

Bensin & Butik

Nr **5** 2007

Trafikbutik
i framtiden?

BRANSCHTIDNING FÖR TRAFIKBUTIKER OCH SERVICEHANDEL

Skånska stationer trotsar åläggande

Sommarbutiken - bygdens livsnerv

Shell och 7-Eleven i samarbete



Tema: Säkerhet



Rösta på Bästa Station • Gå på bensinhandlarträffen • Höstens kurser



Omslagsbild:
 Skärgårdsmackarna blommar upp under sommaren, här Statoilmacken på Ornö.

Om inget annat anges svarar redaktören för text och bild.

Redaktion



Rolf Karlsson, redaktör

Redaktionskommitté

Ingvar Persson
 Lennart Olson
 Leif Ericsson
 Pernilla Bye
 Lennart Nilsson
 Susan Fritz



Sid **10**

I nästa nummer:

- Pressbyråns nya profil
 - Hur ser trafikbutiken ut i framtiden?
 - Hur gick Statoils senaste hyrbilskoncept?
 - Tema "Konfektyr"
- samt förstås mycket mer intressant läsning!

B&B



Sid **17**



Sid **12**

**auto
 motor
 & sport**

Auto motor & sport förser oss med sidan 15.



Sid **28**



Sid **30**



Sid **4**

- 4** Sommarbutiken - bygdens livsnerv
- 6** Hur ser trafikbutiken ut i framtiden?
- 8** Har Bilisten i Färlöv landets största butik?
- 8** Höstens kursutbud
- 10** Shell och 7-Eleven har tecknat samarbetsavtal
- 12** Koppartrans - gammal logga får renässans
- 13** Oljeåret 2006
- 14** Statoil Saltsjöbaden bästa säljställe
- 15** Bilstiska sidan från auto motor & sport
- 16** Bensin&Butiks frågepanel
- 17** Hejdundrande invigning vid ägarbyte
- 18** Aktuella notiser

Tema: Säkerhet

- 20** Gå på säkerhetskurs!
- 21** Brotten minskar i vår bransch
- 22** Trygg Hansa säkerhetsbesiktigar Skånestationer
- 24** Axlon visar nytt kontanthanteringssystem
- 25** Statoilhandlare trotsar ensamarbetsförbud
- 26** Nytt larmsystem förbättrar skalskyddet
- 28** Säkerhetssamarbete i Uppsala har gett resultat

Svensk Bensinhandels sidor

- 30** Höstens bensinhandlarmöten
- 30** Rösta på Årets Station!
- 31** OKQ8s kandidat till Årets Station
- 32** Bilistens kandidat till Årets Station
- 33** Preems kandidat till Årets Station
- 34** Statoils kandidat till Årets Station
- 35** Hydros kandidat till Årets Station
- 36** Shells kandidat till Årets Station
- 37** Vi svarar på frågor om arbetsrätt och A-kassa
- 38** Nya medlemmar
- 39** Leverantörsregister

Svensk Bensinhandel – vi gör branschen starkare!

Svensk Bensinhandel är organisationen för dig som driver bensinstation som egen företagare. Med vår erfarenhet och kunskap kan vi ge dig stöd och hjälp vid förhand-

lingar med facken och oljebolagen samt i kontakter med andra företag och myndigheter. Förhandlingarna med oljebolagen kan t ex röra hyror, kontraktsvillkor, reparationer och underhåll. Förhandlingarna med fackföreningarna kan t ex handla om anställningar, löneuträkningar och uppsägningar.

Branschinformation ges via tidningen Bensin&Butik, nyhetsbrev, informationsmöten samt hemsidan www.svenskbensinhandel.se.

Förbundet erbjuder omfattande och varierande utbildning för medlemmarna och deras anställda samt också olika typer av försäkringar

för företaget, företagaren och de anställda.

Förbundets organisation består av fyra regioner med egna styrelser. Förbundsstyrelsen består av sju ledamöter som väljs vid stämman.

Bensinbranschens strukturrationalisering - NU ÄR DEN HÄR!

I detta nummer kan du läsa delar av oljebolagens statistik (sid 13). Ur denna ser man att antalet bensinstationer minskar för femte året i följd och just nu mer än på flera år. Detta är början på den minskning med minst 1 000 försäljningsställen som vi tror kommer att inträffa under bara några få år. Strukturrationalisering behövs väl och det har vi ofta sagt, men vi hade hoppats på att den skulle ske under ordnade former. Vi har verkligen kämpat för detta. Först ville vi ha oljebolagens stöd för att gemensamt värna om miljöansvaret, men oljebolagens organisation, SPI, sade nej. Vi ville samtidigt tillsammans med konsumentverket se till att glesbygden inte skulle utarmas. När så klimathotet framstod klart och behovet av förnybara bränslen aktualiserades försökte vi få politikernas hjälp. Vi har lämnat konstruktiva förslag på hur alla problem skulle kunna lösas. Än så länge har vi inte lyckats få gehör hos vare sig miljöministern eller finansministern. Vi kämpar naturligtvis vidare med lobbyverksamheten.

Ett oljebolag fick nyligen problem som gjorde att en del av deras handlare tvingades stå utan bensin. Ytterligare ett oljebolag är till salu. Ett tredje har sagt upp ett stort antal återförsäljare och

fler verkar vara inne på samma linje. Notera dessutom Reitans inträde på den svenska bensinmarknaden (sid 10). Kunderna på vissa orter rasar för att de mister sin sista öppna station. Tänk om vi fått till stånd den strukturfond som vi så väl behöver. Då hade vi lugnt och sansat kunnat hantera problemen. Nu sprider sig paniken, inte bara hos konsumenterna utan även hos bensinhandlarna. Man är oroliga för varuförsörjningen, miljön och handlarna naturligtvis också för sin egen ekonomi. En del har kanske ägnat hela sitt liv åt att ge service till bilister. De har ställt upp på oljebolagens allt tuffare villkor och hållit samhället igång. Nu kan de tvingas sluta sin yrkesverksamhet med konkurs.



Som branschorganisation måste man naturligtvis hjälpa varje enskild medlem med de problem som dyker upp hos honom. Så länge det inte går att vinna gehör för branschövergripande lösningar blir dessa individuella problem många fler. Men vi finns till hands och vi kan ofta finna lösningar i enskilda förhandlingar med oljebolagen. Ibland lyckas vi också få myndigheterna att inse att de flesta bensinstationer drivs av småföretagare och inte av oljebolagen, vilket kan påverka deras beslut. Därför skall du alltid ringa din organisation när bekymmer dyker upp. Tänk också på att göra det så fort som möjligt.

En fråga som alltid är levande är naturligtvis vad som händer med organisationen när antalet medlemmar minskar. Jag kan försäkra alla medlemmar att ingen kommer att lämnas i sticket på grund av att vi måste minska våra insatser av detta skäl. Vi har reserverat medel så att var och en kan få den hjälp som behövs med förhandlingar och rådgivning även om vi skulle drabbas av en mycket omfattande strukturrationalisering.

På lång sikt måste vi självklart anpassa även organisationen efter de behov som medlemmarna kommer att ha i framtiden. Svensk Bensinhandel ägs av medlemmarna och skall utföra de tjänster som medlemmarna behöver och anser är de rätta, vare sig mer eller mindre. Parallellt med att vi arbetar med de löpande problemen tänker vi naturligtvis på hur organisationen skall se ut i framtiden. Både styrelsen och alla anställda är engagerade i dessa frågor. Skall vi bromsa eller gasa? Här måste du som är medlem också tycka till. Hör av dig till styrelsen eller till oss på kontoret. Framför allt skall du naturligtvis göra din stämma hörd på höstens bensinhandlarmöten - för du har väl anmält dig? (sid 30). Då måste du berätta för oss vilka tjänster just du vill ha hjälp med. Det finns kanske helt nya områden där vi kan förbättra servicen för medlemmarna. Framför allt behöver vi diskutera hur vi vill att branschen skall se ut i framtiden och hur bensinhandlarnas situation påverkas av oljebolagens affärer.

Ingvar Persson
Ingvar Persson, VD

Bensin&Butik

www.bensinochbutik.se
redaktionen@bensinochbutik.se



TS kontrollerad
fackpressupplaga

Ansvarig utgivare

Ingvar Persson, Tfn: 08-700 63 35

Redaktör

Rolf Karlsson, Tfn: 08-700 63 36
E-post: rolf.karlsson@svenskbensinhandel.se

Annonsbokning och material

Ad4you, Nils-Erik Wickman
Krukmakargatan 35C, 118 51 Stockholm
Tfn: 08-556 960 13, Fax: 08-556 960 19
E-post: n.wickman@ad4you.se

Register och prenumeration

Pernilla Bye, tfn 08-700 63 38

SVERIGES TIDSKRIFTER

Medlem av föreningen
Sveriges Tidskrifter
ISSN 1103-4300

Art & Design

TapeNet Reklam AB
www.tapenet.se
Tfn: 08-663 13 30

Repro

Grafiska Punkten

Tryckning

Grafiska Punkten
Box 417
351 06 Växjö



Svensk Bensinhandel

Verkställande direktör: Ingvar Persson

Box 1763, Birger Jarlsgatan 37 3 tr
111 87 Stockholm
Tfn: 08-700 63 30, Fax: 08-700 63 49
Hemsida: www.svenskbensinhandel.se
E-post: info@svenskbensinhandel.se
Bankgiro 5676-2990

Nummer 6 kommer den 22 oktober.
Manusstopp till redaktionen senast den
24 september.

Prenumerationspris för 2007
helår 500:-, lösnummer 80:-

Eftertryck av text och bild förbjuden utan
överenskommelse med redaktionen.

Tredje generationens handlare på Ornö driver fortfarande

OSCAR SJÖBERGS SKÄRGÅRDSHANDEL

Bensin&Butik har tidigare berättat om typiska sommarbutiker, och till den kategorin måste onekligen Oscar Sjöbergs skärgårdshandel räknas. Den ligger på Ornö, en av de större öarna i Stockholms södra skärgård vars befolkning mer än tio-dubblas under några få, intensiva sommarmånader.

Ornö har en fast befolkning på nära 300 personer, och det finns förbindelse med fastlandet i form av en samfällighetsfärja. En knapp halvtimme tar färjeturen från Dalarö, och till största delen finansieras färjan av skattemedel, cirka 80%. Resterande 20% kommer från biljettintäkter; en tur- och returresa för bil med förare kostar 75 kronor. På ön finns också skola, kyrka och restaurang, men utkomstmöjligheterna är begränsade. Nu finns några hantverkare, polisens telefonväxel, en lantbrukare och så servicenäring i form

av färjan, butiken, skolan, kyrkan och restaurangen.

Lång historia

Det har funnits butik på Ornö i mer än 100 år – hur länge är osäkert. Vad man vet är att det gruvbolag som bröt fältspat på ön från mitten av 1800-talet inrättade en butik för att gruvarbetarna skulle kunna handla. Vi känner också till ett annat viktigt årtal i Ornöbutikens historia – 1922. Då bildades nämligen Oscar Sjöbergs skärgårdshandel, och företaget finns fortfarande kvar,

nu med sonsonen Hasse och fru Eva som ägare. Butiken är inrymd i samma lokal som då, men förstås om- och tillbyggd under årens lopp.

Förr ICA – nu Nära Dej

Butiken ingår numera i Menigos Nära Dej-kedja efter att tidigare varit en ICA-butik, och Eva anser att bytet inneburit många fördelar.

- På ICA-tiden var vi ganska hårt styrda och var tvungna att ha ett visst sortiment, berättar hon. Med Nära Dej är vi fria att ha det sortiment som passar bäst för vår kundgrupp, och det tycker vi förstås är mycket bättre. Betänk att många av våra kunder är bilburna och gör ofta inköp på stormarknader på fastlandet innan de kommer ut hit. Därför är vårt utbud begränsat när det gäller kolonialvaror, men

Hasse och Eva Sjöberg, tredje generationens skärgårdshandlare på Ornö - och i samma butik hela tiden, numera kombinerad med bostaden.





På en ö åker man mycket båt, så bränsle till båtarna är en viktig produkt. Här serverar sonen Hannes en kund. Butiken ligger 200 meter bort.

vi har desto större utbud på färskvaror och frukt-och-grönt. Vi försöker att vara med på de kampanjer som Nära Dej kör, men vi behöver inte om vi inte vill. Vi trivs mycket bra med Menigo. Leveranserna fungerar bra, särskilt på sommaren då vi får direktleverans två gånger i veckan. På vintern blir det mer sällan, och då måste vi hämta själva vid bryggan.

Bränslet via Statoil

Hos O Sjöbergs skärgårdshandel kan man också tanka både diesel och bensin, men några större volymer är det inte tal om – mellan 40 och 50 kubik om året. Och det är Statoil som levererar bränslet.

- Vi har lite högre pris än fastlandet på grund av de dyrare transportererna, så de bilburna sommargästerna tankar oftast på fastlandet, säger Hasse. Men bränslet är en viktig produkt ur servicesynpunkt, och vi säljer bränsle till sommargästernas mopeder, gräsklippare och arbetsmaskiner samtidigt som de fast boende oftast tankar sina bilar här. Till det kommer vår lilla sjömack som ligger några hundra meter från butiken. Där har vi också lite kioskförsäljning på sommaren samt ett litet fik. Men jag måste passa på att säga att vi är mycket nöjda med att få representera Statoil. De har verkligen ställt upp för oss trots att vi inte säljer särskilt stora volymer. Nu skall ju Statoil satsa på större anläggningar vid strategiska lägen, och vad det innebär för oss vet vi inte ännu. Inte ens med en generös beteckning kan man kalla vårt läge för strategiskt, men vi hoppas att Statoil också känner för oss små anläggningar som är den enda på mindre orter.

Alkylatbensin?

Om jag minns rätt skulle Statoil satsa på att erbjuda alkylatbensin direkt ur pump på alla sina sjömackar; särskilt på gamla tvåtaktssnurror ger alkylatbensin stora miljöfördelar. Men något sådant har det inte blivit på Ornö, inte ännu i varje fall.

- Eftersom det knappt säljs några tvåtakare längre kommer troligen efterfrågan att minska med tiden, och en investering av den digniteten kommer nog aldrig att betala sig, anser Hasse. Vi säljer bara alkylatbensin i 4-litersdunkar, och tyvärr blir priset därefter. Det blir mest de som kör mindre arbetsmaskiner typ motorsågar som köper alkylatbensin hos oss.

Stor sommaromsättning

Inte oväntat är det massor att göra på sommaren, och cirka 80% av omsättningen är under juni – augusti. Men sommarbeteendet har ändrats genom åren.

- Förr var det full fart redan i mitten på juni, säger Eva. Semestrarna verkar få ett mer internationellt snitt och förskjuts allt mer åt augusti. Före midsommar är det relativt lugnt, men direkt efteråt smäller det till. Vi har lite extra sommarhjälp i butiken, men bara en halvtid. Vi får jobba desto mer inom familjen istället. Ett problem är att försäljningen är så väderberoende. Om det är kallt och regnigt en längre tid droppar försäljningen rejält. Därför är det svårt för oss att ta in mer extrapersonal – vi själva är förstas betydligt mer flexibla när det gäller arbetstiderna.

Lokala producenter – och lokalt samarbete

I ett litet samhälle har man känslan av att folk ställer upp mer för varandra, och att sammanhållningen är stor – samtidigt



Butikens hjärta, en av de två kassorna - med Statoils kassasystem Oktan, som Eva är mycket nöjd med.

som alla känner alla och det är svårt att vara anonym. Känner Hasse och Eva igen den beskrivningen?

- Visst gör vi det, säger båda. Här på Ornö känner alla alla, och vi hjälper varandra så gott vi kan. Vi bor till exempel i samma hus som butiken, och alla vet om det. Skulle någon behöva febernedsättande en kväll hjälper vi förstås till med det, samtidigt som alla respekterar våra öppettider. Vi säljer också produkter från ön som potatis, jordgubbar och grönsaker, och varje lördag säljer vår lokale fiskare sina produkter här, både färska och rökta.

Framtiden

Varken Eva eller Hasse tillhör ungdomarnas skara längre, och därför undrar jag vad som kommer att hända med O Sjöbergs skärgårdshandel i framtiden. Kommer en fjärde generation att ta över?

- Omöjligt är det inte, menar de båda. Men i så fall måste det till en ny butiksklokal. För det första bor vi i butiksfastigheten och kommer att fortsätta med det efter pensioneringen. Vi vill gärna vara tillgängliga och hjälpa till lite, men vi vill inte bo ovanpå butiken då. För det andra är butiksklokalen visserligen charmig, men inte särskilt funktionell. Vi kan inte dra in burar någonstans i butiken, utan alla varor måste bäras till sina lagerplatser. Det blir många ton om året, något som den yngre generationen knappast står ut med. Vi har redan påbörjat pappersarbetet för en ny butik, och mark har vi gott om...

Bensin&Butik tackar för besöket och önskar Hasse och Eva en fin sommarsäsong med fint väder och massor av kunder. Och på min segelsemester kanske jag lägger till själv vid deras brygga i sommar för att komplettera förråden... ■

Låt oss bli din lönepartner!

Hogia Lön för bensinhandlare är det löneprogram som Svensk Bensinhandel rekommenderar sina medlemmar. Här finns färdiga register som anpassats efter Bensin- & Garageavtalet och alla de rapporter som behövs för en korrekt och enkel lönehantering.



Sex omöjliga (?) förslag för att få fart på dagligvaruhandeln för SVENSKA BENSINHANDLARE

Här fortsätter Magnus Berthling sin artikelserie om trafikbutikernas förutsättningar och framtid som vi inledde i förra numret. I ytterligare två nummer får vi ta del av hans profetior, och om du har synpunkter på dessa är du läsare mycket välkommen att höra av dig!

Bensinstationen är idag, med få undantag, ett komplement till övrig dagligvaruhandel. Knappast någon konsument har bensinstationen som huvudbutik, utan merparten av kunderna kompletteringsköper när man glömt något eller inte hinner besöka sin vanliga butik. Stationen hamnar lätt i en ond cirkel - små volymer gör det svårt att hålla fräscha färskvaror och ett tillräckligt djup i sortimentet, inköpspriserna blir därför höga vilket måste kompenseras mot konsumenten - något som i slutändan leder till att butiken tappar ytterligare i attraktivitet.

Kan den onda cirkeln brytas, och finns det utrymme för en mer offensiv strategi på dagligvaruområdet för landets bensinstationer? Låt oss titta på några trender inom dagligvaruhandeln just nu, och diskutera i vilken mån bensinhandeln har möjlighet att haka på dessa:

1. Lågpris

Under ett antal år har svensk dagligvaruhandel haft fokus på låga priser. Etableringar av lågpriskoncept som Willys, Lidl med flera har mötts av prisanpassningar från de traditionella butikerna. En utveckling som i mycket ställt bensinhandels dagligvaruambitioner offside. Lågprisvågen är på intet sätt över, tvärtom kan vi förvänta oss fler och ännu mer extrema satsningar. I USA är t ex fenomenet "dollar stores" stort och snabbt växande. Butiker som köper in stora partier av överskottsvaror, och sedan sätter enhetspriser på dessa, exempelvis 1, 5 eller 10 dollar. Sortimentet blir givetvis inte komplett. Främst handlar det om sk torra dagligvaror där priserna är lätta att jämföra och där hållbarhet inte är något större problem. Frågan är om "dollar stores" i någon tappning är ett koncept för Sverige

i framtiden? Och kan det i så fall fungera tillsammans med en bensinstation?

2. Färdiglagat

Visserligen är bensinstationerna aktiva på snabbmatsområdet, där färdiglagad korv och hamburgare inte sällan har varit en räddningsplanka som inbringat viktiga marginalkronor.

Men trenden mot allt mer av färdiglagad mat är inte samma sak som snabbmat. Ska bensinstationen bli ett verkligt alternativ för stressade föräldrar att handla upp dagens middag på väg hem från jobbet krävs en helt annan variation, kvalitet, smak- och hälsoinriktning än vad som erbjuds idag. Koncept som sannolikt helt eller delvis måste byggas i samarbete med bakomliggande storköksaktörer, där maten lagas centralt för att sedan kanske sluttillredas ute på stationen. Svårt - ja visst! Krävande - definitivt! Men omöjligt - knappast!

3. Hälsa

Det sveper en kraftig hälsovåg över samhället där det pratas och debatteras väldigt mycket. Men i praktisk handling har inte så mycket skett. Försäljningen av t ex ekologiska livsmedel ökar visserligen men från en mycket låg nivå, långt under vad som sker i andra länder. Förklaringen är i mycket den traditionella handels avvakande hållning ("vänta tills kunderna frågar"), samtidigt som det inte finns någon rikstäckande aktör som helhjärtat satsar på ekologisk och hälsoriktig mat liknande vad vi ser på många andra marknader.

Kan ekologiska produkter vara den - ännu inte helt prisskadade nisch - som bensinhandeln behöver för att flytta fram positionerna? Eller finns det en inneboende konflikt mellan att sälja drivmedel

(med de miljökonsekvenser som finns) och hälsoriktig mat? Eller är det möjligen väldigt logiskt när hela bensinbranschen inom snar framtid tvingas orientera sig mot mer miljövänliga drivmedel och kanske på sikt helt nya energiformer?

4. Specialisering

Dagligvaruhandels sortiment sväller för varje dag. För att klara alla nya produkter som lanseras tvingas man dra ner på djupet, och i många kategorier bara erbjuda några få alternativ (där egna märkesvaror får allt större utrymme). Många leverantörer har svårt att få ut hela sitt sortiment och söker kanaler som vill fördjupa och specialisera sig. Vilken specialisering skulle då kunna passa bensinstationen?



"Magnus Berthling är sedan många år konsult specialiserad på utvecklingen inom handeln och har uppdrag inom både dagligvaruhandeln såväl som de flesta specialvarubranscher. Han har tidigare varit VD och marknadschef för flera detaljhandelskedjor och är en ofta anlita föreläsare, skribent och debattör i frågor som rör handeln och dess utveckling. Läs gärna mer om Magnus Berthling och hans verksamhet på www.mbuffarsutveckling.se".

Ett område kan vara djupfryst mat. I bland annat Frankrike finns det flera riksomfattande kedjor som bara säljer djupfryst, allt från förrätter, exklusiva gourmeträtter till desserter med en bredd och djup som vida överstiger vad vi hittar i en svensk dagligvarubutik. Enheterna är förhållandevis små, problematiken med färskhet begränsad o s v.

Kött och fisk är andra områden som skulle kunna lämpa sig för specialiserade koncept och där det finns många bakomliggande aktörer som säkert skulle backa upp en nysatsning

5. Premium

Dyra, exklusiva produkter är förhållandevis sällsynta inom svensk dagligvaruhandel. Men pådrivet av dagens goda konjunktur och allt mer förfinande konsumtionsvanor ökar intresset även för varor som ger något mer än det vanliga. Fåfånga börjar leta sig in även hos våra dagliga vanor. Exklusiva gourmetshoppar sametabletade med en bensinstation? Därskap säger nog de flesta, samtidigt som vi inom handeln börjar se fler och fler osannolika kombinationer poppa upp.

6. Bekvämlighet

Att handla dagligvaror för en familj tar tid. Inköp ska planeras, det tar tid att ta sig till butikerna som inte sällan är svåra att hitta i, ibland är varorna slut och så vidare. Problemen är uppenbara, men vi har hittills sett få konkreta lösningar.

Näthandel

Näthandeln var tänkt att lösa en del av dessa problem, men varken konsumenterna eller handeln var mogna att ta till sig de nya möjligheterna när de var som hetast i slutet av 90-talet. Halvfärdiga koncept övergavs tidigt, bland annat beroende på logistikkostnader som ingen fick bukt med. Men näthandeln växer nu på bred front inom alla områden och kommer säkert att återkomma i någon form på dagligvaror. Kanske ska näthandelsleveranserna i stället gå till bensinstationen så att konsumenten kan hämta upp dem färdigpaketerade? Kanske kombinerat med förmånliga "prenumerationer" på frekventa varor? Något som definitivt skulle ge lägre logistikkostnader än att köra hem varorna till varje konsument.

Naturliga begränsningar

Bensinstationen har sina naturliga begränsningar, främst vad gäller ytor. Det är kanske heller inte det ställe dit konsumenten naturligt går för att testa nya matupplevelser. Men man har många andra fördelar, inte minst god tillgänglighet. Och med väl paketerade koncept och

ett utbyggt bakomliggande stöd är det inte givet att bensinstationen för evigt är dömd att spela en kompletteringsroll på dagligvarumarknaden. För attityder och köpmönster kan förändras och butiksmiljöer kan byggas om, även om det tar tid, kostar och innebär risker. Det måste emellertid ställas mot alternativet – att bli kvar i en stagnerande position på marknaden.

Vad som sagts i artikeln får inte tolkas bokstavligen som några konkreta förslag till nya satsningar. Snarare vill jag visa på att det inom alla marknader sker en utveckling, som både stänger dörrar och öppnar nya möjligheter. Framtiden kan därför bara mötas genom utveckling och förnyelse där det gäller att ständigt vara på hugget och diskutera, testa och utvärdera nya affärsidéer även om det sedan visar sig att nio av tio idéer överhuvudtaget inte är realistiska. Och kanske är det just resan dit – att ständigt ifrågasätta sin nuvarande verksamhet - som är det viktiga. Det gäller för den stora kedjan såväl som för den lilla butiken. ■

Magnus Berthling

Magnus tar ut svängarna ordentligt här, och många skakar nog på huvudet när de läst artikeln. Men det är inte så länge sedan de flesta skakade på huvudet när någon förslog att man skulle sälja korv på macken! Tiderna förändras, och ibland snabbare än man tror. Men hur reagerar du läsare? Tror du på något av detta? Eller är det bara teoretiskt pladder utan verklighetsförankring? Hör av dig med dina synpunkter till oss på redaktionen, enklast via www.bensinochbutik.se.

Peter Eckerbom
Trygg-Hansa



Vårt samarbete med Svensk Bensinhandel hjälper dig att vara rätt försäkrad

Tack vare vår unika kunskap om bensinbranschen kan vi erbjuda dig en försäkringslösning som är perfekt anpassad efter din verksamhet. Detsamma gäller vår skadeförebyggande rådgivning.

Ring 077-11 11 730 så ser vi till att du är rätt försäkrad.

TRYGG  HANSA

Har Bilistenstationen i Färlöv

SVERIGES STÖRSTA BUTIK?

Bensin&Butik har besökt många stationer, men sällan blivit så förvånad som när vi besökte Bilistenstationen i Färlöv strax utanför Kristianstad. Det som vid första anblicken såg ut som en liten stationsbyggnad visade sig också innehålla en livsmedelsbutik på 600 kvadrat!

Bensin&Butik har debatterat för- och nackdelar med centrala koncept, och det var med anledning av det som vi var på besök i Färlöv. Butiken där är nämligen profilerad som Favör, men det var länge sedan det konceptet försvann. Men i brist på annat får skyltarna sitta kvar tills något annat blir aktuellt, något som inte direkt bekymrar Birgit Olsson.

- Nej, just nu har vi total frihet på alla plan, berättar hon. Vi beställer visserligen varor av Bergendahls, som en gång ägde Favörkonceptet, men vi handlar också av Axfood – och av andra leverantörer, precis som vi själva vill.

Lång historia

Som så många andra har Färlövsracken en lång historia, och Birgits svärfar tog över den dåvarande lanthandeln 1946.

- Jag kom in i bilden 1975, och 1990 tog jag och min gubbe Åke över, berättar hon. Då sålde vi butiksdelen till Bergendahls som satte dit en handlare från Malmö medan vi själva koncentrerade oss på bara stationen. Men det visade sig inte fungera så bra – det var helt enkelt vid fel tidpunkt. I racken hade vi ett mindre utbud av livsmedel och öl, och eftersom vi hade öppet till 21 och butiken på den tiden stängde redan klockan 18 hade vi alltid en bra försäljning på kvällen. Men just i den vevan började också dagligvarubutikerna öka öppettiderna, och stormarknaderna växte upp som svampar ur jorden här i närheten. Därför tog vi tillbaka butiken och slog ihop den verksamheten med stationens, byggde om så att allt inrymdes i samma lokal och efter det

har vi också automatiserad pumparna. Dessvärre har vi märkt en minskning av bränslevolymer när vi miste samarbetet med Shellkortet, så ett alternativ för oss kan vara att försöka få Shell intresserade av vårt läge för en Shell Express istället. Men vi har kvar vår sedelautomat, och den används fortfarande i relativt stor utsträckning.

Bilverkstaden allt mindre viktig

Något som också har spelat in i bilden är utvecklingen av verkstaden, som förr var ett viktigt ben för stationen. Men numera är det bara Åke som huserar där ute – med mindre reparationer, kontroller inför besiktningar etc. Någon total satsning på verkstaden blir det inte, och när Åke tycker det är dags att lägga av kommer också verkstaden att gå samma väg.

- Det finns bara två lägen när det gäller verkstad, tycker Birgit. Antingen skall man hänga med med allt vad det betyder av utbildning och investering i datorer och annat som krävs för att klara av moderna bilar. Eller så trappar man ner och gör småreparationer och servicearbeten.

Mack eller livsmedelsbutik?

En berättigad fråga, särskilt i det här sammanhanget, är om Färlövstationen skall anses vara en livsmedelsbutik med pumpar utanför eller en bensinstation med en ovanligt väl tilltagen butik. Birgit själv är säker på sin sak:

- Vi är både- och, säger hon bestämt. Men det är klart, framöver, när Åke trappat av och tvättmaskinen slitits ut, blir vi nog mer att betrakta som butik ändå. Vi

gör inte många tvätt här, utan de flesta i området tvättar sina bilar själva på den egna tomten. Men vi har funderingar på att bygga om tvätthallen till GDS-hall med tvättmöjlighet framöver.

Fortfarande Favör

Favör var namnet på Bergendahls medelstora livsmedelsbutiker, men är saligen insomnat. I Stockholmstrakten har namnet ändrats till Vi-butikerna, men hit i landets sydligaste delar har det konceptet inte kommit ännu.

- Bergendahls har inga synpunkter på att vi fortfarande har Favör-skyltarna kvar, säger Birgit. Vi har haft lite snack om att gå med i servicehandlarkonceptet "Matöppet", men i dagsläget känner inte jag att det skulle innebära några fördelar för oss. Jag ser oss nu som en välförsedd kompletteringsbutik med särskild inriktning mot färdlagade rätter, och då passar vare sig "Vi" eller "Matöppet". Vi har både ICA Maxi och Willys i närheten, så därför måste vi nischas in oss som vi gjort.

Centrala koncept eller bestämma lokalt?

Den ständigt aktuella frågan idag och som vi diskuterat många gånger i Bensin&Butik är vad som är bäst, centrala koncept eller helt lokala initiativ. För Birgit är svaret enkelt:

- Lokalt bestämmande förstås, säger hon utan att tveka det minsta. Egentligen har vi det väldigt bra just nu och bestämmer helt vårt eget utbud. Bollplank har vi genom duktiga säljare som fortfarande besöker oss. Jag tar gärna råd av dem, men är noga med att själv bestämma! Och egentligen är det rätt självklart att jag som lokal handlare känner min egen kundkrets bättre än en central upphandlare i Stockholm, dessutom ofta teoretisk akademiker som inte alls har den butikserfarenhet som borde vara självklart för en sådan post. Jag ser förstås till att ta in storsäljare, dummare än så är jag inte. Men jag kan komplettera det på det sätt jag själv anser vara bäst!

Framtida planer

När Bensin&Butik var på plats fick jag för mig att Bilistenstationen var en verksamhet och Favörbutiken en helt annan, precis som det var i början på 90-talet. Därför gick jag förbi butiksentrén när jag skulle in i macken, och öppnade dörren mot pumpplanen – och blev bara stående och gapade. Istället för en väntad mindre bensinstation kommer man rakt in i en livsmedelsbutik!

- Vi är vana vid den reaktionen när kunder kommer in hit första gången, skrattar



Birgit och Åke framför sin station - eller skall vi säga livsmedelsbutik? Birgit menar att den är både- och!

Birgit. Därför kommer vi nog att bygga om så att butiken blir mer enhetlig. När Åke lägger av med verkstaden har vi egentligen inget behov av att ha en dörr ut mot pumpplanen, och det räcker med en entré. Men det får bli en framtida uppgift.

Om fem år

En vanlig Bensin&Butik-fråga i ett sådant här sammanhang är hur verksamheten kommer att se ut om fem år. Vilka planer finns för den närmaste framtiden?

- Om fem år? Oj, det blir svårt, börjar Birgit. Då har säkert Åke lagt av med bilarna, dvs verkstaden är nedlagd, precis som tvätten. Istället finns GDS-platser, varav en med högtryckstvätt. Jag undrar om vi fortfarande är Bilisten då. Det känns som om hela företaget är osäkert. Det har

spekulerats i om det inte finns för många oljebolag i landet, och jag kan tänka mig att Bilisten inte finns om fem år. I min värld har vi istället en Shell Express-anläggning utanför. Jag hoppas att vi fortfarande har stor frihet att själva bestämma vårt varutbud, men något mer löst sammansatt centralt koncept har vi nog då. Och sist men inte minst är det sonen Jesper som driver verksamheten då, och jag och Åke skall bara gå omkring och mysa och ha det bra! Redan idag sköter Jesper mycket i butiken, så han är väl förberedd!

Bensin&Butik hoppas att det sistnämnda slår in, alltså att Birgit och Åke kan varva ner och ha det bra. Det är alla duktiga handlare värda som under många år arbetat hårt för att utveckla sin verksamhet. ■



Tack vare ett välutvecklat kök tillverkas mycket i butiken. Birgit visar prov på egentillverkade färdigrätter.

Välkommen att anmäla dig till

HÖSTENS KURSER

Svensk Bensinhandel har ett digert kursutbud som passar som hand i handske för alla i bensinhandlarbranschen - och med få undantag all övrig servicehandel! Så här ser höstens program ut, med datum och plats. Mer information om kurserna, dess innehåll och kursavgifter hittar du på hemsidan, www.svenskbensinhandel.se. Välkommen med din anmälan!

SEPTEMBER

9	Säker station	Göteborg
11	Säljande service	Umeå
12	Datorkunskap	Stockholm
20	Brandfarliga varor	Luleå
25	Brandfarliga varor	Stockholm
25	Textning	Sundsvall
26	Kollektivavtalet och arbetsrätt	Luleå
26	Ekonomi A	Stockholm

OKTOBER

2	Systematiskt brandskyddsarbete	Stockholm
4	Kollektivavtalet och arbetsrätt	Jönköping
4	Datorkunskap	Göteborg
9	Bokföring	Stockholm
16	Brand och olycksfall	Stockholm
18	Säker station	Umeå

23	Brandfarliga varor	Mjölby
23-24	Ekonomi B och C	Stockholm
31	Säker station - fördjupning	Göteborg

NOVEMBER

6	Textning	Kalmar
7	Kollektivavtalet och arbetsrätt	Stockholm
13	Brandfarliga varor	Lerum
13	Säljande service	Göteborg
14	Säker station	Örebro
20	Hogia Lön	Göteborg
22	Brand och olycksfall	Kalmar
26-27	Ledarskap och svåra samtal	Stockholm

DECEMBER

4	Brandfarliga varor	Sundsvall
5	Säker station	Falun
6	Livsmedelshantering	Stockholm



Vi har bytt namn och telefonnummer

SP Sveriges Tekniska Forskningsinstitut - det är det nya namnet för SP från och med årsskiftet.

Vi har också ett nytt nationellt växelnummer 010 - 516 50 00 istället för flera lokala telefonnummer.

Läs mer på www.sp.se

7-Eleven ut på vägarna efter avtal mellan

SHELL OCH 7-ELEVEN

Shell har en tid velat fokusera på sin kärnverksamhet, och att 7-Eleven vill ha väglägen är inte heller någon hemlighet. Nu uppfylls båda dessa viljeinriktningar när Shell och 7-Eleven skrev på ett avtal som syftar till att bygga om och skylta om 269 bensinstationer i Sverige, Norge och Danmark.

För Sveriges del innebär det att 112 stationer skall profileras om. Det blir ett kraftigt avsteg från den nu rådande RBA-driften, ett i sig helt nytt koncept i branschen när det kom 2005. För första gången skulle nu en bensinhandlare driva flera stationer i ett så kallat kluster, och en fördel med det skulle vara att om en gick mindre bra skulle det vägas upp av att de andra gick desto bättre. Men inte alla stationer omfattas av RBA-drift, och de som står utanför skulle drivas enligt ett annat koncept och bli så kallade DO-handlare, dvs äga allt på stationen själva. DO-handlarna kommer inte att omfattas av samarbetet mellan Shell och 7-Eleven, utan förhandlingarna där fortsätter med samma inriktning som förut.

Inget köp, utan ett rent samarbete

När Bensin&Butik träffar Per Geber, chef för den svenska stationsdriften på Shell, och Johannes Sangnes, VD på Reitan i Sverige, framhåller båda i bästa samförstånd hur bra det här samarbetet blir för bägge parter.

- Nu kommer två starka varumärken att samverka, och det kommer båda att tjäna på, menar Per. Det kan låta som en klyschä, men jag är säker på att i det här samarbetet kommer ett och ett inte att bli två, utan tre.

- Det är bara att hålla med, menar Johannes. Vi ser verkligen fram emot att anta utmaningen det innebär att positionera oss på ett nytt område, väglägen. Men med vår erfarenhet från Danmark och Norge i ryggen är jag säker på att vi kommer att lyckas bra också i Sverige. Jag vill också poängtera att detta är ett samarbete, och ingen part har tagit över eller köpt något i den andra. Inte en krona har spenderats på sådant sätt.

Skynda långsamt

Per slår bestämt fast att de RBA-avtal som finns idag inte kommer att ändras, och att denna process kommer att dra ut på tiden och stationerna kommer att profileras en i taget beroende på när RBA-avtalen löper ut.

- Vi har som målsättning att ha den första stationen klar under tredje kvartalet 2008, alltså om ett år, säger Per och Johannes med en mun.

Bra timing

Med detta som bakgrund, och med det faktum att andra intressenter varit aktuella som samarbetspartners med Shells butikerverksamhet, måste man säga att avtalet har ovanligt bra timing. 7-Eleven – som hittills bara haft innerstadslägen i Stockholm, Göteborg och Malmö med sina 77 butiker – kommer att öka antalet butiker drastiskt de närmaste åren och få helt nya lägen, antagligen något så när jämt fördelade över landet, och dessutom komma i kontakt med en annan målgrupp, bilisterna. Och Shell kommer att öka sina volymer i Norden, som är en gemensam enhet i Shellvärlden.

- För vår del tror vi att 7-Eleven i sin nuvarande form kommer att passa bra som vägbutiker, menar Johannes. Några justeringar i varuutbudet kommer det säkert att bli. Ett visst bilistiskt utbud kan vi exempelvis inte gå förbi. Däremot kommer våra två senaste koncept, the Good Food och Coffee for Real, att passa utmärkt för väglägesbutiker. Sedan får framtiden visa hur det exakta varuutbudet blir. Jag kan också tänka mig att det blir lokala variationer för att tillfredsställa en springande punkt i 7-Eleven-filosofin; "All business is local".



Både Shells Per Geber och 7-Elevens Johannes Sangnes verkar nöjda med det nya samarbetsavtalet.

Många frågetecken kvarstår

Som den vetgiriga tidning Bensin&Butik är hade vi preparerat oss med mängder av frågor gällande samarbetet. Varför just 112 stationer? Vilka av de nuvarande 148 är då aktuella? Vad händer med de andra? Hur stämmer klustertanken med 7-Elevens filosofi att det skall vara en köpman per anläggning? Hur blir det med biltvätten? Men Per och Johannes skakar båda på huvudet när det blir tal om frågor av detaljkaraktär och menar att dessa måste lösas på vägen.

- Jag ser fram emot att börja diskutera dessa frågor med Johannes, menar Per. Som du förstår finns det saker som vi måste hitta gemensamma lösningar på, och jag är helt säker på att vi kommer att lyckas – och att den här satsningen kommer att vara lyckosam för både Shell och 7-Eleven (vi träffas dagen efter att nyheten släpptes, red anm). Kom dock ihåg att samarbetet först måste godkännas av konkurrensverken i Norden, men vi har goda förhoppningar om att det inte kommer att stöta på några hinder.

Därmed får jag nöja mig, och jag kan förstå de bådas inställning. Men lite fritt spekulerande har aldrig varit Bensin&Butik främmande! Ett scenario kan vara att RBA-handlaren själv väljer ut den station han trivs bäst med och blir 7-Eleven-franchisetagare där samtidigt som stationscheferna i klustret blir detsamma på sina stationer. Ett annat kan vara att RBA-handlaren inte har den minsta lust att bli 7-Eleven-köpmann, och i det läget har Shell och 7-Eleven ett rekryteringsarbete framför sig. Men en sak är säker – det händer saker när Shell är i farten, och pendeln har ofta svängt från en ytterlighet till en annan. I det avseendet är den här affären inget undantag! ■

Så här är det tänkt att de nya Shell-7-Eleven-stationerna skall se ut. Visst är det lite kontinentalt snitt över den!



Mackbokens författare reflekterar med temat

TANKAR VID PUMPEN

Under hösten kommer Kjell Eliasson att skriva några krönikor under temat "Tankar vid pumpen". Som den bensiniasamlare han är kommer de att handla om nostalgiska tillbakablickar. Här kommer det första bidraget, och det handlar om Koppartrans, varumärket som numera används i klädesbranschen. Så kan det gå med en snygg logotyp!

Planerna på att anlägga Koppartransraffinaderiet i Göteborg tog form i mitten av 1940-talet. I december månad 1946 förvärvade Stora Kopparbergs Bergslags AB en enhet för fraktionering av råolja och två enheter för termisk reformering av bensin av den dåvarande kinesiska regeringen. Dessa enheter hade ursprungligen byggts i USA för att placeras i Kina. Raffinaderiutrustningen transporterades i stället till Göteborg i februari 1947.

Flera lokaliseringsmöjligheter

När det gällde lokaliseringen av det nya raffinaderiet så valde man mellan flera olika områden. I första hand koncentrerade man sig på Göteborg, eftersom oljeimporten dit redan var betydande och man planerade att sälja bunkerolja till fartyg. Det visade sig emellertid svårt att få en lämplig tomt i omedelbar närhet till Göteborgs hamn. Efter att ha undersökt alternativa tomter i såväl Göteborg som Uddevalla och Kungsbacka erbjöds bolaget i maj 1947 att få överta

Skarviksområdet på norra sidan av Gamla Torslandavägen. Erbjudandet accepterades och redan den 25 juli erhöles byggnadstillstånd av regeringen.

Flera bolag bildades

Koppartrans oljeaktiebolag inregistrerades på sommaren 1947 och började omedelbart arbetet med uppförandet av raffinaderiet. Ägare var vid denna tid Bergslaget, Rederi AB Transatlantic samt grosshandlare och snusfabrikör Robert Ljunglöf. För hemtransport av råoljan bildades i november 1947 Koppartrans Rederi AB som dotterbolag till Koppartrans Oljeaktiebolag. Avsikten med Koppartrans Rederi AB var att idka fraktfart på "in- och utrikes orter". På grund av läget på tankfartygsmarknaden beställde man dock inga egna fartyg. Koppartrans Rederi AB ombildades 1951 till Koppartrans Försäljnings AB.

Råoljeleverantör

Överenskommelse om leverans av råolja slöts med Anglo-Iranian Oil Company (BP) i april 1948 och ett nytt

kontrakt med samma bolag år 1952 säkrade råoljetillförseln till och med utgången av 1955. Mellan 1955 och 1963 täcktes Koppartrans råoljebehov genom ett leveransavtal med Esso Export Ltd. För avsättning av vissa raffinerade produkter ingick Koppartrans 1950 ett avtal med Svenska Petroleum Aktiebolaget Standard (Esso) om leverans från och med 1950. Avtalet förnyades ett flertal gånger och kom att gälla till och med utgången av 1963.

Ägarutveckling

Stora Kopparberg övertog grosshandlare Ljunglöfs tidigare aktieinnehav efter dennes död 1950, och köpte transatlantics andel 1958. Efter det blev bolaget ensam ägare tills Svenska Shell ingick som ägare av halva bolaget 1959. Sedan 1964 är Koppartrans helt i Shells ägo.

Nu märkeskläder!

Sedan några år finns ett klädföretag från Kristinehamn som tillverkar kläder med Koppartrans logotyp. Märkeskläderna är mycket populära bland ungdomar. Men få av dem vet nog att märket tagits fram av snusfabrikör Ljunglöf med vänner för ett gemensamt svenskt oljebolag.

Sveriges vackraste mack

Man kan tävla i mycket, och skulle man utse Sveriges vackraste mack genom tiderna så skulle jag lägga min röst på Koppartransstationen Elisedal i Göteborg. Stationen öppnades vid Mölndalsvägen 1954, Koppartrans första egna station. Den var, enligt den tidens sätt att se, av ansevärd dimensioner. Själva butiken är byggd i vacker funktisstil. Den gul-svarta färgen som syns som en randning i fasaden ansågs ha säljfrämjande effekt.

Min sista önskan

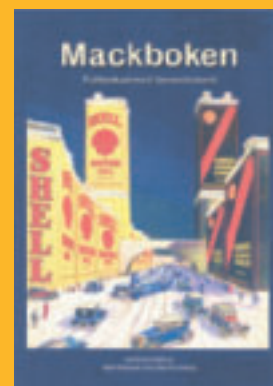
I dag är de flesta dödsannonser prydda med någon form av symbol som ger anknytning till den bortgångne. Det kan vara en solnedgång, katt, hund, ros, båt, bil, mc, duva eller annat. Min önskan är att min dödsannons pryds med Koppartrans vackra logotyp. Men till dess samlar jag vidare... ■

Kjell Eliasson
Mackbokens författare



Nyströms Hörna i Trollhättan var en trivsamt träffpunkt för modern motorism. Fotografiet togs under invigningen i oktober 1955, och här tankar föreståndaren Eric Carlsson en Saab. Stationen ägdes av den kände tävlingsbilisten Per Nyström som även inspirerade Eric Carlsson att tävla med bil. Eric "Carlsson på taket" fick några år senare anställning som testförare på Saab. Han blev med tiden en av Sveriges mest framgångsrika tävlingsförare.

Köp Mackboken!



Den är inbunden och på 208 sidor och skildrar svensk bensinhistorik i text och bild. Uppskattad av branschfolk och nostalgiker och lämplig som gåva, julklapp och vid representation. Beställning över 25 ex. ger bra pris.

Beställs från Gamla Ting & Nya Tankar genom att sätta in 275:- på plusgiro 373158-5
kjell.eliasson@bahnhof.se
Telefon 054-87 05 45

Anländande bilist hälsas välkommen med honnör. Servicemannen tankar bilen och vid behov kollar han även olja, batteri, kylarvatten och lufttrycket i däck, samt rengör vindrutan. Denna bensinstation som låg i Kristinehamn hade även trafik-kiosk.



Dieselförsäljningen ökar igen när vi blickar tillbaka på OLJEÅRET 2006

Bättre sent än aldrig brukar det heta, och det gäller också för vår årligen återkommande bakåtblick på oljemarknadens utveckling. Anledningen är att det i år tagit ovanligt lång tid för Petroleuminstitutet (SPI) att få fram vissa siffror.

För elfte året i rad ökade försäljningen av diesel, år 2006 med 3,5 % jämfört med 2005. Bensinförsäljningen minskade med 2,6 % under motsvarande period. I kubikmeter betyder det att dieselförsäljningen nu uppgår till 4,4 miljoner kubikmeter och bensinförsäljningen till 5,4 miljoner kubikmeter.

När kommer dieselförsäljningen att passera bensinförsäljningen?

Bensinförsäljningen har egentligen inte ökat alls sedan mitten av nittiotalet. Värt att notera är att endast ca 30% av dieselförsäljningen sker via bensinstationer i motsats till bensinförsäljningen där i princip all försäljningen sker över bensinstationsnätet. Resterande volymer säljs via speciella dieselanläggningar eller direkt till kundanläggningar. Andelen diesel som säljs via stationer kommer sannolikt gradvis att öka i takt med att andelen registrerade personbilsdieslar ökar kraftigt.

Allt fler dieslbilar

Under 2006 registrerades 282 766 nya personbilar, vilket är en ökning med 3,1% jämfört med 2005. Av dessa var 19,7% dieslbilar. Andelen dieslbilar visar en ökning med 10% jämfört med 2005. Hittills i år (juni) är andelen dieslbilar 30,1% av

totalt antal nyregistrerade personbilar. Vi har emellertid fortfarande långt kvar till Europagenomsnittet på ca 50%.

Kraftigare svängning på bensin

Beträffande marknadsandelar på bensin under 2006 kan man säga det skedde kraftigare svängningar under året än man normalt brukar se. Flera bolag drev priskrigskampanjer som under enskilda månader innebar förskjutningar i marknadsandelar. Under hösten hade t.ex. Jet och Shell större ökningarna än andra, just beroende på att dessa priskrigade intensivt. Totalt under året föll de emellertid tillbaka, men de tillhörde ändå de som ökade sina marknadsandelar. Gruppen övriga tappade 1% sannolikt beroende på att flera mindre bolag inte kunde medverka i priskrigen. Föregående års siffror inom parentes.

Marknadsandelarna på diesel visar inga större förändringar mellan åren. Det intressanta på den fronten är snarare att Jet nu har börjat att sälja diesel på sina stationer.

Stationsnätet

När man studerar marknadsandelar på drivmedel och då främst bensin är det alltid intressant och titta på hur andelen stationer för respektive bolag förhåller sig till deras marknadsandel. Till att börja med kan vi konstatera att antalet stationer enligt den officiella statistiken har minskat med 72 stycken mellan åren, och fördelningen mellan bolagen är enligt tabellen.

Intressanta förändringar

De största förändringarna finns hos Q-Star som har minskat med 28 stycken och Hydro som har minskat med 23 stycken. OKQ8 har även de en anmärkningsvärd förändring då de har ökat sitt nät med 21 stycken anläggningar, vilket innebär att de har nästan dubbelt så många stationer som nummer två på listan. Trots deras stora antal har Statoil fler bemannade stationer än OKQ8. Andelen automatstationer har ökat med ca tre procent och är nu uppe i över 53% av det totala antalet.

JET effektivast

Ser man på effektiviteten är Jet ohotad etta med en genomsnittsvolymer på ca 4 400 kubikmeter per station och endast 4% andel av det totala stationsnätet och en marknadsandel på 13,6%. Statoil med en genomsnittsvolymer på ca 2 000 kubikmeter per station och ca 15% andel av stationsnätet kommer som god tvåa.

Lönsamhet

Flera oljebolag, precis som handlarna, klagar över dålig lönsamhet för sina bensinstationsdivisioner. Tittar man på grossistmarginalen över en längre period kan man konstatera att marginalen nu de senaste åren har minskat med 10-20 öre från att ha varit stabil över en krona.

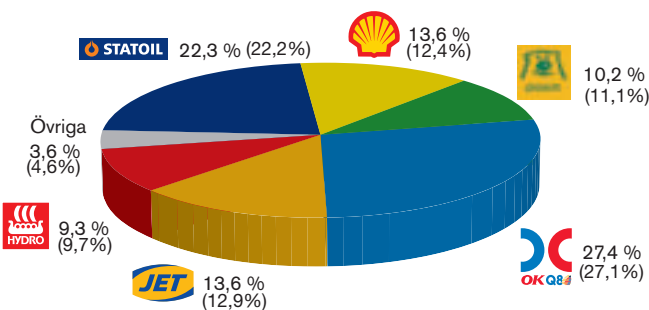
Lennart Olson

ANTAL STATIONER 07-01-01

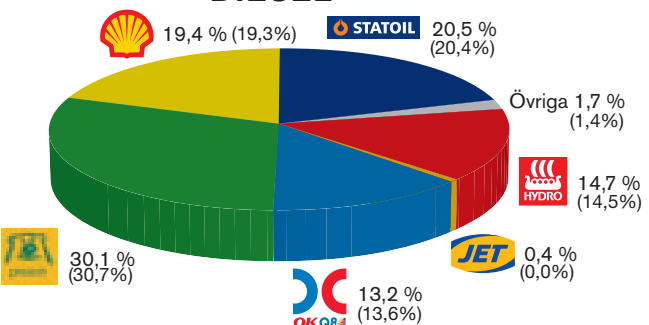
OKQ8	942
Statoil	590
Hydro/Uno-X	503
Preem	487
Shell	378
Billsten	204
Jet	163
Din-X	140
Q-Star	97
Pump	96
ICA/Tapp	62
Bilia	43
ST 1	39

Hela skriften "Oljeåret 2006" finns att beställa på www.spi.se där den också finns som PDF.

BENSIN



DIESEL



BENSIN 95 OKTAN - ÅRSGENOMSNIITT - LÖPANDE PRISER





VAR OTROGEN!

Hendels Bil & Motor i Bredäng/Stockholm är en av alla de verkstäder som drar nytta av gruppundantaget. Här utförs service på de flesta bilmärken.

Det är fritt fram att åka till en oberoende verkstad och göra det jobb som märkesverkstaden har haft monopol på och stämpeln i serviceboken gäller som vanligt! Är du inte nöjd med din märkesverkstad finns det alltså inget skäl till att vara trogen. Text: Staffan Erlandsson.

Vi lever i ett konkurrenssamhälle som håller på att avregleras. Taxi, telefoni, elektricitet, flyg, post, ja snart sagt på alla områden är det numera fritt fram för konkurrens.

I bilvärlden har märkesverkstädernas monopol försvunnit och bilförsäljningskedjor kan ta upp konkurrensen över landsgränserna.

Det är alltså både friare och svårare att veta var man ska serva sin bil. Men varför betala för mycket? Märkesverkstäder måste hålla en märkesidentitet, vilket kan vara dyrt. En annan delförklaring till att alternativa servicekedjor kan hålla lägre priser är att de inte enbart använder originaldelar. Enligt det EU-direktiv som reglerar service kan biltillverkaren kräva att verkstaden använder sig av minst 30 procent originaldelar, medan resterande delar måste hålla "motsvarande kvalitet".

Prisskillnaderna ligger ofta mellan 30-60 procent, men det är inte alltid säkert att märkesverkstäderna är dyrast!

Ett bra råd är att ringa runt till ett antal verkstäder, och har du möjlighet att åka till en mindre ort finns det stora möjligheter att komma billigare undan eftersom lokalhyror och löner brukar vara högre i storstäder.

Ett enkelt sätt att leta billigare service är givetvis internet, där exempelvis autoinfo.se har en sökfunktion. De största kedjorna som utför service och som kan vara värda att kolla upp är Meca, Mekonomen och Autoverkstaden.

Men innan du bokar tid på en oberoende verkstad så bör du vara säker på att verkstaden kan lämna en kopia på det serviceprotokoll som använts, för att garantierna ska gälla kan nämligen biltillverkaren kräva att bilen servats på ett sätt och på de punkter som biltillverkaren föreskriver. ■

SERVICEKOSTNAD VOLVO V70 -03

Stockholm	Bilia Haga Norra	6 000	8 000	10 000	12 000	14 000	16 000
	pris sommaren 2006	5 271:–	3 899:–	4 040:–	5 550:–	4 040:–	8 000:–
	pris 13 mars 2007	4 778:–	2 639:–	2 639:–	4 778:–	2 639:–	7 189:–
Uppsala	Upplands Motor	3 608:–	1 973:–	1 973:–	3 608:–	1 973:–	5 688:–
Malmö	Bilia Syd Jägersro	4 100:–	2 700:–	2 700:–	4 100:–	2 700:–	5 300:–
Ängelholm	Skånebilar	3 555:–	2 018:–	2 018:–	3 555:–	2 018:–	5 566:–
Göteborg	Bilia	4 926:–	2 788:–	2 788:–	4 926:–	2 788:–	7 433:–
Borås	Borås Bil	3 630:–	2 470:–	2 470:–	3 630:–	2 470:–	6 100:–
Umeå	Bilbolaget	4 250:–	2 718:–	2 718:–	4 250:–	2 718:–	6 420:–
Almunge	Micke Meks Bilservice (Mekonomen)	–	–	–	–	–	6 300:–
Uppl-Väsby	Bil & Motor (Autoverkstaden)	–	–	–	–	–	5 695:–

fnot: Priser kan variera beroende på valt filter till luftkvalitetssystem, röd markering = dyrast, grön markering = billigast



Det här är ett sammandrag från en artikel i auto motor & sport – landets ledande biltidning. www.automotorsport.se

Säljer du auto motor & sport? Var med i utlottning av filmer och alkomätare!

Skicka ett mejl till chefredaktören Alrik Söderlind så kan du vinna ett av tre paket med tre DVD-filmer och en alkomätare. Skriv gärna några rader om tidningen eller tidningsförsäljning. Adressen är alrik.soderlind@automotorsport.se

Välkomna till Bensin&Butiks FRÅGEPANEL

Har du frågor inom de områden våra experter behärskar är du välkommen att skriva till oss under adress "Frågelådan, Bensin&Butik, Box 1763, 111 87 Stockholm".

Affärsjuridik

Fråga: Jag har precis köpt en kompressor till min verkstad och fått en faktura som inte stämmer överens med den prisuppgift jag fick när jag gjorde beställningen. Vad gäller?

Svar: Till att börja med omfattas Ni som näringsidkare av Köplagen. Av 47 § Köplagen framgår att om Du fått en "räkning" (faktura) blir Du bunden av det pris som angetts i fakturan om Du inte inom skälig tid meddelar säljaren att Du inte godkänner priset. Även om man skulle missa att reklamera mot fakturan gäller inte fakturapriset om ett lägre pris följer av avtalet eller om det begärda beloppet är oskäligt.

Ett otal tvister handlar just om vilket pris som har avtalats och ofta blir det problem för den part som har den s k bevisbördan

för sitt påstående. Den part som hävdar att något fast pris inte är avtalat har bevisbördan för detta påstående och om något fast pris inte anses avtalat ska köparen betala vad som anses vara skäligt. I realiteten får man i sådant fall göra en jämförelse med vad man skulle få betala för en likvärdig vara från annan leverantör. Efter ett rättsfall i Högsta domstolen 2001 framgår att den part som i stället hävdar att avtal träffats om fast pris har bevisbördan för sitt påstående.

Av Din fråga framgår inte om säljaren verkligen hävdar ett högre fast pris än Du eller bara fakturerat ett pris som han anser vara "gängse". Konsekvensen av dessa rätt komplicerade bevisbörderegler är i vart fall att Du omgående bör reklamera mot fakturan och hävda att ett fast lägre pris är avtalat. För att ge ökat tyngd till Din

reklamation bör Du också kontrollera med andra leverantörer att det pris Du hävdar är rimligt och "gängse". ■

*Bengt Ringqvist, tel 0501-165 45
advokat.bengt.ringqvist@telia.com*



Bengt Ringqvist, affärsadvokat

Skattefrågor

Fråga: Från 1 augusti 2007 måste trängselskatt betalas vid in- och utpassering till och från Stockholms innerstad. Jag disponerar en förmånsbil via mitt företag. Företaget betalar trängselskatten varje dag när jag åker in och ur från Stockholm. Jag använder bilen i tjänsten rätt många dagar per år varför det blir en hel del in- och utpasseringar vissa dagar. Någon berättade för mig att risk finns att bilförmånsvärdet kommer att höjas på grund av att mitt företag betalar trängselskatt när jag åker till och från kontoret i stan. Vad gäller egentligen för mig och mitt företag?

Svar: Bilförmånsvärdet kommer inte att höjas på grund av införd trängselskatt. Däremot har frågan uppkommit om en arbetsgivares betalning av trängselskatt för en anställd skall medföra förmånsbeskattning för den anställde. Med andra ord skall "fri trängselskatt" beskattas? Skatteverket har nyligen tagit ställning till sin syn på saken och därvid ändrat sitt tidigare ställningstagande.

Om arbetsgivaren betalar den anställdes utgifter för trängselskatt avseende privata resor med förmånsbil uppkommer en skattepliktig förmån med motsvarande belopp. Detta gäller även för den trängselskatt som belöper på den anställdes resor till och från arbetet med förmånsbil. Utgiften för trängselskatten ska ingå

i underlaget för arbetsgivaravgifter och skatteavdrag samt redovisas på kontrolluppgift.

En förmånsbil kan användas såväl för resor i tjänsten som för privata resor. Med privata resor avses också resor mellan bostad och arbetsplats. Av uttalandena i förarbetena framgår att avdrag för trängselskatt medges för resor med bil i tjänsten. Avdrag för trängselskatt i samband med arbetsresor med egen bil medges endast under förutsättning att den skattskyldige uppfyller de villkor som anges i lagtexten för rätt till bilavdrag.

Om arbetsgivaren betalar trängselskatt som avser förmånsbilens användning i tjänsten föranleder detta ingen förmånsbeskattning för den anställde eftersom trängselskatt är avdragsgill vid inkomsttaxeringen. Arbetsgivaren har rätt till avdrag för erlagd trängselskatt vid bilens användning för tjänstekörning. Om arbetsgivaren betalar trängselskatt som avser förmånsbilens användning för den anställdes privata resor anses arbetsgivaren ha gjort utlägg för den anställdes privata kostnader. Utlägget för trängselskatten ska därför beskattas som en förmån utöver bilförmånsvärdet. Förmånsvärdet ska därvid beräknas såväl för den trängselskatt som avser förmånsbilens användning för arbetsresor som bilens användning för övriga privatresor. För

arbetsgivaren gäller att dennes utlägg för trängselskatt för den anställdes räkning är avdragsgilla som lönekostnad.

Ja det kan bli en hel del "småtteri" att hålla reda på för alla arbetsgivare framöver om inte Skatteverket ändrar uppfattning eller att lagstiftaren ingriper och justerar reglerna. ■

*Staffan Lindqvist, 0703 - 19 82 33
staffan@adminova.se*



Staffan Lindqvist, skattejurist