnaden om reparationen innebär att bilens värde ökar eller innebär en kostnadsbesparing för konsumenten. Till exempel om den "nya" motorn har gått betydligt färre mil än den utbytta.

BRANSCHENS HJÄLTAR!

På kommande sidor vill vi höja servicerådgivarna och belysa deras roll. Deras tjänster är både utsatta och viktiga. De förväntas inge kunderna förtroende för en bransch som länge lidit av tillitsbrist.

TEXT **MARIA ERIKSSON**

Servicerådgivare och skaderådgivare, många av dem har branschens stressigaste jobb mellan verkstäderna och kunderna. De tar in arbetsorder, frågar ut kunden, gör återkallelser och garantiförfrågningar. Samtidigt som de är säljare ska de se till att verkstadstiderna är fullbelagda och att alla kunder är nöjda.

Servicerådgivare och verkstadschef Tommy Johansson på Lundgruppen Bil i Mariestad säger att det kräver erfarenhet att lära sig att balansera mellan verkstad och kunder. Han har själv 28 år i branschen.

– Mitt knep är att vara tydlig från början och att inte ge löften som inte kan hållas. Samtidigt måste man fylla verkstadstiderna och utföra garantiuppgifter, som kanske bara ger 30 minuter betalt men som kräver 3 timmars jobb. Visst känner man ibland av press från mekaniker och kunder, säger han.

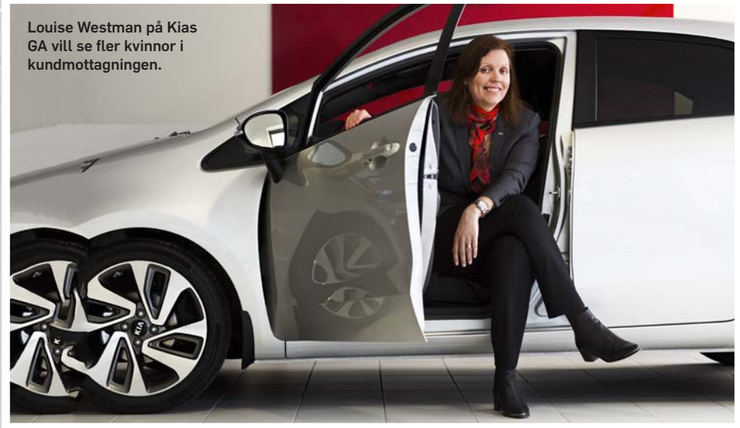
Ett exempel är när det finns en utlovad tid då bilen ska vara klar men inte blir det. Ett annat är att ge rätt råd till kunden.

– Om bilen bara är värd 10 000 kronor kanske man inte ska få kunden att serva den för 6 000 kronor utan rekommendera det nödvändigaste. Samtidigt ska man ju försöka få in jobben, säger Tommy Johansson.

En annan policy är att vara distinkt med priserna.

– Jag är alltid tydlig med vad det kan kosta redan innan, då blir det färre diskussioner. Det har jag blivit bättre på genom åren, säger Tommy Johansson.

Tommy Johansson på Lundgruppen är noga med korrekta prisangivelser.



Louise Westman på Kias GA vill se fler kvinnor i kundmottagningen.

"SERVICERÅDGIVAREN ÄR DEN SOM SER TILL ATT KUNDEN KOMMER TILLBAKA FÖR ATT KÖPA NY BIL"

SERVICEMARKNADSCHEF LOUISE WESTMAN, KIA GA

KIA SATSAR PÅ servicerådgivarna hos sina återförsäljare i stället för att rationalisera bort dem.

– Det kan vara en utmaning att hitta personer som passar att både ta hand om kunderna och är duktiga tekniker. Oftast skiljer sig dessa profiler åt, säger servicemarknadschef Louise Westman på generalagenten.

Det är få kvinnor som väljer yrket som servicerådgivare. Louise Westman säger att bara 18 procent av deras återförsäljares servicerådgivare är kvinnor, mot 60 procent inom Kia-nätverket i England.

– Vi kan bara rekommendera våra återförsäljare att ta in kvinnliga servicerådgivare och visa på länder som England som har många kvinnor på de posterna och också mycket högre kundnöjdhet, vilket är något som vi tror går hand i hand. Självklart är det viktigast med rätt person på rätt plats oavsett kön, men vi behöver få in fler kvinnor i branschen, säger Louise Westman.

När det gäller servicerådgivares kvalifikationer bedömer Westman att social kompetens kommer före teknisk.

– Man behöver inte vara teknisk expert för att jobba som servicerådgivare. Det viktigaste är att man på ett pedagogiskt sätt kan förklara för kunden vad man gjort med bilen och vad som står på fakturan och bygga ett förtroende, säger Louise Westman.

Servicerådgivaren är, enligt Westman, den som ser till att kunden kommer tillbaka för att köpa ny bil hos just den återförsäljaren. Enligt kundundersökningar är det bara 14 procent som köper en ny bil hos samma återförsäljare om man är missnöjd med sin verkstad.

– Eftersom servicerådgivaren träffar kunden flest gånger så är det han eller hon som skapar den långsiktiga relationen. Det är oftast detaljer som avgör. Ett ”tack för att du valde oss för service” räcker långt, säger Louise Westman.

Både plus och minus med personliga tekniker

En personlig servicetekniker producerar 10-15 procent mindre än en ”vanlig” tekniker. Och det finns risk att en personlig servicetekniker litar för mycket på den personliga relationen.

THOMAS ENGSTRÖM, vd på Kontrollerad Bilverkstad (KBV) som gör stickprovskontroller och ”mystery shopping” för att se om verkstäderna uppfyller verkstads- och reparationsvillkoren, tror att det finns behov av både traditionella kundmottagare och personliga servicetekniker (PT).

Han ser fördelen med PT i att relationen med kunden kan öka teknikerns drivkraft att anstränga sig att göra rätt. Nackdelen är att produktiv tid i verkstaden försvinner när mekanikern måste göra administrativt arbete.

– Personliga servicetekniker har runt 10-15 procent mindre produktivitet. Det innebär att debiteringsgraden på andelen tillgänglig fakturerbar tid sjunker, säger Thomas Engström.

Vilka erfarenheter om PT-systemet har ni från era stickprovskontroller?

– Jag tar inte ställning för något av koncepten, men för en personlig servicetekniker är det viktigt att inte bara lita på den personliga relationen, utan även att låta kunden skriva på beställningen av jobbet. Villkoren måste följas även om man har en god relation, säger Thomas Engström.

KBV är noga med att påtala för de verkstäder som inte följer verkstadsvillkoren att de kan riskera att få ersätta en kund vid en eventuell tvist hos ARN.

Thomas Engström ser både för- och nackdelar med PT.

Jakten på den bästa servicerådgivaren

Kan man tävla i service? Ja, menar Toyota, som sedan år 2000 anordnar Guldpennan – tävlingen där Sveriges bästa servicerådgivare inom märkesfamiljen koras.

TEXT **MAGNUS CARLSSON**

Säljares resultat blir väldigt tydliga för verksamheten, vilket gör att säljare ofta hamnar i rampljuset. En yrkeskategori som däremot inte får lika mycket uppmärksamhet är servicerådgivare.

– Bilbranschen har historiskt sett varit ganska kategorisk. Man har tittat på de hårda värdena men förbisett de mjuka. Men servicerådgivarna är absolut en del av vår kärnverksamhet, och därför anser vi att det behövs ett tillfälle att lyfta upp dem för att de ska få den uppmärksamhet de förtjänar, säger Niklas Ståhlberg, serviceansvarig på Toyota.

Toyota har haft interna tävlingar för sina anställda sedan 1994. Här finns Guldnyckeln för teknikerna, Guldhammaren för skadeteknikerna och sedan 2000 Guldpennan för servicerådgivarna.

Guldpennan inleds med en kvaltävling där deltagarna får besvara teoretiska frågor om servicemarknad. Därifrån väljs en grupp på sex, tio personer ut, som får åka till Stockholm för att göra upp i finalen, där skådespelare används för att testa rådgivarna i bekväma och mindre bekväma situationer.

Utöver äran vinner segraren ett presentkort på 5 000 kronor och en veckas resa till Japan som bland annat innefattar besök på Toyota City.

– De här tävlingarna har varit väldigt lyckade. Dels höjer det lägstanivån inom målgruppen, men spetsen blir också bättre när vi får fram duktiga medarbetare. Sist men inte minst ser vi också att vi får mer nöjda kunder tack vare detta, säger Niklas Ståhlberg.

Han menar också att man, i takt med att man tar mjuka värden på större allvar, också kan hitta servicerådgivare på nya ställen.

– Ofta har servicerådgivare varit tekniker som byter roll under sin karriär. Så är det fortfarande, men vissa återförsäljare bryter mönstret och testar personer med annan bakgrund. Jag tror att det finns en stor utvecklingspotential i att titta på andra branscher, för att se hur de jobbar med att se och fånga kunden, slutar Niklas Ståhlberg.

Vinnaren av Guldpennan, Joé Lapinniemi, gratuleras av Toyota Swedens servicemarknadsdirektör Magnus Croneborg (tv) och vd Xavier Heylen.

Joé Lapinniemi med sitt synliga bevis på att han är en första klassens servicerådgivare.

JOÉ LAPINNIEMI

ÅLDER: 28.

BOR: Trollhättan.

GÖR: Mekaniker och servicerådgivare på Lindströms Bil.

KÖR: En Toyota Corolla, en Toyota Supra, en Toyota Starlet, en Mercedes 320E och en Mercedes 280E.

Joés 3 tips för att bli en bättre servicerådgivare!

ENGAGEMANG: "Det är viktigt att gå in helhjärtat för det du gör. "

GISSA ALDRIG: "Ärlighet varar längst. Dra inga vita lögner och var aldrig rädd för att säga till kunden om det är något du inte kan. Ta reda på rätt information i stället. Gissa aldrig!"

HÅLL MASKEN: "Även om du har en upprörd och irriterad kund måste du vara harmonisk och tala i en sansad ton. Var alltid saklig."

MÄSTAREN TIPSAR:

Så blir du en bättre servicerådgivare!

När Guldpennan avgjordes förra året var Joé Lapinniemi överlägsen vinnare. Efter en storslam med seger i fem av sex deltävlingar är det inget snack om att Joé vet vad som krävs i servicebranschen – och nu delar han med sig av sina bästa tips.

TEXT & FOTO **MAGNUS CARLSSON**

Joé Lapinniemis karriär på Lindströms Bil i Trollhättan började som mekaniker i verkstaden, från vilken han sedan flyttades vidare till lagerhanteringen, innan det slutligen dök upp en lucka i servicerådgivningen. Sedan dess har succén mer eller mindre varit ett faktum.

När Toyota förra året arrangerade sin tävling Guldpennan för servicerådgivare, gick Joé till final – och där blev det storslam med seger i inte mindre än fem av sex delmoment.

Joés vd Ulf Lindström har beskrivit Joé som ”en naturbegåvning”, men Joé själv menar att det inte bara är talang som behövs för att bli en bra servicerådgivare.

– Jag skulle säga att engagemanget är A och O. Man måste själv ha ett stort intresse för det man gör. Allt annat kommer i andra hand. Sedan kanske jag är lite väl nördig. Jag kan sitta hemma efter jobbet och läsa om Toyota och olika tekniska specifikationer. Mekanikerna brukar kalla mig "kungen av onödigt vetande", de tycker nästan att man är på autistnivå.

MEN JOÉ MENAR att han har stor nytta av det gedigna kunnandet. Både i kontakten med kunderna, men också när han mekar med någon av sina fem bilar.

– Vissa säger ju att man inte ska kombinera yrke med hobby. Men jag har aldrig sett att det skulle vara ett problem. Det är klart att om man har skruvat en hel dag så är man inte så sugen på att byta bromsar det första man gör när man kommer hem. Men det händer att det blir så också.

En annan nyckel för att lyckas som servicerådgivare är också att bli bra på att hantera människor, menar Joé.

– Ett besök hos oss betyder så olika saker för olika människor. Vissa vill ha jättemycket information, andra vill bara kasta in nyckeln, sen hämta bilen och sticka. Men det finns också folk som klär upp sig och har som årets höjdpunkt att åka hit. Det gäller att se vilka behov varje enskild kund har, säger han och fortsätter:

– Sedan måste man också läsa av kundens kroppsspråk. Står den här personen och knyter näven i fickan? Eller står med armarna i kors? Och även om kunden är upprörd måste man själv kunna behålla ett stoneface. Är man bara saklig och trevlig räcker det långt.

SIST MEN INTE minst vill Joé slå ett slag för att göra det lilla extra. Med små medel kan man tydligen göra stora insatser som servicerådgivare.

– Jag tycker att man kommer väldigt långt bara genom att våga lämna sitt skrivbord, att ställa sig upp och följa med kunden om det behövs. Och ibland får man vara lite kreativ. Det är de små grejerna som folk kommer ihåg, säger Joé, och fortsätter:

– Jag jobbar åtta till fem, men visst har det hänt att jag har suttit här kvart i sex på fredagskvällen när det kommer en bil med trasiga lampor, fastän kunden vet att man har stängt. Att då gå ut och byta lampor på parkeringen är inte hela världen för mig, men för kunden är det en oförglömlig insats.

SKADERÅDGIVAREN

”En del kunder skäms, andra kan vara traumatiserade”

På skadeverkstaden möter Mats Årebrink kunder som många gånger är skakade.

Planerat serviceunderhåll är de flesta bilägare inställda på – men inte lika beredda när bilen har skadats. Då gäller det att det finns en skaderådgivare som kan hantera situationen.

TEXT & FOTO **MAGNUS CARLSSON**

Mats Årebrink på Bilia i Mölndal är en man som kan sina skador. Sin yrkeskarriär inledde han med att rikta plåtar och lackera bilar. I mitten av 90-talet kom han till kundmottagningen, och sedan 1997 har han jobbat heltid som skaderådgivare på skadesidan.

– Jag har gjort det i tjugo år nu och tycker fortfarande att det är roligt efter alla dessa år. Tiderna förändras, bilarna förändras och reparationsmetoderna förändras. Och genom åren har kundens förväntningar hela tiden ökat. Det finns en utmaning i att försöka överträffa kundens förväntningar.

Mats Årebrinks vardag skiljer sig ofta från kollegornas på servicesidan. En servicekund är i regel nöjd om det hela sker på utsatt tid, går snabbt och håller sig på en rimlig prisnivå. En kund som kommer till Mats Årebrink med skadad bil är i regel inte lika positiv.

– Många skäms när de kommer till mig. De har kanske blivit bestulna eller påkörda. De kan vara traumatiserade efter att ha varit med om en olycka. Ibland kommer de med bärgaren och det kan finnas vållandefrågor om vem som är skyldig. Det finns helt enkelt många negativa känslor som kan uppstå på en och samma gång. Besök på skadeverkstaden känns sällan som en kul grej, säger Mats.

HÄR UPPSTÅR DEN stora utmaningen. För när kunden lämnar anläggningen ska hen vara nöjd och förhoppningsvis känna en fortsatt lojalitet till varumärket. Det är inte nödvändigtvis helt enkelt.

– Jag tycker mig ha utarbetat ett bra sätt, men det handlar mycket om att själv försöka vara lugn, saklig och vägleda kunden. Det är viktigt att lyssna på kundens behov och att försöka se det hela ur kundens synvinkel, säger Mats och fortsätter:

– Vi jobbar med BMW och det är ett varumärke som ska upplevas som premium. Inte bara bilarna utan även i hur vi arbetar. Mitt mål är att alltid överträffa kundens förväntningar, och därför är det viktigt att alltid komma med bra lösningar.

EN ANNAN STOR skillnad mellan service- och skadesidan är vem som betalar.

– Jag skulle säga att 99 procent av alla skador vi har här är på den nivån att kunden kommer upp i sin självrisk och försäkringsbolaget betalar. En väldigt liten skada kommer ju snabbt upp i 20 000 kronor, säger Mats Årebrink.

Det uppstår ett trepartsscenario där såväl kund, försäkringsbolag och skadeverkstad ska vara nöjda med både kostnadskalkyler och slutresultat.

– Det är här som det verkligen blir komplicerat. Jag sitter som en medlare i alltihop och ska se till att alla inblandade parter blir nöjda. Och det är inte alltid enkla beslut. Är bromsklossarna dåliga på en bil så byts de ut, men när det rör sig om ett skadat tak måste min erfarenhet kunna tala om huruvida det är bättre att rikta om det eller byta ut det helt, säger Mats och fortsätter:

– Många kunder tror att det är bättre att byta ut allting alla gånger, men om man ska räkna in saker som rostskydd och garanti är det inte alltid så. Ibland är man inte helt överens med kunderna, och då får man förklara för dem så att de känner sig nöjda när de åker härifrån. I regel blir det väldigt bra i slutändan.

MATS ÅREBRINK

ÅLDER: 52.

YRKE: Skaderådgivare på Bilia BMW i Mölndal

FAMILJ: Sambo och tre barn.

KARRIÄR: Började som plåtslagare och lackerare, arbetar i dag som skaderådgivare. Har jobbat på Torslandaverken, Volvo Bil, Toyota Center, Dekra och Bilia.

INTRESSEN: Musik och rally. ”Men jag har inte kört sedan 2004. Familj, hus och hem tar ganska mycket tid i anspråk.”

HUR MAN BLIR EN BRA SKADERÅDGIVARE: ”Man måste tycka om det man gör och hålla sig lugn och ödmjuk. Sedan tror jag bestämt att man måste ha bakgrund som bilskadereparatör; det underlättar om resultat och lönsamhet ska bli bra”.

Fredrik Häggquist berättar om en mäkta knepig kund.

ETT STRULIGT FALL

Kundens familj och vänner ringde …

Alla verkstäder har dem. Fallen med besvärliga kunder och orimliga krav. Verkstadschef Fredrik Häggquist på Bilbolaget Timrå, utanför Sundsvall, minns ett fall där de gjort allt rätt, men kunden tyckte annat.

TEXT **MARIA ERIKSSON** / FOTO **OLLE MELKERHED**

Det var förra sommaren när en kund kom in med en bil med bärgare. Bilen hade ett kraftigt missljud från motorn, men ingen oljetryckslampa lyste. När bilen varnade för lågt oljetryck beställdes en ny oljetrycksgivare för att säkerställa att det inte var den som var trasig.

Men varningen för lågt oljetryck kvarstod.

– Vi hade ingen adapter för att kolla oljetrycket så vi rekommenderade kunden att vända sig till en auktoriserad Skodaverkstad eftersom vi inte kunde utföra en fackmannamässigt bra felsökning, säger Fredrik Häggquist.

Eftersom Bilbolaget inte kunnat hjälpa kunden bjöd de på kostnaden för kontroll och byte av oljetrycksgivaren.

KUNDEN HÄMTADE bilen. Senare framkom att den inte bogserats till en Skoda-verkstad, trots att den närmaste ligger ett par kilometer från Bilbolaget. I stället kördes bilen 25,6 mil innan motorn rasade.

– Kundens pappa ringde mig och sa att vi skulle stå för kostnaden av motorbytet eftersom vi borde ha sagt att kunden kunde köra bilen från vår verkstad. Det hade vi förstås inte gjort, säger Fredrik Häggquist.

Försäkringsbolaget bedömde att bilen var för gammal och hade för höga mil för att de skulle stå för kostnaden.

Tiden efter Bilbolagets kontroll hade Häggquist tre personliga möten och åtta mejlkonversationer med kunden, hans familj och vänner. Varje vecka ringde någon ny. Alla hade kravet att Bilbolaget skulle stå för kostnaden. Några som Häggquist pratade med förstod att kravet var orimligt när de fick förklarat för sig vad som hänt.

– Vid alla sådana här fall som kräver lite extra är det viktigt att ta bort kunden från kundfront så att de inte står bland andra och är upprörd. Jag tar hand om de besvärliga kunderna, bjuder in dem till kontoret så att de får berätta sin version, svarar direkt om jag kan eller ber att få återkomma. Man måste ta kunden på allvar, även om kraven är orimliga, säger Fredrik Häggquist.

Fredrik menar att verkstaden inte har råd att utsätta sig för den ryktesspridning som lätt kan ske på sociala medier när kunder är missnöjda.

Det är som tur var inte så ofta som Bilbolaget har besvärliga kunder, även om de förra året hade ytterligare en som brutit sönder lyktinsatsen och köpt nya lampor och krävde att det skulle åtgärdas på garantin. Saken gick till Allmänna Reklamationsnämnden (ARN). Bilbolaget vann.

– Det händer att serviceråd givarna mår dåligt av att få skäll från kunder, men det är viktigt att de förstår att det inte är deras fel även om kunden ibland riktar sig mot dem personligen.

Volvohandeln har ersatt servicemottagarna med PT

Volvohandeln och Bilia har rationaliserat bort sina servicerådgivare och satsar i stället på personliga servicetekniker. Bättre för kunden och ett roligare jobb för teknikern, påstår Volvohandlarnas förening.

TEXT **MARIA ERIKSSON** / FOTO **ISTOCK**

Volvohandeln tillämpar i princip samma lösning överallt med personliga servicetekniker i stället för kundmottagare.

– Fördelen är att kunden får en direktkontakt med den som gör jobbet på bilen. Det är enklare för teknikern att göra jobbet när de får förstahandsinformation från kunden och har möjlighet att ställa mer detaljerade frågor som underlättar jobbet, säger Roger Lindström, servicemarknadsansvarig på Volvohandlareföreningen.

Snabbare och bättre analyser alltså. Fast förändringen sker kontinuerligt. De som kommer direkt från skolan ansvarar inte för både för bilen och kunden.

– Det tar ett par år innan man är på den nivån att man kan ta ansvar både för bilen och för kunden, så i början får våra tekniker jobba ihop med en personlig servicetekniker, säger Lindström.

Roger Lindström.

ÄR DET INTE ännu svårare att få in tekniker till verkstaden om det samtidigt ställs krav på att de ska vara socialt kompetenta?

– Tvärtom. Genom att teknikerna får det här ansvaret blir jobbet mer åtråvärt. Men det är klart att det finns de som är väldigt duktiga tekniker och som inte vill jobba med kunder. Vi behöver dem också, exempelvis tekniker som kan tillkallas för att åtgärda ett större fel och samtidigt kunna hålla den avtalade tiden med kunden, säger han.

Roger Lindström menar att systemet med personliga servicetekniker egentligen inte är något nytt. Redan hans farbror som hade bilverkstad för 30 år sedan tog emot sina kunder, gjorde jobbet på bilen, levererade och tog betalt.

– Sedan finns det kunder på marknaden som inte har lika stort behov av personliga servicetekniker, exempelvis företag med fleetbilar eller bilar som går i kooperativ, de som bara vill få bilen åtgärdad.

– Det finns även privatkunder som inte har intresse av att prata med teknikerna, så kundmottagarna kommer nog inte att försvinna helt från branschen, säger Roger Lindström.

BILIA HAR GJORT denna systemförändring och Lars Lundin, servicemarknadschef, är nöjd.

– Systemet med personlig servicetekniker fungerar jättebra. Kundtillfredsställelsen och lönsamheten har blivit bättre och yrkesrollen, mer utmanande och utvecklande, säger han.

Lars Lundin.

Fast även det administrativa tar tid, så i stället för att räkna med åtta timmars debiterbar arbetstid på verkstaden kalkyleras även för administrativ tid. I gengäld håller Bilia nere kostnaderna för de administrativa lönerna eftersom de inte har servicerådgivare.

REKRYTERINGEN HAR ju blivit lite svårare. Bilia söker i första hand efter personal med social kompetens.

– Det räcker inte att vara en duktig mekaniker för att få jobba hos oss. Vi behöver säljande tekniker med ett brett leende och tycker man det låter roligt så ordnar vi med kompetensen. Den som ”bara” är traditionell mekaniker kommer inte lyckas som personlig servicetekniker hos oss, säger Lars Lundin.

”Bäst service vinner”

När Mickael Persson var anställd servicerådgivare fick han mängder av presenter från nöjda kunder. Som ägare av Min Bil-verkstäderna kan han leverera hem en bil till en kund sent en fredagskväll om något gått snett. Vi tog ett fördjupat snack om kundservice med honom.

TEXT & FOTO ING-CATHRIN NILSSON

Vad tycker du är kvalitativt kundmottagande?

– Kvalitet är alltid kundupplevd kvalitet, vad kunden sitter och säger hemma vid köksbordet. Det handlar sällan eller aldrig om priset.

– En kund ska aldrig behöva bråka för att få rätt. Har kunden fel är utmaningen att förklara förståeligt. Har vi gjort fel handlar det om att hantera situationen bra; min erfarenhet är att relationen med en kund blir starkare efteråt om vi lyckats lösa en fadäs på ett smidigt sätt.

Ge exempel på bra service!

– Det är att göra vad kunden inte förväntar sig. Som när vi backade en kundbil, som handbromsbackarna hade släppt på, fyra kilometer till vår verkstad. Eller när vi blev försenade med en bil en fredag för att vi saknade ett verktyg, då jobbade vi över och körde hem bilen åt kunden på kvällen. Privat har jag upplevt motsatsen på en stor märkesverkstad – servicerådgivare som var älskvärda vid mottagandet men bröt vad de lovade.

– Det är fantastiskt kul att ge service. Gör man någon glad blir man glad själv.

Vad är viktigast för en servicemottagare?

– Den sociala kompetensen är viktigast, den handlar lite om att ha talets gåva, att vara anpassningsbar och snabbt snappa upp hur kunden vill bli bemött. Det är inte kunden som ska anpassa sig till verkstaden.

– Det räcker inte att vara snygg i fronten; kunnande är också otroligt viktigt, att exempelvis trovärdigt kunna förklara varför en vattenpump på en äldre bil behöver bytas. Eller att kunna intervjua kunden som ju sitter på information som kan vara avgörande för att bilen ska kunna lagas så kostnadseffektivt som möjligt. Den optimala servicerådgivaren är både social och tekniskt kompetent.

Låter rätt krävande ...

– Det är ett extremt svårt jobb, den absolut svåraste uppgiften. Det är psykologiskt tungt och komplext. Alla märkens föreskrifter som ska följas, företagsledningen som ska göras nöjd, mekaniker som ska jagas på. Servicerådgivaren sitter mitt emellan kunden, verkstaden och generalagenten. En knapptryckning fel, och garantiersättningen brinner inne.

Hur coachar du?

– Jag jobbar med sjustegsprocesser, från hur vi vill att kunderna ska bli bemötta när de ringer in till att de hämtar bilen. Ett schyst bemötande bör ju helst komma inifrån, inte utgå från manus. En del har det genuint, andra behöver påminnas.

Hur ska du hitta skickliga kundmottagare i framtiden?

– Det är en utmaning i tider då det är fler lediga jobb än arbetssökande. Samtidigt hänger vår överlevnad på bra service. Tillverkarsidan måste sätta sig in bättre i hur det ser ut ute på verkstäderna med allt fler komplicerade system och kunder som får allt mindre tid och vill ha ett bekymmersfritt bilägande.

– Men bäst service kommer att vinna. Här har branschen lite att jobba på och det kommer servicerådgivarna att få känna av. För mig är kundservice en livsstil. Servicen ska tas all the way.

MICKAEL PERSSON

ÅLDER: 40.

GÖR: Äger och driver sex verkstadsanläggningar i Stockholmsområdet, fem Min Bil-anläggningar och Bromma Bil & Motor. Återförsäljare av SsangYong.

AUKTORISATIONER: Abarth, Alfa Romeo, Chrysler, Dodge, Fiat, Fiat trp, Honda, Hyundai, Jeep, Lancia, Subaru, SsangYong.

KARRIÄR: Mekaniker på Bilcentrum i Kristianstad och Din Bil i Akalla, servicerådgivare Din Bil i Bromma och Bilcentrum i Kristianstad, verkstadschef Din Bil i Bromma och Bilia Segeltorp, märkeschef på Bilia i Södertälje, egen verkstadsägare i drygt tio år.

FAMILJ: Sambon Camilla, barnen Jonathan, 16, Maja, 8, Saga, 7 och Tuva, 6. Katterna Theo och Noah.

BOR: I Tyresö.

KÖR PRIVAT: Just nu SsangYong.

14 TIPS SOM VÄSSAR servicerådgivningen!

Innan Joachim Due-Boje började som servicemarknadsansvarig på MRF åkte han runt i sjutton år och höll föreläsningar om ”Aktiv kundvård” – allt som allt 800 framträdanden parallellt med den egna verkstaden som prisbelönades i Postens Guldbrevtävling. Jocke, som brinner för service, säger: ”Finns det tre likvärdiga verkstäder inom samma avstånd med samma prisbild, väljer oftast kunden den med personligaste servicen.”

FOTO **RICKARD FORSBERG**

1. BEMÖDA DIG! Visa kunden uppmärksamhet! Var närvarande och engagerad i mötet, vare sig kontakten sker öga mot öga eller via telefon. Saknar du svar på en kundfråga, ta reda på det.

2. SVARA när det ringer – även om du har en kund framför dig! Det är lätt att säga ”ursäkta, får jag bara svara” och be kunden i telefonen att du får ringa upp, det tar tio sekunder. Att bara låta det ringa är nonchalant; kunden framför dig kan lätt tänka att ”nästa gång är det jag som aldrig kommer fram”.

3. HAR DU INTE TID att prata med en uppringande kund, säg inte att du ringer om tio minuter om det kommer att dröja tre timmar. Försök att lämna en ärlig detaljerad tid när du kommer att återkoppla.

4. NÖJ DIG INTE med bilens registreringsnummer enbart, fråga vad kunden heter! Fråga mer, hur kunden stavar sitt namn och glöm inte att skriva förnamnet först. Kunder vill bli igenkända.

5. VAR NOGA med att ta brukarnas telefonnummer om det är kunder med företagsbilar! Annars, om du behöver nå brukaren, riskerar du att hamna i en växel hos företag med kanske hundra anställda. (Själv hamnade jag en gång hos Ericsson när jag trodde att jag ringde en kund som hette Eriksson; företaget Ericsson hade 46 anställda med samma efternamn.)

6. FÖRSTAGÅNGSKUND, skriv ”Ny kund” med versaler på arbetsordern. Då kommer alla involverade att veta att kunden är hos er för första gången och ni kan bemöda er om att göra ett gott första intryck.

7. GÖR DET LILLA EXTRA! Skicka per automatik ett vykort efter servicen med en personlig hälsning! Gör en minnesanteckning på ao:n om att kundens båtkärra hoppade av bilen förra gången eller att hunden varit hos veterinären för att kunna återkoppla personligt nästa gång.

8. GLÖM ALLTSÅ INTE SMÅPRATET!

9. BYGG EN KULTUR där alla på företaget talar samma språk och har medvetenhet om kundbemötandet (så att exempelvis inte en säljare lovar en servicetid som inte kan hållas). Ta upp sådant på personalmötena.

10. SE TILL ATT VARA PÅLÄST om olika bilars system och serviceintervaller. Ta stöd av DMS-systemet.

11. STÄLL ALDRIG DIAGNOSER! Säg i stället att ”det blir inte bättre av att jag ger dig en gissning om vad det är för fel, vi låter en tekniker felsöka”. Spekulationer kan bli väldigt fel.

12. HAR NI FÅTT in en bil för typ tolvtusenmilaservice och hittar en skrälldus med brister, förpacka åtgärdsförslagen smart när du ringer kunden och föreslår tilläggsarbeten. Börja med det minst viktiga som kan vänta ett tag, sluta med de allvarligaste felen som måste åtgärdas direkt för att bilen ska gå igenom besiktningen. Säg sedan att du antecknar de lindrigare felen i bilens loggbok så att de kan fixas nästa gång bilen ska in, kanske för ett hjulskifte.

13. GLÖM INTE FÖLJDFRÅGORNA vid kundens felbeskrivning och anteckna konkret och detaljerat på ao:n. ”Hur länge har det låtit? Var låter det? Vid vilka tillfällen låter det?”

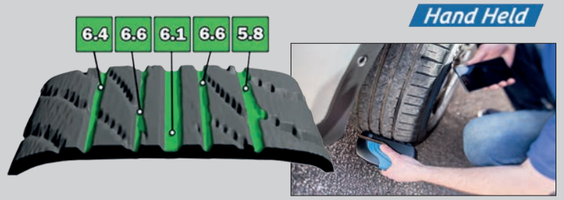
14. … OCH INGEN MISSAR väl att gå igenom serviceprotokollet med kunden i samband med att fakturan överlämnas …

EN BONUS: Joachim Due-Boje tycker att det i alla verkstadsbesök som renderar mer än femton minuter borde ingå en insidesputs av vindrutan.

NYHET

Mönsterdjups scanner.

TreadReader Hand Held



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.

Kommunicerar med Wi-Fi.

Levereras tillsammans med läsplatta i verkstadståligt 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.

SWEDAC ACKREDITERING
Ackred. nr 10054
Kalibrering
ISO/IEC 17025

CARPART
AUTMOTIVE PARTNER
SINCE 1987
0510-88 490 • info@carpart.se • www.carpart.se

Karriär hos MAN Rental

MAN växer sig allt större på den svenska marknaden och vi rekryterar nu en Regionsäljare till vårt distrikt i norr med utgångspunkt i Stockholm.
Tror du på vår idé och vision så kan detta vara jobbet för dig.
Vi erbjuder dig en viktig roll i ett företag med ett attraktivt varumärke i en internationell och stark organisation.

För mer information kontakta Jens Ström på:
08- 409 144 46, jens.strom@autorekrytering.se
eller besök *www.autorekrytering .se*

Autorekrytering

KBV SÖKER **KVALITETSCOACHER!**

KBV har sedan 1995 granskat kvaliteten på landets bilverkstäder.
Nu tar vi nästa steg i att erbjuda branschen det vassaste utbudet av verksamhetsutvecklande tjänster.
Vi söker personer med mångårig erfarenhet från service respektive skadereparation som vill bidra till att utveckla och stärka våra kunders kvalitetsnivå.
Som person ska du vara självgående, noggrann, målinriktad och kommunikativ.

Läs mer på www.kbv.nu/jobb

Kontrollerad Bilverkstad
www.kbv.nu

TEXT **NELLIE PILSETNEK**

FRÅGA TRE

Får du feedback på ditt arbete?

ERIK EDBERG,
försäljningschef Bilinvest Umeå
– Ja, det får jag. Det blir förstås mindre när man sitter högst upp men det arbete jag gör mot försäljningen får jag feedback på. Vi pratar också mycket och berömmer varandra om det går bra. Om jag kan göra något bättre, så får jag veta det. Det kommer fram, det finns flera forum för sådana samtal.

FOTO CHRISTEL LIND

FREDRIK SVÄRD,
säljare Rejmes, Halmstad
– Ja, det får jag, vi har dagliga genomgångar och sedan har vi även veckomöten där vi går igenom försäljning och volym, de är delvis lönegrundade också, så det är väldigt viktigt att ha samtal kring sitt arbete – jag tycker att jag har bra självkännedom om det jobb jag utför.

FOTO THOMAS HARRYSSON

TOBIAS STRÖM,
vd och säljare Ströms Bil, Vara
– Ja, det får jag, vi får mätningar hela tiden från Hyundai, från våra kunder också. Det arbetas ju mer och mer med kundnöjdhet. Det är bra så att man vet vad man kan förbättra om man gör något dåligt. Vi försöker att bli bättre hela tiden, för det finns ju inget bättre än en nöjd kund.

Framtidsspaning

Rekrytering med hjälp av virtual reality, det är några av personaltrenderna som rekryteringsföretaget Hays tror kommer att öka i år, skriver tidningen Chef. Tidigare har videosamtal och olika digitala presentationstekniker varit nya rekryteringsvägar, men nu tar alltså VR över som det senaste.

Hays spår också att gränsen mellan fritid och arbete kommer att suddas ut ytterligare – att det knappt kommer att finnas en linje mellan. De tror vidare att tidsbegränsade uppdrag kommer att fortsätta öka och bli vanligare, samtidigt som företag fortsätter att hyra in så kallad senior kompetens. Och att det kommer att krävas mer av arbetsgivarna för att hitta rätt kompetens.

"JAGA VISIONEN, INTE PENGARNA, ANNARS KOMMER DET ATT SLUTA MED ATT PENGARNA JAGAR DIG"

Tony Hsieh, internetentreprenör som sålde för miljarder till Microsoft

MOTIVATION

Så blir du peppad på jobbet!

Jobbsajten Monster har listat hur du kan gå från omotiverad till peppad på jobbet:
1. Lova bara saker som du kan hålla! Handlingar säger mer än ord.
2. Vänta inte till det blir för mycket! Ibland kommer du att vara överarbetad – men det är viktigt att säga till när det börjar hopa sig.
3. Dela med dig av relevant information! Vill du bli sedd som en kollega som är välinformerad, intresserad och bryr dig om andra? Ett sätt är att dela med dig av vad du arbetar med.
4. Effektivisera dig, samla dina frågor och ta dem på en gång, i stället för att hela tiden komma med ströfrågor till dina kolleger!
5. Ställ rätt frågor! Bra kommunikation handlar inte bara om hur du uttrycker dig, du bör också ställa rätt frågor för att få bra svar. Lyssna på svaren och ställ frågor utifrån dem.

26%

av alla chefer i Sverige arbetar i Stockholm, alltså en fjärdedel. Nästan lika många, 23 procent av Sveriges chefer, arbetar i Västsverige. 65 procent är med i ett fackförbund, skriver Sveriges chefsorganisation Ledarna.

BOK- & APPTIPS

Från ekorrhjul till pariserhjul – medvetet ledarskap för medvetna organisationer

Bristande balans mellan ledarskap, verksamhetsprocesser och organisationens ledningssystem leder till att både chefer och medarbetare stressar i ett evigt ekorrhjul, menar författaren Anita Edvinsson. Hon vill ge läsaren en organiserad vardag, ekorrhjulet till trots, och bistå med verktyg och insikter för att göra hjulet smidigare. Förhoppningsvis kan organisationen förflyttas i rätt riktning. Målet är en säker och eftertraktad arbetsplats där medarbetarna får inspiration och känner trygghet.

Ledarskap på apstadiet – Evolution för chefer och ledare

Här är en ledarskapsbok i pocketformat som bjuder på en resa från Afrikas djungler till vårt moderna informationssamhälle. Primatforskning blandas med kognitiva studier och ekonomisk forskning, och författarna Tommy Lundberg och Ola Berggrens egna erfarenheter, tankar, idéer och slutsatser. Visionen är att ge chefer bättre förståelse för varför deras medarbetare beter sig som de gör och hur de själva kan bli bättre i sina roller som ledare.

En köpare tipsade om Charlotte

Varannan damernas är kanske en omöjlig vision i bilbranschen, men fler kvinnor än i dag borde inte vara en utopi. Arbetsmiljön blir bättre och kundnöjdheten ökar, tror Charlotte Knutsson som är den enda kvinnliga säljaren på Bilia i Segeltorp. "Branschen måste rekrytera kvinnor aktivt och inte förlora sig i nepotism", säger hon.

TEXT **LOUISE MOLANDER** / FOTO **CAMILLA LINDQVIST**

Det könsuppdelade arbetslivet består. Nästan nio av tio har jobb med ojämn fördelning, visar färsk statistik från SCB.

På Bilia i Segeltorp finns sjutton säljare, en av dem är kvinna.

– Det är väldigt synd. Jag tror att både arbetsklimatet och försäljningen skulle tjäna på att fler kvinnor kommer in i motorbranschen men då måste man rekrytera kvinnor aktivt, annars blir det lätt att män anställer ur sin manliga bekantskapskrets, säger Charlotte Knutsson, säljare på Bilia i Segeltorp.

I höstas var de tre kvinnliga säljare på företaget, men nu är Charlotte ensam kvinna i bilhallen.

– Jag saknar de andra väldigt mycket, för hur gärna man än vill tro att kön inte spelar någon roll så kommunicerar vi på olika sätt. Jag gillar verkligen mina manliga kollegor men ibland kan jargongen bli för mycket av "AIK:s omklädningsrum", säger hon skämtsamt.

Hur är det då med kunderna, spelar det någon roll för dem om säljaren är man eller kvinna?

– För mig hade det betydelse, säger Helena Sjöberg, försäljningschef på Pearson, världsledande företag inom utbildning.

I höstas åkte Helena Sjöberg till Bilia i Segeltorp med en manlig kollega för att titta på en ny tjänstebil. Hon var så nöjd med besöket och säljaren Charlotte Knutsson att hon tipsade redaktionen på Motorbranschen om henne.

– Först och främst blev jag positivt överraskad av att det var en kvinnlig säljare som kom fram till mig. Dessutom var hon skicklig. Jag har köpt ett antal tjänstebilar genom åren, men har aldrig blivit så väl omhändertagen av en säljare som Charlotte Knutsson. Hon fångade upp mig direkt och vände sig inte automatiskt till min manliga kollega, vilket annars är vanligt. Hon var inte påstridig på något sätt utan lugn, lyhörd, tillmötesgående och kom med bra synpunkter. Hon snappade till exempel att jag hade hund och föreslog tonade rutor utan att jag hade fört det på tal.

– Jag fick till och med provköra hennes egen bil. Det kändes väldigt förtroendeingivande, säger Helena Sjöberg.

Under hela säljprocessen hade hon tät kontakt med Charlotte Knutsson som snabbt fixade det hon efterfrågade och samtidigt rymdes inom den fasta budgetramen.

CHARLOTTE KNUTSSON

UTBILDNING: Ville bli konstnär som ung och lärde sig dreja, och måla kroki på Sörängens folkhögskola i Näsjö. Läste konstvetenskap och design management på universitetet och arbetade några år som gästintendent på konstmuseet i Kalmar.

KARRIÄR: Fick jobb som säljare på Liljas personbilar i Kalmar när hon var i trettioårsåldern. Flyttade efter tre år till Stockholm och arbetade som busschaufför, och guide på Traveller Buss under ett antal år innan hon 2011 började arbeta som säljare på Bilia i Segeltorp.

ÅLDER: 49.

FAMILJ: Sambon Annika och katten Lakrits.

BOR: Villa i Tyresö.

KÖR: Javabrun Volvo XC 60.

FRITID: Cyklar mountainbike, en Corratec.

KURIOSA: Har jobbat på en bar i Tokyo som ung.

SÅLDE: 150 nya Volvo-bilar och ett 20-tal begagnade 2016.

SKA SÄLJA: 165 nya Volvobilar 2017.

FAVORITKUNDEN: Den återkommande kunden som jag redan skapat en relation med. Då kan vi prata om andra saker än bilar och skratta och skämta, det tycker jag är oerhört stimulerande. Oftast handlar det om äldre män och kvinnor. Unga killar väljer hellre en manlig säljare framför mig.

VÄRSTA SÄLJET: Jag trodde att jag hade sålt en fyrhjulsdriven bil men när kunden skulle tvätta bilen för första gången upptäckte han att den var tvåhjulsdriven. Det var pinsamt! Jag hade missat att kontrollera varje rad i beställningen, vilket är lätt gjort men inte får hända. Kunden kom dock tillbaka till Bilia – men inte till mig.

"Bilar är också konst och design", säger Charlotte som läst design management och hamnade i bilvärlden av en slump.

– När man ska köpa tjänstebil får det inte kosta en krona mer, så det gäller att hitta det bästa erbjudandet och det ordnade Charlotte. Det blev en fyrhjulsdriven Volvo V60 Cross Country med tonade rutor och jag är oerhört nöjd, säger Helena Sjöberg.

FÖR TVÅ ÅR sedan gjorde Motorbranschen ett helt nummer med enbart kvinnor på bild för att uppmuntra jämnare könsfördelning. Men det verkar gå lite trögt med den saken. Även om det finns undersökningar som visar att kunden gärna väljer en kvinnlig säljare, väljer kvinnor inte att bli säljare.

Enligt SCB är 72 procent av alla företagssäljare män och 28 procent kvinnor. Att kvinnor väljer bort just bilförsäljning kan bero på att det finns föreställningar om att man måste vara tekniskt kompetent eller att jobbet inte går att kombinera med familjeliv.

– I dag är kunderna oftast så pålästa att de hellre vill ha en säljare som tar sig tid att lyssna, förstå och förmedla trygghet än är tekniskt kunnig. Sedan innebär jobbet att du måste arbeta långa dagar, kvällar och helger vilket möjligen avskräcker kvinnor, säger Charlotte.

Själv hade hon inga planer på att bli bilförsäljare när hon var ung. Hon studerade konstvetenskap, läste design management, arbetade på konstmuseet i Kalmar och ville på sikt sälja designmöbler. När hon äntligen var klar med sina studier fanns det inga jobb i formgivning- och designvärlden.

– Jag gick till Arbetsförmedlingen och de tipsade i stället om ett sommarjobb som säljare på Liljas personbilar i Kalmar. Jag skulle snart fylla trettio och tyckte inte att det lät så kul att börja sommarjobba igen men jag hade inget val. Och det ångrar jag inte i dag. Bilar är också design och formgivning.

I dag är Charlotte Knutsson ensam kvinna bland säljarna på sin arbetsplats. "Det borde letas aktivt efter fler", tycker hon.

PÅLÄSTA KUNDER VILL HA EN SÄLJARE SOM TAR SIG TID ATT LYSSNA, FÖRSTÅ OCH FÖRMEDLA TRYGGHET

[redacted] CHARLOTTE KNUTSSON

EFTER TRE ÅR som säljare på Liljas flyttade Charlotte till Stockholm, körde turistbuss och var guide åt Traveller i Sverige och Europa under ett antal år tills hon för sex år sedan tröttnade på att aldrig vara hemma.

– Mina vänner hade slutat att bjuda hem mig eftersom jag aldrig kunde komma och så ville jag inte ha det. Jag sa upp mig och sökte ett jobb som säljare på Bilia i Segeltorp i stället och fick det. Det har gått jättebra för mig och det tror jag beror på att jag alltid haft en förmåga att få människor att känna sig sedda och bekväma. Många upplever mig nog också som lättsam och rolig, en person som de kan skratta ihop med vilket är en viktig pusselbit för en varaktig relation.

Förra året sålde Charlotte 150 nya bilar och siktar på 165 i år. I säljtävlingar i Volvos och Bilias regi är det mycket fokus på kundnöjdhet. Alla Sveriges Volvosäljare mäts, oavsett återförsäljare. Charlotte har legat i framkant och varit på flera vinstresor, bland annat till Genève och Barcelona.

För att ytterligare vässa säljkompetensen och öka försäljningen totalt sett har Bilia från och med i år infört obligatoriskt möte med säljledaren varje vecka.

– Jag vet inte riktigt vad det kommer att innebära men förmodligen handlar det om att vi ska bli ännu effektivare genom att bli bättre på att säkerställa tidpunkter för alla led i säljprocessen. Vi drillas mycket mer i detta i dag än tidigare och använder ett CRM-system för att hålla koll på processen, säger hon med en knappt hörbar suck.

Det går att skönja en viss matthet i blicken. På Bilia arbetar säljarna tio dagar i sträck och är sedan lediga i fyra dagar. Charlotte är inne på sin tionde dag.

– Efter tio dagar känns det i kroppen och jag känner mig lite låg …

CHARLOTTE TYSTNAR plötsligt och spanar mot entrén. En medelålders man och hans dotter har kommit in i bilhallen och hon känner igen honom.

– Det är en gammal kund till mig, jag ska bara gå fram och säga hej.

Efter en stund är hon tillbaka i samtalet med en betydligt piggare klang och blick. Mannen var här för att titta på en bil åt sin dotter och ville ha hennes hjälp. En kund – och livet vänder.

– Lite äldre män och kvinnor säljer jag bra till. De gillar mig, säger hon nöjt.

Trogna kunder har dock en tendens att bli färre nu när konsumenten kan bygga sin bil på nätet och få offerter från flera återförsäljare samtidigt.

– Jag hoppas ju att det personliga mötet ska ha betydelse även i framtiden men jag märker att prisjakten har ökat. Många är beredda att åka flera mil extra bara för att få en bil femhundra kronor billigare någon annanstans. Relationen till säljaren blir mindre viktig. Fast jag är rätt bra på både kundbemötande och prisvärda offerter, så jag är inte så orolig.

DET BRUKAR HETA att kvinnor är bättre på att lyssna, vara ödmjuka och skapa långsiktiga relationer än män som har mer fokus på snabba order och resultat. Men om framtiden är digitala försäljningsplattformar, kommer de ”kvinnliga egenskaperna” att behövas då?

– Det tror jag absolut, det personliga mötet blir viktigt även i framtiden eftersom kunden alltid kommer att vilja provköra bilen innan de köper den. Det är ändå en väldigt stor investering för de flesta. Håller utvecklingen i sig finns förstås en risk att man enbart kommer hit för att provköra och sedan köper bilen på nätet, säger Charlotte Knutsson.

CHARLOTTES 5 TIPS på bra kundbemötande

GLÖM INTE HUMORN – kan ni skratta ihop, är affären din!

VISA INTRESSE – lyssna, ställ frågor, gör en snabb kundanalys!

LÄS MELLAN RADERNA – hitta de dolda behoven!

SKAPA TRYGGHET – var lugn, ärlig och saklig!

ÄR NI FLERA SÄLJARE – välj den kundkategori du klickar bäst med!

Könsuppdelat arbetsliv

- Enligt ny statistik från SCB, Yrkesregistret med yrkesstatistik 2017, kan man se att det könsuppdelade arbetslivet består. Män jobbar med män och kvinnor med kvinnor.
- Av de 30 största yrkena i Sverige finns endast fyra med jämn könsfördelning (40–60 procent av vardera kön). Det är kockar/kallskänkor, gymnasielärare, butikschefer samt butiksäljare i fackhandel.
- Vissa yrken är kraftigt kvinno- eller mansdominerade, till exempel förskollärare där 95 procent är kvinnor.
- Ett extremt manligt jobb är motorfordonsmekaniker och fordonsreparatörer där 96 procent är män.

BILIA SEGELTORP

SÄLJER: Volvo, Renault, Dacia, Hyundai och Renault trp.
ANTAL MEDARBETARE: 20.
ANTAL SÅLDA BILAR 2016: Totalt 2 523 enheter, varav 2 134 personbilar och 389 transportbilar.

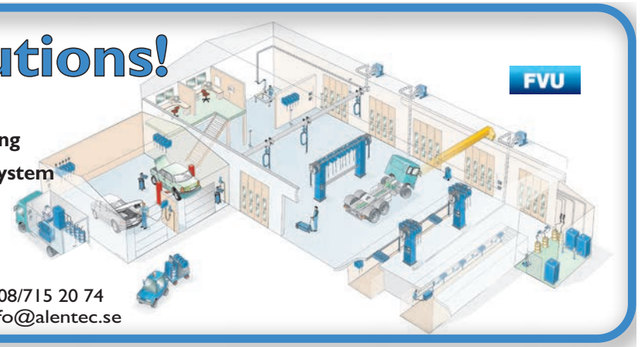
MARKNADS-TORGET

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

We provide solutions!

- Oljeutrustning
- Mätsystem - 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

LUPIN MOTOR

Motorbranschens största certifieringsprogram

Nu över 1500 certifierade skadeverkstäder

www.autoteknik.info

www.lackeringsanlaggningar.se

Sprut & torkboxar Kombiboxar Lastbilsboxar

Paint Pockets COMPANY

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

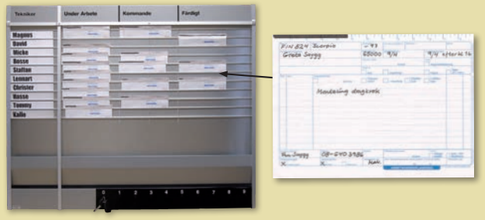
Läderklädslar till person- och transportbilar.

För hamn- och eftermontering. Läs mer på **standardleather.se** eller kontakta oss direkt på 08-830102

STANDARD LEATHER

Standard Leather | Fräsarvägen 7B | 142 50 Skogås | 08-830102

Planeringstavlor & Nyckelskåp



Glöm alla kalendrar, lösa lappar, planeringsblock, listor, svåranvända 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 säkerhetsklassade nyckel- och dokumentskåp. Till dessa finns ett urval av tillbehör och tillval.

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

Beställ gratis katalog!

Fröbergs

3F Tre Funktioner -Ett Fröbergsföretag

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

Verkstadschefens favoriter!

Allt ni behöver på - www.fvu.se FVU Fordons Verkstads Utrustarna

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

Från tyska
HOFMANN
duolift MTF 3000
2600 mm
3 ton
23.300 kr
leasing fr. 488kr/mån.
Fundamentsfri tvåpelarlyft med tre tons kapacitet.

Nyhet - Hofmann duolift HL 3500 hydraulisk tvåpelarlyft.

Helt ny modell anpassad för både personbilar och medelstora transportbilar.

Versymmetric® armdesign *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
30.500 kr
leasing fr. 598kr/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
2915 mm
SPO45E HAR DUBBLA MANÖVERPANELER SOM STANDARD.
UTRUSTAD MED 220V- & TRYCKLUFTS-UTTAG.
Hydraulisk tvåpelarlyft. Passar perfekt till både transport- och personbilar.

Modell 532LP3.5
3,5 ton
OMA
532LP3.5 är en lågprofilsaxlyft med endast 98 mm lägsta höjd och 2000 mm lyfthöjd. Uppkörningsramperna följer med upp = fritt golv.
44.200 kr
leasing fr. 844kr/mån.
varmgalvanserade bottenramar

Modell 505C
4 ton
OMA

Modell 505C - fundamentfri tvåpelarlyft

Speciellt för dig med en verkstad som har begränsad takhöjd kan vi nu erbjuda en tvåmotorig elektroniskt synkroniserad tvåpelarlyft 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.

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.

OMA
5200 mm
2970 mm
Modell 526LT
5 tons fyrpelarlyft 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**

OMA
3-ton
14.900 kr
Modell 542RA
Tryckluftsdriven frihjulsdomkraft med en lyfthöjd på 410 mm. Bra räckvidd på de utdragbara lyftarmarna. Kan även monteras på körbanelyftar av andra märken.

2970 mm, (mått 526C)
5200 mm, (mått 526C)
leasing fr. 802kr/mån. (modell 524)
OMA
Modell 526C
5 tons fyrpelarlyft med låg uppkörningshöjd 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.

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.
OMA

HOFMANN
Fyrhjulsmätare:
- geoliner 580 PRISM Elite
KAMPANJ!
88.600 kr
Ordinarie pris: 92,500 kr
- Geoliner 580 Prism Elite är utrustad med det nya programmet Pro-42 och är ett modernt och effektivt instrument. Mäter även fordonsdimensioner och har förkortad rullande skevhetskompensering.
- PODar, hjulfästen och måltavlor i magnesium, som är både lätt och starkt.
- Instrumentet är trådlöst och optimerat för att vara enkelt att använda.

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
- 3D inläsning/Sonar
- viktsplit- program
- montering av klistervikter med mätarmen

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

AREO PASSION IN MOTION
GEODHeX 922
- Motordriven balansmaskin med hjulsskydd

11.500 kr
leasing fr. 269kr/mån.

HOFMANN
geodyna 7100
En motoriserad lågvarvsmaskin som även har viktsplitprogram, 2-D automatisk inläsning av fälgmått m.m. Tar liten plats
geodyna 7100
18.000 kr
leasing fr. 373kr/mån.

monty 3300 RACING GP
Breddäcksmaskin komplett utrustad med easymont PRO hjälparmar
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.

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

Däckmaskinpaket 2:
Geodhex 7100/Smonther 700+642:
39.900 kr!

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

AREO PASSION IN MOTION
26.900 kr
leasing fr. 566kr/mån.

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

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

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

- NYHET!

TiREX 260
- Rejäl däckmonteringsmaskin för lastbilshjul upp till 26" fälgdiameter

33.900 kr
leasing fr. 659 kr/mån.

TiREX 560
- Klarar även EM/Traktorhjul upp till 44"

44.900 kr!
leasing fr. 859 kr/mån.

PERFORMTEC
HJULTVÄTTMASKINER
Vi är glada att meddela att vi nu är svensk generalagent för de välkända hjultvättarna från tyska Performtec.

Tvättarna arbetar genom högtrycksspolning med kembehandling och ger imponerande tvättresultat.

Maskinerna finns både i modulutförande för ett/två hjul samt en 4-hjulsversion.

Köp originaltvättmedel till era Performtec-tvättar för bästa tvättekonomi och tvättresultat.

GEODHeX 966
- Avancerad teknik med inbäddad PC och Linux.
- Platt bildskärm, 3D automatisk inläsning av fälgmått med mätarmar. Geometrisk viktplacering m.m.

24.900 kr
leasing fr. 497kr/mån.

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.)

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 kvällstid och helger, så att du kan ringa i lugn och ro.
Vardagar 08^{00} - 20^{00}
Helger 10^{00} - 17^{00}

TOOL TRADE AB
Proffs på maskiner och verktyg
Telefon: 060-151416 Telefax: 060-171516
- vår soliditet, din trygghet!
AAA

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 branscherfarenhet.
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 & SKADE
Jan Olvenmo
Ansvarig för plast-, lack- och skadefrågor på MRF. Har mer än 30 års branscherfarenhet.
08-701 63 21

SKATTER
Helene Engman
har bl a arbetat på Skatteverket och som chefsjurist. I dag är hon skattekonsult 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 vill reklamera brusten söm efter fem år

FRÅGA I juni 2013 sålde vi en ny bil med tre års garanti. I oktober 2014 bytte vi stolsdynan på förarsidan på garantin för att en söm hade släppt. Nu vill kunden att vi ska byta klädsel på förarsätet en gång till för att en söm har släppt någon centimeter igen.

Kunden hävdar att det blir en ny reklamationsrätt på tre år från reparationsdatum. Jag har svarat att reklamationsrätten enligt garantin bara gäller tre år från leveransdagen och att det inte heller är ett ursprungligt fel. Jag har inte antytt något om yttre påverkan, vilket väl kan vara fallet på en stolsdyna. Behöver vägledning i det här garantiärendet.

Karlevert

SVAR ENKELT KAN MAN säga att det inte finns någon ”garanti på garantin”. Men två förutsättningar måste i så fall vara uppfyllda.

Konsumentköplagen kräver dels att det ska ha varit fråga om samma fel, dels förutsätts att felet inte blivit varaktigt och fackmässigt avhjälp. I ert fall är det fråga om samma fel, men felet har avhjälpts varaktigt av er eftersom stolsdynan byttes och stolen var felfri i nästan två år. Att avhjälpandet inte skulle ha utförts fackmässigt är inte heller visat.

Det kan bli meningsskiljaktigheter när sömmar brister.

LAGSTIFTARENS INTENTION har inte heller varit att den som reklamerar och får ett fel avhjälpt ska hamna i ett bättre läge än en kund som inte har haft något fel alls.

Slutligen kan man ifrågasätta om felet över huvud taget är ett köprättsligt fel, om det inte är normalt slitage när en söm släpper på en stolsdyna efter dryga sex år (men det är en annan fråga) …

David Norrbohm

”FÖRUTSATT ATT TVÅ PREMISSER UPPFYLLS, FINNS INGEN GARANTI PÅ GARANTI”

DAVID NORRBOHM SVARAR

JURIDIK

SÄKRAST ÄR ATT ALLTID TESTA INBYTEN DIREKT

FRÅGA I samband med försäljningen av en demobil tog vi en BMW 520, årsmodell -10 (15 000 mil) i inbyte. Eftersom det var helg och testaren var ledig, kom vi överens om att vi skulle testa bilen efter helgen samt därefter fakturera kunden eventuella reparationskostnader. Längst ner på köpeavtalet skrev vi även: ”Vi reserverar oss för test av inbytesbilen i efterhand”.

Vid testet konstaterades att två däck inte var trafiksäkra, att stötdämparen fram var slut och att bilen var i behov av en skadereparation av en bakskärm.

Vi fakturerade kunden 15 000 kronor, vilket motsvarade reparationskostnaderna. Kunden vägrar att betala, tycker att vårt krav är oskäligt.

Hur ska vi göra i ett sådant här läge?

SVAR I KONSUMENTLAGSTIFTNINGEN och i avtalslagen finns krav om att villkor som har varit föremål för förhandling och är oklara, oskäliga eller strider mot god sed ska tolkas till konsumentens fördel.

Min bedömning är att ert villkor dels skulle ha varit tydligare rent språkligt, dels att kunden skulle ha getts en möjlighet att förutse vad villkoret skulle kunna innebära.

Det finns även en fundamental regel inom avtalsrätten att ett ingånget avtal ska hållas, varför avsteg därifrån ställer extra stora krav. Det innebär troligen att en reservation kräver en övre beloppsgräns för vad kunden skulle riskera att få betala, förmodligen också ett förtydligande gällande vissa tänkbara fel det skulle kunna ha handlat om (som handlaren inte, inom ramen för sin normala undersökningsplikt, har möjlighet att undersöka utan egen verkstadsexpertis).

MITT GENERELLA RÅD är förstås att alltid testa bilarna innan bindande avtal ingås. Upplysningsvis finns i MRF:s leveransvillkor möjlighet till omvärdering av en inbytesbil om den exempelvis i samband med leveransen är i ett påtagligt annorlunda skick eller har övermil på 200 mil.

Vid väldigt långa leveranstider av nya bilar bör man överväga om man över huvud taget ska ingå bindande avtal om priset på inbytet, utan i stället ge en prisindikation och skriva att slutlig värdering görs i samband med leverans.

David Norrbohm

”KUNDEN HAR FÖRSTÅTT ATT MÅNADSKOSTNADEN FÖR SERVICEAVTALET BARA KOMMER ATT RÄCKA TILL FÖRSTA SERVICEN”

JOACHIM DUE-BOJE

VERKSTAD

SERVICEINTERVALL MED MISSAD ”SLOPETID”

FRÅGA Vi har kunder som vid bilköpen även avtalat ”Fri service tre år/4 500 mil” med någon månadskostnad.

För en tid sedan ringde en herre och ville boka tid för sin bil med fri service. Han var mycket påstridig om att få tid innan ett visst datum. Med hjälp av registreringsnumret kunde vi se att det fanns ett tre-årsavtal med fri service, med bara en månad kvar av avtalet. På min fråga om hur långt bilen hade gått svarade bilägaren snäsigt: ”Det spelar väl ingen roll, den ska servas.” Jag fick stå på mig och till slut svarade mannen att aktuell mätarställning var 3 600 mil.

Jag försökte förklara serviceintervallen för kundens modell som var 3 000 mil eller två år – vilket som först inträffar. Men nej, det gick inte bilägaren med på. Om vi inte tog emot bilen skulle han gå vidare och sprida hur uschliga vi var på min verkstad. Bilägaren hade förstås insett att han inte skulle hinna komma i kapp antalet mil för att få andra servicen inom avtalet.

Har han rätt att kräva att vi ska utföra servicen?

Annelie, ägare/verkstadschef

SVAR DET ÄR INTE första gången jag får den här frågan och det kan bli en komplicerad diskussion mellan kund och verkstad.

Vanligt är ju att antalet tänkta körda mil/år legat rätt i förhållande till serviceintervallen (3 000 mil/vartannat år) när avtalet mellan säljaren och köparen tecknades. När bilen köptes jobbade kanske kunden på NN AB och körde 3 000 mil/år mot milersättning och hade med enkel matematik fått tre servicar inom 36 månader. Hade bilägaren kört 2 000 mil/år, ja, då hade han hunnit med två servicar inom 36 månader.

HAR DET NU blivit en förändring i arbetslivet för er kund, jobbyte eller liknade, blir ju 3 000 mil/knappt 1 200 mil/år. Kunden har insett att månadskostnaden (som snart har pågått i tre år) bara kommer att räcka till första servicen.

Men verkstaden (budbäraren) har direktiv från sin huvudman hur serviceavtalet ska hanteras för att över huvud taget få betalt.

FÖRSÖK VÄNLIGT förklara för kunden att ett avtal är ett avtal, att du som verkstad inte kan påverka vad som är överenskommet. Jämför med de avtal som Folktandvården erbjuder och avsluta med att tipsa kunden om att sticka ut och köra på helgerna för att komma ikapp mätarställningen.

Joachim Due-Boje

VERKSTAD

Vådan av en miss på a:on

FRÅGA Våren 2016 tog en av mina serviceråd givare emot en bokning på ett kamremsbyte på en Clio 1,2. Beställaren var kvinnan som ägde bilen. Dagen dök upp när bilen skulle lämnas men tyvärr kom ingen bil. Vi ringde kvinnan, fick varken svar eller återkoppling på meddelandet vi talade in.

Några dagar senare bokade bilägarens man en ny tid för bilen och lämnade den på angiven tid. Det enda som blev bytt var kamremmen, trots att vi alltid brukar byta vattenpump, multirem, alla brythjul och trissor i samband med kamremsbyten.

Meningarna går i sär om vad som hände vid inlämnandet och vad som blev beställt. Min serviceråd givare berättade att mannen var mycket bestämd med att endast kamremmen skulle bytas, att han hade tyckt att det var onödigt att byta vattenpumpen och multiremmen eftersom de hade blivit utbytta något år tidigare.

Det olyckliga är att detta inte kom ner som text på arbetsordern. Mekanikern som bytte remmen hade frågat kundmottagaren varför bara kamremmen var hemtagen, och fått en muntlig förklaring som lät rimlig. Han såg heller inga ytliga fel på multiremmen eller vattenpumpen.

För en tid sedan ringde bilägaren själv och klagade på att det lät konstigt från motorn. Vid en snabb undersökning noterade vi att vattenpumpen läckte. Vi påminde damen att hennes man för knappt ett år sedan inte velat att vi skulle byta varken pump eller rem.

Dagen efter ringde kvinnan och sa att vi får stå för det för att vi inte har informerat om att det borde ha gjorts samtidigt. Kan det vara så?

Roger verkstadschef

Bara kamremmen byttes och det fick konsekvenser.

SVAR HADE DET funnits anteckningar på arbetsordern hade det inte varit någon diskussion. Nu finns det inga noteringar om detta, så kunden kommer att gå i mål med ett bifall om ärendet hamnar i Allmänna reklamationsnämnden med motiveringen ”en tjänst ska anses vara felaktig bland annat om resultatet avviker från vad konsumenten har rätt att kräva i fråga om fackmässighet, eller från vad som i övrigt får anses som avtalat”.

Du får stå för arbetskostnaden för byte av vattenpumpen, men inget annat.

Joachim Due-Boje

BILHANDEL

Dieselvärmare är inte standard hos alla!

FRÅGA I höstas levererade vi en Citroën Grand C4 Picasso Blue HDI 150 automat till en ny kund. Bilen var en årsmodell 2016 och hade varit vår demo som hade körts knappa 1 000 mil innan vi nu sålde den.

Kunden frågade innan köpet om bilen var utrustad med en Webasto, vilket vi svarade nej på. Hon beställde då en motorvärmare med kupéuttag samt en kupéfläkt, som installerades innan leveransen.

Nu, i början på januari, har kunden återkommit med att hon inte upplever att bilen blir tillräckligt varm för hennes normala körsträckor. Hon har knappa fyra mil till jobbet. Till arbetet kör hon dessutom en hel del på vägar med lägre hastigheter. Dessvärre upplever hon att det är först när hon kör längre sträckor än till jobbet som värmen i kupén blir på en bra nivå.

Hon vill att vi gratis monterar in en Webasto åt henne, som kostar 28 000 kronor. Vi har naturligtvis kontrollerat att bilen är som den ska och speciellt att det extra element som finns monterat från fabrik fungerar. Det är allmänt känt att dieselbilar tar längre tid på sig att bli varma och kunden hade en dieselbil förut.

Vi har erbjudit kunden att få en Webasto installerad till ett specialpris på 23 000 kronor, men tyvärr står hon kvar vid sitt krav på att få Webaston gratis.

Hon hotar nu med Allmänna reklamationsnämnden och vi står fast vid vårt besked att bilen har värme enligt vad den ska ha och den bristen hon påtalar är en egenskap.

Vem har rätt?

Lasse, Göteborg

Solklar egenskap att dieselmotorer värmer lite långsamt.

SVAR DET ÄR SÅ KLART inte bra med en missnöjd kund, men det är helt klart att ni har sålt en bil som fungerar som den ska. Tyvärr tar de flesta dieselmotorer lite lång tid på sig för att bli varma i vårt nordiska klimat. Men det är solklart en egenskap.

Går ärendet vidare till ARN, kommer kunden inte att få rätt denna gång, om ni sköter ert svar på ett korrekt sätt.

Min rekommendation fortsättningsvis blir så klart: Beställ en fabriksmonterad dieselvärmare till er demobil nästa gång!

Johan Holmqvist

"GÅR ÄRENDET TILL ARN KOMMER INTE KUNDEN ATT FÅ RÄTT DENNA GÅNG OM NI SVARAR KORREKT"

JOHAN HOLMQVIST

BILHANDEL

VAD ÄR MILEN VÄRDA?

FRÅGA Vi har sålt en bil som hade 4 430 mil på mätaren, en Volvo V70, blå D3:a automat med modellår 2016. Dessvärre gjorde vi ett stort fel. När ordersedeln skrevs blev mätarställningen angiven som 1 400 mil mindre än vad den faktiskt var; en kollega hade lagt in en mätarställning från det senaste servicetillfället på fel ställe i vårt system.

På varudeklarationen hade vi fått till rätt mätarställning, men som sagt blev det fel på ordern, som både vi och vår kund skrev under.

Ett par dagar efter köpet ringde kunden och påtalade felet samt bad om ersättning för differensen.

Vi vill så klart göra rätt för oss och fortsätta att ha en helt nöjd kund. Bilen kostade dryga 250 000 kronor och frågan är vad reglerna säger att vi ska betala per mil?

Britt-Marie, Linköping

SVAR EN OLYCKA HÄNDER så lätt. Tur att det denna gång enkelt går att justera, även om det nu blir ni som får sälja en fin bil några tusenlappar för billigt.

Om mätarställningen avviker mer än 50 procent från verklig körsträcka har kunden i normala fall rätt att häva köpet.

Kunden kan dock alltid välja att i stället få ett prisavdrag som motsvarar skillnaden i marknadsvärde på grund av differensen i verklig körsträcka.

Hur får ni nu fram ett prisavdrag som både ni och er kund blir nöjd med? Enklast är att börja med era interna värderingsverktyg. Hur mycket visar det?

Kanske det dock inte är så lämpligt att visa kunden det, så jag rekommenderar er att därefter välja en publik värderingstjänst, som exempelvis bilpriser.se. För denna bil visar de en skillnad på knappa fem kronor per mil. Jag misstänker att ert interna värderingsverktyg visar något liknande.

I MRF:s leveransvillkor finns det en skrivning om hur mycket som ska dras av på inbytet när en omvärdering behövs. Exempelvis vid lång leveranstid på den nya bilen. Här rekommenderas beloppet fem kronor per mil, om inget annat avtalats.

Summa summarum gissar jag att fem kronor per mil i det här fallet kommer att kännas rimligt för er, likaväl som ni får fortsätta att ha en helt nöjd kund.

Johan Holmqvist

PLÅT & LACK

BOLAGET VILL INTE BETALA FÖR DELAR SOM BILTILLVERKAREN KRÄVER

FRÅGA Jag har hamnat i ett dilemma. Jag ska ju följa biltillverkarens anvisningar men försäkringsbolaget säger att dom inte vill betala.

Det hela handlar om en så kallad förbrukningsvara. I just det här fallet är det ett karosserikitt som vi måste beställa från generalagenten. Biltillverkaren anger exakt vilket karosserikitt vi ska använda, kittet finns att beställa med ett original-reservdelsnummer och är ganska dyrt (cirka 300 kronor per tub). Nu hävdar försäkringsbolagets tekniker att det ska ingå i förbrukningsmaterialsdelen i vår timdebitering. Vad gäller?

Dragan

SVAR DU ÄR INTE DEN första som kommer med den här frågan. Här tycker jag att svaret är ganska enkelt. Om biltillverkaren har krav på produkter som ska användas vid till exempel ett bakskärmsbyte – lim, kitt etcetera, och dessa produkter finns med ett original-reservdelsnummer, så ska dessa inte klassas som förbrukningsvaror utan som reservdelar och ska debiteras som reservdel. Det kitt som ingår i förbrukningsmaterialdelen i timdebiteringen är typ billigare kitt som kommer från alternativa leverantörer.

DET HÄR ÄR samma diskussion som var uppe för några år sedan om vindrutelim vid vindrutebyten. Där accepterar försäkringsbolagen i dag att verkstäderna tar betalt för original-vindrutelim; verkstaden sätter upp det under reservdelsspecifikation.

Det är bara att räkna ut vem som skulle bli ansvarig om något skulle hända med bilen vid ett senare tillfälle där fabrikanten ser att skadorna beror på användandet av en felaktig produkt …

Jan Olvenmo

Exempel på universal karosserikitt.

Karosserikitt original, en reservdel.

"HAR TILLVERKAREN KRAV PÅ PRODUKTER SOM SKA ANVÄNDAS SKA DE INTE KLASSAS SOM FÖRBRUKNINGSVAROR"

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 kvalitetssäkring av hela reparationsprocessen.

Vill du veta mer? www.kbv.nu

Henrik Johansson är en av KBV:s inspektörer.

Nyregistreringar under mars

Generalagent	Mars 2017	Mars 2016	Ackumulerat 2017	Ackumulerat 2016	Andel i procent, ack. 2017	Andel i procent, ack. 2016	Fysiska, ack. 2017	Fysiska, ack. 2016	Juridiska, ack. 2017	Juridiska, ack. 2016
BC Sweden										
Jaguar	34	61	74	180	0,08	0,21	16	19	58	161
Land Rover	100	103	176	224	0,19	0,26	55	56	121	168
Totalt BC Sweden	**134**	**164**	**250**	**404**	**0,27**	**0,48**	**71**	**75**	**179**	**329**
BMW Group Sverige										
BMW	2 143	1 964	5 438	5 098	6,08	6,12	896	891	4 542	4 207
Mini	241	228	712	535	0,79	0,64	238	268	474	267
Rolls-Royce	0	0	1	0	0,00	0,00	0	0	0	0
Totalt BMW Group Sverige	**2 384**	**2 192**	**6 151**	**5 633**	**6,88**	**6,76**	**1 134**	**1 159**	**5 016**	**4 474**
Fiat Group Automobiles										
Alfa Romeo	41	10	89	24	0,09	0,02	26	5	63	19
Fiat	760	699	1 250	1 085	1,39	1,30	816	608	434	477
Jeep	135	74	230	227	0,25	0,27	38	32	192	195
Lancia	0	7	0	25	0,00	0,03	0	7	0	18
Totalt Fiat Group Automobiles	**936**	**790**	**1 569**	**1 361**	**1,75**	**1,63**	**880**	**652**	**619**	**709**
Ford Motor										
Ford	1 573	1 268	3 518	2 797	3,93	3,36	817	733	2 701	2 064
Totalt Ford Motor	**1 573**	**1 268**	**3 518**	**2 797**	**3,93**	**3,36**	**817**	**733**	**2 701**	**2 064**
GM Sverige										
Cadillac	5	9	10	18	0,01	0,02	4	2	6	16
Chevrolet	16	11	24	19	0,02	0,02	21	12	8	10
Opel	676	650	1 652	1 706	1,84	2,04	615	708	1 037	998
Totalt GM Sverige	**697**	**670**	**1 686**	**1 743**	**1,88**	**2,09**	**640**	**722**	**1 051**	**1 024**
Honda Nordic										
Honda	406	687	919	1 405	1,02	1,68	456	481	463	924
Totalt Honda Nordic	**406**	**687**	**919**	**1 405**	**1,02**	**1,68**	**456**	**481**	**463**	**924**
Iveco										
Iveco	7	7	12	9	0,01	0,01	10	5	2	4
Totalt Iveco Sweden	**7**	**7**	**12**	**9**	**0,01**	**0,01**	**10**	**5**	**2**	**4**
KIA Motors Sweden										
KIA	1 946	1 861	4 966	4 870	5,55	5,85	2 932	3 130	2 034	1 740
Totalt KIA Motors Sweden	**1 946**	**1 861**	**4 966**	**4 870**	**5,55**	**5,85**	**2 932**	**3 130**	**2 034**	**1 740**
Mazda Motor Sverige										
Mazda	681	552	1 637	1 631	1,83	1,95	1 027	1 142	610	489
Totalt Mazda Motor Sverige	**681**	**552**	**1 637**	**1 631**	**1,83**	**1,95**	**1 027**	**1 142**	**610**	**489**
Mercedes-Benz Sverige										
Mercedes	1 897	1 679	4 549	3 943	5,08	4,73	1 151	904	3 371	3 027
Smart	3	3	4	9	0,00	0,01	1	4	3	5
Totalt Mercedes-Benz Sverige	**1 900**	**1 682**	**4 553**	**3 952**	**5,09**	**4,74**	**1 152**	**908**	**3 374**	**3 032**
Nevs										
SAAB	0	0	0	2	0,00	0,00	0	0	0	2
Totalt Nevs	**0**	**0**	**0**	**2**	**0,00**	**0,00**	**0**	**0**	**0**	**2**
Nimag Sverige										
Suzuki	204	172	547	457	0,61	0,54	370	288	177	169
Totalt Nimag Sverige	**204**	**172**	**547**	**457**	**0,61**	**0,54**	**370**	**288**	**177**	**169**
Nissan Nordic										
Nissan	1 442	1 271	2 786	2 762	3,11	3,31	1 265	1 366	1 521	1 396
Totalt Nissan Nordic	**1 442**	**1 271**	**2 786**	**2 762**	**3,11**	**3,31**	**1 265**	**1 366**	**1 521**	**1 396**
Renault Nordic Sverige										
Dacia	382	448	877	990	0,98	1,18	683	796	194	194
Renault	1 591	1 404	2 842	2 814	3,17	3,38	1 462	1 723	1 380	1 091
Totalt Renault Nordic Sverige	**1 973**	**1 852**	**3 719**	**3 804**	**4,15**	**4,57**	**2 145**	**2 519**	**1 574**	**1 285**
SC Motors Sweden AB										
Citroen	643	452	1 373	1 073	1,53	1,28	671	505	702	568
DS	5	12	14	27	0,01	0,03	0	0	0	0
Hyundai	1 149	1 559	1 775	2 698	1,98	3,24	573	1 160	1 202	1 538
Mitsubishi	442	432	1 178	754	1,31	0,90	394	381	784	373
Totalt SC Motors Sweden AB	**2 239**	**2 455**	**4 340**	**4 552**	**4,85**	**5,46**	**1 638**	**2 046**	**2 688**	**2 479**
Ssangyong Motor Sverige										
Ssangyong	10	3	50	3	0,05	0,00	19	0	31	3
Totalt Ssangyong Motor Sverige	**10**	**3**	**50**	**3**	**0,05**	**0,00**	**19**	**0**	**31**	**3**
Subaru Nordic										
Subaru	470	528	1 143	1 295	1,27	1,55	623	735	520	560
Totalt Subaru Nordic	**470**	**528**	**1 143**	**1 295**	**1,27**	**1,55**	**623**	**735**	**520**	**560**
Toyota Sweden										
Lexus	132	155	350	396	0,39	0,47	71	71	279	325
Toyota	2 737	2 253	5 698	5 160	6,37	6,19	2 558	2 272	3 140	2 888
Totalt Toyota Sweden	**2 869**	**2 408**	**6 048**	**5 556**	**6,76**	**6,67**	**2 629**	**2 343**	**3 419**	**3 213**
Volkswagen Group Sverige										
Audi	2 120	1 914	4 919	5 057	5,50	6,07	993	1 271	3 926	3 786
Porsche	171	110	368	249	0,41	0,29	202	125	166	124
Skoda	1 595	1 514	3 831	3 620	4,28	4,34	1 725	1 512	2 106	2 108
Seat	521	515	1 371	1 300	1,53	1,56	889	915	482	385
Volkswagen	5 201	4 589	13 525	11 913	15,12	14,31	4 257	4 004	9 268	7 909
Totalt Volkswagen Group Sverige	**9 608**	**8 642**	**24 014**	**22 139**	**26,86**	**26,60**	**8 066**	**7 827**	**15 948**	**14 312**
Volvo Personbilar Sverige										
Volvo	7 559	6 440	18 237	16 195	20,39	19,45	4 570	4 618	13 667	11 577
Totalt Volvo Personbilar Sverige	**7 559**	**6 440**	**18 237**	**16 195**	**20,39**	**19,45**	**4 570**	**4 618**	**13 667**	**11 577**
Övriga fabrikat										
Totalt Övriga fabrikat	1 349	1 068	3 259	2 659	3,64	3,19	2 014	1 561	1 282	1 134
Totalt	**38 387**	**34 712**	**89 404**	**83 229**	**100,00**	**100,00**	**32 458**	**32 310**	**56 946**	**50 919**

Johan Holmqvist, bilhandelsansvarig på MRF, om de senaste registreringssiffrorna.

KOMMENTAR

Bästa mars någonsin!

BÄSTA MARS någonsin och den 39:e månaden i rad med en ökning för personbilar. Ökningen blev 11 procent och då mars i år hade två arbetsdagar mer än 2016 tyder det på ungefär samma takt som i fjol. För kvartalet är ökningen 7 procent, samtidigt som det högre antalet arbetsdagar under kvartalet motsvarar cirka 5 procents registreringsökning.

BÄSTA MARS någonsin även för transportbilar och den 36:e månaden av de 40 senaste med en ökning. Ökningen, som var hela 21 procent för mars, är 13 procent för hela kvartalet.

TUNGA LASTBILAR ökade med fantastiska 49 procent och har nu ökat med 14 procent hitintills i år, vilket var den 17:e av de senaste 18 månaderna med en ökning.

Modelltoppen

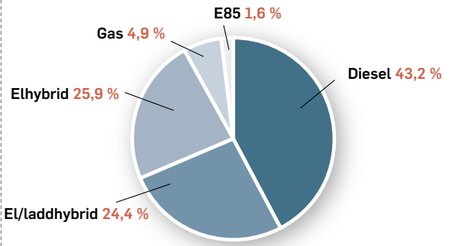
Märke / modell	Mars 2017	Mars 2016	Ackumulerat 2017	Ackumulerat 2016	Andel i % 2017	Andel i % 2016
1 Volvo S/V90N	2 416	0	5 717	0	6,39	0,00
2 VW Golf	2 024	1 819	4 851	4 406	5,43	5,29
3 Volvo XC60	1 999	992	4 718	2 510	5,28	3,02
4 Volvo S/V60	1 921	1 282	4 473	3 038	5,00	3,65
5 VW Passat	1 093	1 291	3 172	3 493	3,55	4,20
6 Volvo V40N	967	1 145	2 514	2 811	2,81	3,38
7 VW Tiguan	907	366	2 371	821	2,65	0,99
8 BMW 5-serie	804	476	2 080	1 107	2,33	1,33
9 Toyota Auris	960	787	1 725	1 956	1,93	2,35
10 Nissan Qashqai	807	609	1 533	1 503	1,71	1,81

Miljötoppen

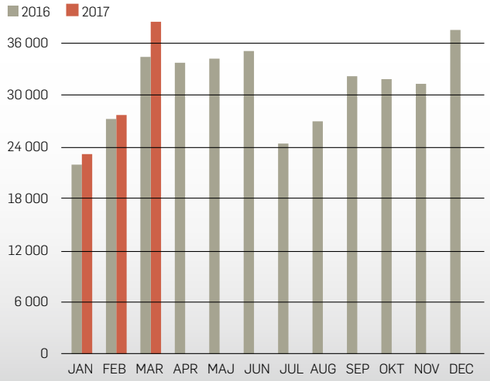
Nyregistrerade miljöbilar mars 2017, nya definitionen.

Modell	Typ	Mars 2017	Mars 2016	Ackumulerat 2017	Ackumulerat 2016	% av miljö (ack) 2017	% av miljö (ack) 2016
1 Toyota Auris HSD	Hybrid	783	545	1 316	1 415	8,55	10,14
2 VW Passat GTE	Laddhybrid	272	293	1 182	508	7,68	3,64
3 Volvo V40N Miljödiesel	Diesel	411	553	1 097	1 287	7,13	9,22
4 Volvo V60N Miljödiesel	Diesel	540	383	1 027	764	6,67	5,48
5 Mercedes E-Klass (213)	Diesel	348	58	1 026	60	6,67	0,43
6 Toyota C-HR Hybrid	Hybrid	305	0	675	0	4,39	0,00
7 Toyota Yaris Hybrid	Hybrid	286	359	618	716	4,02	5,13
8 Kia Niro	Hybrid	188	0	582	0	3,78	0,00
9 Mitsubishi Outlander PHE	Laddhybrid	188	129	555	129	3,61	0,92
10 Volvo V40N CC Miljödiesel	Diesel	199	257	482	568	3,13	4,07

Nyregistrerade miljöbilar per typ mars 2017



Nyregistreringar månad för månad



Årstakten för nybilsregistreringarna 2017 ligger på 400 520

Nyregistreringar personbilar länsvis i mars

Län	Mars 2017	Mars 2016	Ackumulerat 2017	Ackumulerat 2016	Andel av landet %
Stockholms län	12 233	10 115	29 016	24 663	32,5
Västra Götalands län	6 414	6 164	14 808	14 314	16,6
Skåne län	5 410	4 879	12 159	11 351	13,6
Östergötlands län	1 496	1 394	3 508	3 229	3,9
Jönköpings län	1 429	1 355	3 267	3 240	3,7
Hallands län	1 162	1 189	2 787	2 836	3,1
Uppsala län	1 044	957	2 291	2 166	2,6
Södermanlands län	857	811	1 929	2 049	2,2
Värmlands län	911	779	2 011	1 923	2,2
Kalmar län	864	678	1 882	1 664	2,1
Örebro län	880	821	1 918	1 943	2,1
Gävleborgs län	750	784	1 916	1 929	2,1
Västmanlands län	802	744	1 792	1 815	2,0
Västerbottens län	713	630	1 789	1 590	2,0
Kronobergs län	748	685	1 707	1 686	1,9
Västernorrlands län	681	693	1 721	1 784	1,9
Dalarnas län	652	731	1 579	1 741	1,8
Norrbottens län	482	550	1 251	1 389	1,4
Blekinge län	420	374	989	979	1,1
Jämtlands län	322	258	785	649	0,9
Gotlands län	117	121	299	289	0,3
Landet totalt	**38 387**	**34 712**	**89 404**	**83 229**	**100,0**

De 25 märken med störst begagnatförsäljning* Inom MRF-ansluten bilhandel

		Begagnatförsäljning						Lager antal**						Lagrets omsättningshastighet		
		Februari			Ackumulerat			Februari						Februari		Ack.
		2017		2016	2017		2016	2017		2016				2017	2016	2017
	Bilmärke	Antal	Andel %	Antal	Antal	Andel %	Antal	Antal	Andel %	Antal				ggr	ggr	ggr
1	Volvo	3 209	20,28	3 903	6 623	20,91	7 154	7 023	18,56	7 581				5,5	6,4	5,6
2	Volkswagen	2 399	15,16	2 260	4 754	15,01	4 114	5 165	13,65	4 252				5,5	5,8	5,4
3	Toyota	1 381	8,73	1 597	2 720	8,59	2 909	2 607	6,89	2 627				6,3	7,3	6,0
4	Audi	901	5,69	1 090	1 758	5,55	1 981	2 418	6,39	2 160				4,5	5,9	4,3
5	BMW	897	5,67	1 023	1 733	5,47	1 809	1 886	4,98	1 739				5,7	6,8	5,4
6	Ford	702	4,44	926	1 428	4,51	1 719	2 286	6,04	2 351				3,7	4,9	3,8
7	KIA	650	4,11	721	1 313	4,15	1 322	1 457	3,85	1 274				5,6	6,7	5,6
8	Renault	619	3,91	671	1 190	3,76	1 161	1 512	4,00	1 541				4,9	5,3	4,6
9	Mercedes-Benz	609	3,85	586	1 112	3,51	1 057	1 538	4,06	1 300				5,0	5,3	4,5
10	Hyundai	521	3,29	630	1 066	3,37	1 229	1 409	3,72	1 641				4,4	4,9	4,5
11	Skoda	517	3,27	642	1 116	3,52	1 236	1 391	3,68	1 295				4,5	5,8	4,8
12	Peugeot	484	3,06	604	941	2,97	1 072	1 360	3,59	1 350				4,3	5,5	4,1
13	Opel	405	2,56	438	833	2,63	835	1 207	3,19	1 223				4,1	4,2	4,2
14	Nissan	339	2,14	326	670	2,12	657	574	1,52	485				7,2	7,6	7,0
15	Citroen	337	2,13	348	595	1,88	613	908	2,40	894				4,5	4,6	4,0
16	Subaru	241	1,52	275	520	1,64	572	602	1,59	645				4,8	5,2	5,1
17	Honda	233	1,47	387	481	1,52	692	658	1,74	720				4,4	6,6	4,4
18	SAAB	226	1,43	356	448	1,41	712	648	1,71	846				4,2	5,5	4,0
19	Mazda	171	1,08	185	355	1,12	367	474	1,25	503				4,3	4,8	4,5
20	Mitsubishi	166	1,05	193	361	1,14	366	429	1,13	385				4,6	5,4	4,9
21	Seat	161	1,02	175	333	1,05	311	396	1,05	373				4,9	5,3	5,0
22	Suzuki	115	0,73	110	249	0,79	215	256	0,68	236				5,3	5,2	5,4
23	Dacia	83	0,52	75	158	0,50	117	135	0,36	60				7,6	10,3	7,6
24	Mini	81	0,51	108	164	0,52	167	211	0,56	188				4,8	6,8	4,8
25	Fiat	66	0,42	73	146	0,46	156	237	0,63	241				3,4	3,8	3,7
	Övriga	311	1,97	344	602	1,90	643	1 054	2,79	981				3,6	4,1	3,5
	Totalt/Genomsnitt	15 824	100,0	18 046	31 669	100,0	33 186	37 841	100,0	36 891				5,0	5,8	5,0

Begagnatförsäljning – länsfördelning* Bilar upp till 10 år gamla

	Februari		Förändring		Ackumulerat		Förändring		Andel %	
	2017	2016			2017	2016				
Län	Antal	Antal	Antal	(%)	Antal	Antal	Antal	(%)	2017	2016
Stockholm	8 766	10 170	-1 404	-13,81	17 445	18 779	-1 334	-7,10	20,67	21,90
Uppsala	1 407	1 561	-154	-9,87	2 927	3 088	-161	-5,21	3,47	3,60
Södermanland	1 252	1 479	-227	-15,35	2 575	2 781	-206	-7,41	3,05	3,24
Östergötland	1 821	2 041	-220	-10,78	3 821	3 818	3	0,08	4,53	4,45
Jönköping	1 624	1 727	-103	-5,96	3 357	3 242	115	3,55	3,98	3,78
Kronoberg	853	973	-120	-12,33	1 720	1 807	-87	-4,81	2,04	2,11
Kalmar	1 081	1 116	-35	-3,14	2 206	2 048	158	7,71	2,61	2,39
Gotland	216	212	4	1,89	406	408	-2	-0,49	0,48	0,48
Blekinge	630	721	-91	-12,62	1 324	1 344	-20	-1,49	1,57	1,57
Skåne län	5 863	5 761	102	1,77	11 826	10 966	860	7,84	14,01	12,79
Halland	1 487	1 649	-162	-9,82	2 969	3 081	-112	-3,64	3,52	3,59
Västra götalands län	7 197	7 716	-519	-6,73	14 493	14 485	8	0,06	17,17	16,89
Värmland	1 131	1 308	-177	-13,53	2 360	2 439	-79	-3,24	2,80	2,84
Örebro	1 260	1 372	-112	-8,16	2 627	2 664	-37	-1,39	3,11	3,11
Västmanland	1 388	1 479	-91	-6,15	2 856	2 803	53	1,89	3,38	3,27
Dalarnas län	1 167	1 289	-122	-9,46	2 417	2 490	-73	-2,93	2,86	2,90
Gävleborg	1 087	1 186	-99	-8,35	2 302	2 236	66	2,95	2,73	2,61
Västernorrland	1 020	1 122	-102	-9,09	2 033	2 128	-95	-4,46	2,41	2,48
Jämtland	457	579	-122	-21,07	885	1 058	-173	-16,35	1,05	1,23
Västerbotten	948	1 032	-84	-8,14	1 875	1 933	-58	-3,00	2,22	2,25
Norrbotten	984	1 118	-134	-11,99	1 965	2 133	-168	-7,88	2,33	2,49
Övrigt	5	12	-7	-58,33	12	24	-12	-50,00	0,01	0,03
Hela landet	41 644	45 623	-3 979	-8,72	84 401	85 755	-1 354	-1,58	100,0	100,00

Begagnatförsäljning – säljställefördelning* Bilar upp till 10 år gamla

	Februari 2017		Ackumulerat 2017		Februari 2016		Ackumulerat 2016		Förändring			
									Aktuell period		Ackumulerat	
Säljställe	Antal	Andel	Antal	Andel	Antal	Andel	Antal	Andel	Antal	(%)	Antal	(%)
MRF	14 368	34,51	28 718	34,03	16 262	35,64	29 819	34,77	-1 894	-11,65	-1 101	-3,69
Övrig bilhandel (jur.pers)	11 535	27,71	23 265	27,57	11 241	24,64	21 701	25,31	294	2,62	1 564	7,21
Bilhandel total	**25 903**	**62,22**	**51 983**	**61,61**	**27 503**	**60,28**	**51 520**	**60,08**	**-1 600**	**-5,82**	**463**	**0,90**
Privat bilhandel(fysisk person)	1 359	3,26	2 856	3,38	1 680	3,68	3 165	3,69	-321	-19,11	-309	-9,76
Juridisk person	4 748	11,40	9 732	11,53	5 095	11,17	9 767	11,39	-347	-6,81	-35	-0,36
Privat	9 391	22,56	19 353	22,94	11 008	24,13	20 711	24,15	-1 617	-14,69	-1 358	-6,56
Direktimport	233	0,56	456	0,54	337	0,74	592	0,69	-104	-30,86	-136	-22,97
Totalt	**41 634**		**84 380**		**45 623**		**85 755**		**-3 989**	**-8,74**	**-1 375**	**-1,60**

* Köpare är privat samt juridisk person (ej bilhandel)
** Endast avställda bilar

Källa: Vroom

Registrering av lätta lastbilar Upp till 3,5 ton

	Mars		Ackumulerat		Förändring %		Markn.andel %	Ackumulerat
Märke	2017	2016	2017	2016	Mar	Ackumulerat	2017	2016
Chevrolet	0	0	1	0	0,0	0,0	0,0	0,0
Citroen	436	241	989	693	80,9	42,7	7,5	5,9
Dacia	58	87	132	232	-33,3	-43,1	1,0	2,0
Hyundai	13	5	17	21	160,0	19,0	0,1	0,2
Fiat	158	117	363	253	35,0	43,5	2,7	2,2
Ford	840	723	1 837	1 867	16,2	-1,6	13,9	16,0
GM	0	0	0	0	0,0	0,0	0,0	0,0
Iveco	86	86	143	147	0,0	-2,7	1,1	1,3
Isuzu	43	35	80	82	22,9	-2,4	0,6	0,7
Mazda	0	0	0	0	0,0	0,0	0,0	0,0
Mercedes-Benz	462	359	1 085	985	28,7	10,2	8,2	8,4
Mitsubishi	109	83	239	201	31,3	18,9	1,8	1,7
Nissan	347	289	807	629	20,1	28,3	6,1	5,4
Opel	141	121	346	328	16,5	5,5	2,6	2,8
Renault	543	530	1 075	1 184	2,5	-9,2	8,1	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	4	1	12	3	300,0	300,0	0,1	0,0
Suzuki	0	0	0	0	0,0	0,0	0,0	0,0
Toyota	300	179	620	530	67,6	17,0	4,7	4,5
Volkswagen	1 692	1 462	4 329	3 650	15,7	18,6	32,7	31,2
Volvo	0	0	0	0	0,0	0,0	0,0	0,0
Övriga	457	374	1 180	900	22,2	31,1	8,9	7,7
Totalt	**5 689**	**4 692**	**13 255**	**11 705**	**21,2**	**13,2**	**100,0**	**100,0**

Registrering av tunga lastbilar 16 ton och över

	Mars		Ackumulerat		Förändring %		Markn.andel	% Ackumulerat
Märke	2017	2016	2017	2016	Mar	Ackumulerat	2017	2016
DAF	20	6	38	31	233,3	22,6	2,7	2,5
Iveco	0	0	0	3	0,0	-100,0	0,0	0,2
MAN	24	21	51	40	14,3	27,5	3,6	3,3
Mercedes-Benz	99	35	184	102	182,9	80,4	13,2	8,3
Scania	266	195	593	518	36,4	14,5	42,4	42,2
Volvo	251	186	527	532	34,9	-0,9	37,7	43,3
Övriga	2	0	5	2	0,0	150,0	0,4	0,2
Totalt	**662**	**443**	**1 398**	**1 228**	**49,4**	**13,8**	**100,0**	**100,0**

Nyregistrerade lastbilar efter viktklass

Viktklass	Mars		Förändring		Ackumulerat		Förändring	
	2017	2016	Antal	%	2017	2016	Antal	%
< 3,5 ton	5 689	4 692	997	21,2	13 255	11 705	1 550	13,2
andel i %	88,6	87,7			89,5	87,7		
3,5–10 ton	41	25	16	64,0	88	80	8	10,0
andel i %	0,6	0,7			0,6	0,7		
10–16 ton	26	21	5	23,8	67	58	9	15,5
andel i %	0,4	0,3			0,5	0,3		
>16 ton	662	443	219	49,4	1 398	1 228	170	13,8
andel i %	10,3	11,3			9,4	11,3		
Totalt	**6 418**	**5 181**	**1 237**	**23,9**	**14 808**	**13 071**	**1 737**	**13,3**

Registrering av bussar Över 10 ton

	Mars		Ackumulerat		Förändring %		Markn.andel %	Ackumulerat
	2017	2016	2017	2016	Mar	Ackumulerat	2017	2016
Kässbohrer-Setra	5	6	23	7	-16,7	228,6	18,4	7,6
MAN	40	1	41	11	3900,0	272,7	32,8	12,0
Mercedes-Benz	7	7	15	11	0,0	36,4	12,0	12,0
Neoplan	0	0	0	4	0,0	-100,0	0,0	4,3
Scania	10	2	20	18	400,0	11,1	16,0	19,6
VDL	0	0	9	0	0,0	0,0	7,2	0,0
Volvo	4	10	13	31	-60,0	-58,1	10,4	33,7
Övriga	2	1	4	10	100,0	-60,0	3,2	10,9
Totalt	**68**	**27**	**125**	**92**	**151,9**	**35,9**	**100,0**	**100,0**

Unga kunder i NORSK bilbutik

Bilbutiken Cartopia öppnade i köpcentrumet Gulskogen senter i Drammen för snart ett år sedan och har blivit ett skyltfönster som har rönt intresse långt utanför Norges gränser.

TEXT & FOTO **TRYGVE LARSEN**

Vemund Hassel berättar att det i huvudsak är kunder under 30 år som slår till och handlar direkt från bilbutiken.

Ett år har snart gått sedan familjen Hassel, som driver Centralgaragen i Drammen med Mazda och Hyundai-försäljning, startade systerföretaget Cartopia i ett köpcentrum. Bilbutiken har fått stor uppmärksamhet, även om lönsamhet för anläggningen enskilt inte har uppnåtts.

– Butiken är 500 kvadrat, men egentligen hade det räckt med en utställningslokal om 200 kvadrat. Och så är det en nackdel att vi ligger i den lugnaste delen av köpcentrumet, ett inte helt optimalt läge, säger Vebjørn Hassel.

Däremot är han klar över att butiken har haft en positiv effekt på ruljangsen i huvudanläggningen.

Har ni sålt fler bilar där på grund av Cartopia?

– Cartopia har resulterat i fler kunder som besöker Centralgaragen, det är vi ganska säkra på, även om vi inte kan kvantifiera hur många, säger vd:n Vemund Hassel.

– Många andra märkeshandlare vittnar också om att de har kunder som säger att de sett bilen första gången på Gulskogen senter.

Men visst säljs det på köpcentret också – ett 30-tal under första året. Påfallande är att de kunderna är förhållandevis unga.

– Mellan 25 och 30 år och de hade garanterat inte haft några tankar på att köpa en ny bil före besöket på köpcentrumet, säger Vemund.

Bilbutiken besöks av 90 kunder i snitt per dag och har öppet ända till nio på vardagskvällar och sju på lördagar.

– Pensionärerna kommer under förmiddagarna, men flertalet, och framför allt de yngre, kommer mellan sex och sju på kvällarna och det är ju tider då traditionella märkeshandlare har stängt, säger Vemund.

BILBUTIKEN HAR TRE anställda (cirka två årsarbetare) och plats för sex sju utställningsbilar plus tre demobilar.

– Det viktigaste vi har lärt oss är att visualisera själva köpprocessen.

Många i branschen har varit nyfikna. Familjen Hassel berättade om konceptet först på NBF:s (MRF:s norska motsvarighet) årsstämma och blev sedan inbjudna till den europeiska bilhandelsorganisationen Cecra för att presentera idén. Och i januari gästade de den tyska handlarorganisationen Zentralverband deutsches kraftfahrzeuggewerbe.

FOTO RICKARD FORSBERG

Det rullar på för den SVENSKA pionjären

I SVERIGE VAR MAZDA BILGALLERI FÖRST MED BILFÖRSÄLJNING I ETT KÖPCENTRUM. SÅ HÄR SUMMERAR PETER JONASSON EFTER SNART ETT ÅR MED MAZDA-FÖRSÄLJNING I GALLERIAN KUPOLEN I BORLÄNGE!

Peter Jonasson.

Först ska det sägas att budgeten på åtta sålda bilar i månaden tangeras.

– Vi har ju en liten märkesvolym och har valt att inte ha någon privatleasing. Jag tycker att valet av lokal har varit ett utmärkt sätt att starta upp en bilhall; läget i köpcentrumet är ju själva marknadsföringen. Men vi väntar fortfarande på en påtagligare islossning, säger ägaren Peter Jonasson som också driver Uppsala Bilgalleri.

Om snittåldern på köparna i Centralgaragen i Drammen är låg, är den desto högre i Borlänge – 52 år.

– En utmaning har varit att medvetandegöra att butiken inte bara är en utställningsplats utan ett ställe där man kan köpa bil också. Men vi tycker ändå att kunderna är seriösare än vad vi hade trott. De som kommer in i butiken är mestadels köpmogna, verkligen ute efter att titta på bil och inte bara insläntrare. Och vi tycker nog att de som har inlett köpbeslutet här också slutför det här.

– En annan iakttagelse är att det oftare än i vår hall i Uppsala kommer par som gör bilköpen tillsammans, tvärt emot vad vi hade trott innan.

Mazda Bilgalleri i Borlänge ligger granne med en herrekipering, en skobutik, ett kafé, ett apotek och en frisersalong mitt i gallerian. Det är en hel liten hall på 530 kvadrat där de nyaste modellerna får plats, ett tiotal bilar, enbart nya bilar naturligt nog.

Provkörning ordnas utomhus genom en demoflotta som körs in vid lastkajerna nattetid. När en bil säljs gör huvudanläggningen i Uppsala, två timmar bort, leveransservicen och tar hand om inbytesbilen. Den lokala Mazda-verkstaden MTC i Borlänge eller Kaptens Motor i Orsa fixar servicen.

– Vi har en lokal kundkrets av dalmasar och det är dem vi vill nå. Men jag gissar att det kanske hade varit lättare att attrahera kunder till ett sådant här nytt koncept i en större stad där det finns fler "early adapters", säger Peter Jonasson.

– Vi kör till att börja med året ut för att få grepp om upp- och nedgångar. Sedan får vi utvärdera och se om hur vi ska gå vidare, vi har visioner. ICN

DEKRA ökar farten

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**

Din ansökan skickar du snarast till:
DEKRA Quality Management AB, Drottninggatan 8,
632 20 Eskilstuna

Välkommen till en ny framtid!

DEKRA

Oscarsbelönade filmstjärnan Charlize Theron i den åttonde Fast & furious-filmen.

OSCARS-STJÄRNORNA tar över bakom ratten

Filmer med galna biljakter är på väg att bli finkultur. I nya Fast & furious finns inte bara en – utan två – kvinnliga Oscars-stjärnor.

AV **MIKAEL JÄGERBRAND** /FOTO **© UNIVERSAL PICTURES, ISTOCK**

I VÅR HAR DEN åttonde filmen i Fast & furious-serien premiär. Det är de mest framgångsrika bilfilmerna någonsin och har spelat in hela 36 miljarder kronor.

Nu satsar man på att locka biobesökare med de Oscars-belönade stjärnorna Helen Mirren (”The queen”) och Charlize Theron (”Monster”).

– Jag har alltid älskat att köra bil och mitt enda krav för att vara med i filmen var att jag skulle få köra, berättade Helen Mirren när hon var klar för rollen.

Handlingen i filmen har hållits extremt hemlig. Det enda vi vet är att Charlize Theron spelar en ond anarkist och att den innehåller biljakter i både New York, Kuba och i Arktis.

FAST & FURIOS
NAMN: The fate of the furious.
PREMIÄR: 12 april.
REGISSÖR: F Gary Gray.
I HUVUDROLLERNA: Helen Mirren, Charlize Theron, Vin Diesel, Dwayne "The Rock" Johnson, Michelle Rodriguez, Kristofer Hivju, Jason Statham, Kurt Russell, Scott Eastwood.

INFÖR INSPELNINGEN skröt Helen Mirren om sina bilkunskaper.

– Jag är nog en av få personer på inspelningen som kan använda en växelspak. Jag undrar om ens The Rock vet det.

FILMSTJÄRNAN DWAYNE, ”The Rock”, Johnson är en av många kända namn i rollistan. Bland övriga finns Kurt Russell, Vin Diesel, Michelle Rodriguez, och Jason Statham.

Om du gillar Fast & furious så kan du redan skriva in 19 april 2019 och 2 april 2021 i almanackan, då har filmerna nio och tio premiär.

Så här vill filmfansen se filmstjärnan Helen Mirren, några av många meme-bilder skapade på nätet.

En av biljakterna i nya "Fast & furious" spelades in på en glaciär på Island.

Krönika

AV NILS-ERIC SANDBERG

Skjut INTE pianisterna!

DEN SOM ÄR missnöjd med kompositionen ska inte skjuta på pianisterna – de hanterar ju bara pianot. Men pianisterna är utsatta för en intensiv korseld i dagens debatt och lagstiftning. Det verkar inte helt rationellt, eller rättvist.

De som vill värna om klimatet kritiserar bilismen som utsläppskälla, och vill helst stoppa den.

En tidigare miljöminister, Birgitta Dahl, talade på en miljökonferens i en stad i norra Sverige. Hon förklarade att bil och flyg förstör miljön och att alla därför ska fara med cykel och tåg. Efter sitt anförande åkte hon taxi till flygplatsen för att ta flyget tillbaka till Stockholm.

De politiska ambitionerna är omfattande. En representant för Centerpartiet, Kerstin Lundberg, sa nyligen i en riksdagsdebatt att ”Sverige ska utrota fattigdomen i världen och förbättra världens klimat.” Så intressant! Den som, till skillnad från politikerna, tar sig en titt i statistiken och räknar lite, finner att Sverige har 1,2 promille av världens befolkning, 6 promille av världens BNP, 1,2 procent av världshandeln. Och vi står för 2 promille av världens utsläpp.

Men vi ska ordna upp allting.

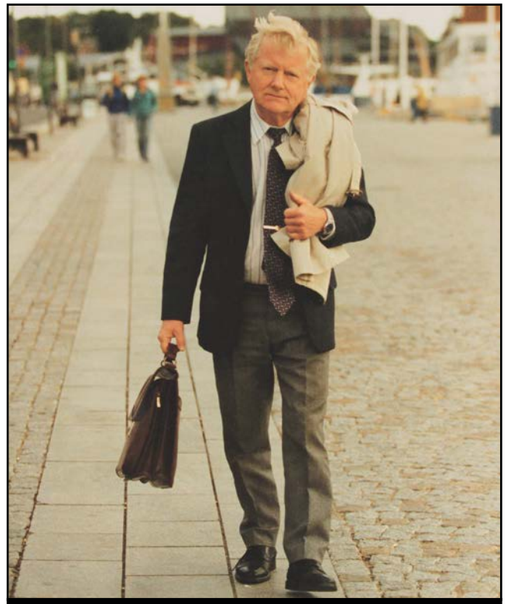
Nu kan vi inte vara helt säkra på att bilismen styr klimatet. Åtminstone norra halvklotet fick högre temperatur åren 800-1200 e Kr. Bilisterna var då ganska få. Vår enda värmekälla är solen. I dess inre omvandlas varje sekund 600 miljoner ton väte till 575,7 miljoner ton helium. Differensen, 4,3 miljoner ton, blir till energi. Den energin når jorden efter 30 000 år. Denna process försöker regeringen nu kontrollera genom att höja skatten på mina elräkningar.

JORDENS rotationsaxel påverkar klimatet. Länge trodde astronomerna att axeln lutar med 23 grader mot banplanet, det vill säga det plan som jorden roterar kring solen. Men aktuell forskning – som jag inhämtat i den naturvetenskapliga tidskriften Scientific American – visar att rotationsaxelns lutning varierar, mellan 21,6 och 24,6 grader. Kan det vara bilisternas fel?

OM PROBLEMET är utsläppen ska kritiken riktas mot utsläppen – inte mot bilismen. Ty det är att skjuta pianisterna. Sverige är förmodligen världens mest transportberoende land. Utan bilismen stannar det här landet. Och kommer inte igång igen.

Lite forskning i ekonomisk historia visar att all ekonomisk utveckling i Sverige sedan slutet av 1800-talet varit förenad med stora flyttningsrörelser, från glesbygd till kustområden och städer. Och allt detta förutsatte transporter. Ju effektivare transportsystem, desto snabbare flyttningsprocesser och högre tillväxttakt – och högre levnadsstandard.

OM PROBLEMET är utsläpp av koldioxid är grundproblemet inte bilismen, utan framdrivningstekniken. Men vi bör använda oljan. Så länge den ligger i marken oanvänd är den värdelös.



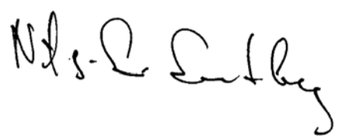
”Utan bilismen stannar det här landet – och kommer inte igång igen”

När den första prischocken kom, 1973, gick en våg av eufori genom redaktionen på Dagens Nyheter, där jag då var ledarskribent: Äntligen går allt åt helvete! All olja tar slut! Underbart – vilka rubriker!

Vad journalisterna där inte förstod – men jag förgäves försökte förklara – var att prishöjningen skulle utlösa dels besparingsprogram, dels nya prospekteringar. De aktuella prisfallen tyder på att vi har större oljereserver än vad vi tidigare trodde. Nigeria, länge betraktat som ett fattigt land i Afrika, sitter på fem procent av världens totala oljetillgångar. Att landet är politiskt och ekonomiskt vanskött beror inte på oljan.

Och de stora bilföretagen arbetar nu med att ta fram elbilar. Ett kommande genombrott i batteritekniken – och vi får snart en ny eldriven fordonsflotta, utan utsläpp.

Det är väl det politikerna ska tänka på, när de får tid, och talang, för sådan verksamhet.



NILS-ERIC SANDBERG, ÄR FÖRE DETTA LEDARSKRIBENT I DN, UTREDARE I EKONOMISKA ÄMNEN OCH NUMERA ÅTERKOMMANDE KRÖNIKÖR I MOTORBRANSCHEN.

DIN KOMPLETTA LEVERANTÖR AV VERKSTADSUTRUSTNING

Sun Maskin & Service AB

JohnBean
Snap-on Equipment

Balansering/diagnos
John Bean B2000P

- Den mest avancerade balanseringsmaskinen på marknaden.
- Speciellt anpassad för däckverkstäder med stora däckvolymer och högt ställda krav.
- Har avancerad diagnostisk med laserteknik som identifierar eventuella brister på däck och fälg.
- Högsta prioritet har lagts på enkelt och smidigt handhavande.

Pris från: **114 800:-** exklusive moms

Leasingkostnad: **1 683** kr/mån.* (60 mån)

Montering
John Bean Quadriga 1000

Precision, kontroll och styrka är konceptet för den nya monteringsmaskinen Quadriga 1000.

- Speciellt utvecklad för att klara av stora hjul med lågprofildäck utan att skada vare sig dyra fälgar eller däck.
- **Klarar hjul med fälgdiameter upp till 30” och 47” hjuldiameter.**
- Automatisk centrumlåsning och nära nog helautomatisk i alla moment, ergonomiskt utformad.

Pris från: **149 000:-** exklusive moms

Leasingkostnad: **2 184** kr/mån.* (60 mån)

** 1:a förhöjd, 10% restvärde. Alla priser exklusive moms.*

SWEDAC ACKREDITERING Ackred. nr. 1889 Kalibrering ISO/IEC 17025

Ackrediterad kalibrering

Vi är ackrediterade att utföra kalibreringar av:

- Avgasmätare (bensin & diesel)
- Ljusinställare och ljusinställarplats
- Bromsprovare med tillhörande tryckgivare
- Retardationsmätare
- Tryckmanometer

Finns även i märkesgodkänt utförande

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.

Lovartsgatan 8 / 652 21 Karlstad / Tel: 054 - 85 00 75 / www.sunmaskin.se / info@sunmaskin.se / Generalagent för: MAHA, John Bean, Snap-on Equipment och Romess

www.facebook.com/sunmaskin

*Premium **workshop** equipment*

Medlem av FVU

FVU

DEN HELAUTOMATISKA HJULTVÄTTEN SOM FÖRBÄTTRAR ARBETSFLÖDET OCH EFFEKTIVISERAR ARBETET.

Den helautomatiska tvättprocessen ökar produktiviteten i verkstaden och minskar operatörsbehovet. Maskinen arbetar automatiskt och utan avbrott tills det sista hjulet är rengjort. Placera hjulen på en vagn, docka den till maskinen och tryck på startknappen – resten tar maskinen hand om. Tack vare vagnarna undviks onödiga lyft.

Drester GP 24 från Hedson rengör alla slags lättmetallfälgar och SUV-hjul med hjälp av ett dynamisk spolrör. Det dynamiska spolröret sveper långsamt över fälgens utsida under tvättningen. Detta gör att granulatet kommer åt betydligt bättre än med ett fast munstycke.

- Svensktillverkad
- Miljövänlig rengöringsmetod och avfallshantering med slutet system
- Tvättar med varmvatten o granulat
- Avancerad programvara – justerbara inställningar
- Intelligent uppvärmningssystem sparar energi
- Effektivt pumpsystem med optimalt granulatflöde
- Granulatfilter för minskad granulatförbrukning

Leasing fr. 4010 SEK/MÅN exkl. moms

(60 månader) Rest. 10%

Kontakta Continova för mer information

CONTINOVA

Tel 0300-52 14 00 • info@continova.se • www.continova.se