

BILERNE står bag fodbolden i SILKEBORG

I årtier har Silkeborg været kendt som bilernes by. Byen var præget af bilforhandlere på hvert gadehjørne. I dag er bilhusene færre og større, men Silkeborg er stadig bilernes by. Og bilerne står stadig bag fodbolden i Silkeborg IF.

FOTO: THOMAS JUUL, JUUL FOTOGRAFI

Lige så længe, der har været spillet professionel fodbold i Silkeborg, har en bred vifte af bilforhandlere stået bag som sponsorer.

Sådan var det i 80'erne og sådan er det i dag. Ved indgangen til denne sæson, hvor SIF er tilbage på højeste niveau, står 9 bilforhandlere bag klubben med et sponsorat. Begrundelserne er flere, men en af de vigtigste handler om at være med til at gøre Silkeborg synlig. Silkeborg har i snart fem årtier været

kendt som bilernes by. Og sådan skal det fortsat være. Fodbold er et af midlerne til at fortælle den historie.

Det er der brug for i en tid, hvor branchen står overfor store strukturelle forandringer. Flere mærker samles i færre bilhuse. De lokale eksempler er VIA Bilers overtagelse af Per B., så bilhuset i Silkeborg i dag forhandler fire nyvogns-brands (Toyota, Ford, Mazda, Suzuki), Poul Munk (Peugeot, Citroën, Honda og Opel) og Globus Biler (Hyundai





Bilernes Hus

Vi har brug for synlighed i vores nær-område, og derfor støtter vi både bredde og elite indenfor sport. (Bjerringbro-Silkeborg, Silkeborg IF, HA 85, Silkeborg Ry Golfklub og samarbejde med Racingdenmark). Siden vi lagde vores strategi om med større fokus på Silkeborg og omegn, har vi øget vores salg lokalt fra 18 til 32-33 procent. Eksponering betyder meget for os, og vi er derfor afhængige af tv-dækningen, som er væsentligt større i Superligaen. Derfor giver det mening for os at være med i SIF i denne sæson, bl.a. med et 3D banner ved siden af målene. Og så vil vi jo gerne hjælpe med at gøre Silkeborg synlig. Ivan Dyrland, eftermarkedschef i Bilernes Hus, sponsor i SIF i skiftende perioder, senest i 2018 og igen fra 1. juli 2019.



Sand Jensen Automobiler

Vi sponsorerer byens førende fodboldhold med stolthed. For os er det ikke afgørende med gode resultater, selvom det naturligvis foretrækkes. Det er mere sammenholdet og at Silkeborg også er repræsenteret i 3F Superligaen. Vi er i en aktiv by, hvor der er utrolig mange gode arrangementer, events og happenings hen over året og det er vigtigt at erhvervslivet og indbyggerne bakker op. Det er med til, at jeg er stolt over at være silkeborgenser. René Sand Jensen, salgsdirektør, der selv spillede fodbold i SIF i 80'erne. Det begyndte med køb af lodsedler. Siden 1995 har Sand Jensen haft firma-sponsorat i klubben og blev hædret med 20 års nål i 2014.



Globus Biler

Vi er i SIF med hjertet. Min kone og jeg nyder at komme i loungen til kampene og møde mennesker, vi kender og snakke både fritid og forretning. Selvfølgelig er der også forretning i det. Det er et godt netværk at være med i, og så er vi med til at bakke op om den lokale elitesport, som er vigtig for byen og den opmærksomhed, vi ad den vej kan skabe landsdækkende. Henrik Thomsen, indehaver af Globus Biler, der helt tilbage i 1987 trådte ind i SIF's sponsorkreds for første gang og siden har været med med enkelte pauser.

og Mitsubishi) samtidig med at man i Bilernes Hus finder Nissan, Kia, Skoda og Volkswagen.

Kravene fra kunder og importører er blevet større

Nyvogns-forhandlerne vil i fremtiden også stå for salg af et stigende antal brugte biler.

- Går du bare 10-12 år tilbage var det ét mærke, én forhandler. Men kravene fra både kunder og importører er blevet meget større. Derfor skal vi hele tiden være på mærkerne, siger eftermarkedschef i Bilernes Hus, Ivan Dyrland. - I dag forventer kunderne, at de kan finde alt på nettet. Og det skal være nemt. Er vi ikke med på digitaliseringen, taber vi terræn. Vi oplever også, at det kan være svært at levere nye biler. Vi har fire mærker, men alligevel kan vi ikke altid følge med efterspørgslen. Det er hårdt ved forretningen, og derfor sætter vi også målrettet på salg af nyere brugte biler, fortsætter Ivan Dyrland. VIA Biler, der er en landsdækkende

kæde med 14 forhandlere, ser også volumen som fremtidens trend, og i Silkeborg har filialchef Jesper Pedersen en stærk tro på fremtiden som bilernes by. - Silkeborg står stærkt. Byen ligger geografisk fint, og der er let adgang fra både Århus og Herning. Og branchen lokalt har oppet sig i de seneste år. Jeg synes, det er fedt, at Silkeborg som bilby er med på tendenserne for fremtiden. Og så er tilgængeligheden stor med lange åbningstider i bilhusene – også i weekenden, siger han. - Vi vil se færre forhandlere. Ikke nødvendigvis færre udsalgssteder, men samme ejer om flere. Fremtiden tilhører bilkoncerner med volumen og med styr på de interne processer, siger VIA-chefen videre.

De store bliver større

Hos Poul Munk A/S er direktør Jesper Elstrøm enig i sine kollegaers betragtninger. - Bilmærkerne samler sig under ét tag. Vi er selv et eksempel med overtagelse

af først Peugeot, siden Opel. De store bilhuse bliver større i bybilledet, for der skal laves mere plads på værkstedet, skabes individuelle showrooms, mere lagerplads og selvfølgelig plads til det stigende antal medarbejdere. Vi går en spændende tid i møde – også selv om det ikke er omkostningsfrit, siger Jesper Elstrøm.

I Bilernes Hus har Per Kristensen, Vulcan, forhandling af VW og Skoda. Han mærker tidens krav til større enheder. - Importørerne efterspørger store huse med flere bilmærker. I Sønderjylland samarbejder VW-forhandlerne, og i Vestjylland er man også gået sammen. Stadig ser man, at forhandlerne har hver sin forretning, men de samarbejder. Det er helt nødvendigt, for med de store investeringer, nyvogns-forhandlerne står overfor, kan man ikke stå alene, siger Per Kristensen.

Kunderne har ændret adfærd

Sand Jensen Automobiler er en af de forhandlere, der har flest år på bagen »



Per B Cars

Jeg er fra Silkeborg og har selv spillet i SIF som dreng. Fodbold er en del af byens fundament. Jeg synes, at vi alle har en forpligtelse til at byde ind på det kulturliv, vi har. Om det er Museum Jorn, Hjejlen, håndbold, fodbold eller noget helt femte. Og jeg tror det er selvforstærkende. Jo mere vi passer på de ting vi har og udvikler dem, jo bedre for vores by. Både i forhold til tilflytning og turisme. Per B. Christensen, CEO i Per B. Cars og med i SIF's sponsorkreds gennem hans tidligere firma PerB siden 1990, da Klub117 blev stiftet. Hædret som 20 års jubilær i 2011.



Vulcan

Netværk og personlige relationer er vigtige faktorer, og så giver det synlighed. Når vi er sponsor for SIF's Company Day i golf (bil for hole-in-one) eller til stede i Eniig Loungen, så møder vi mange af de mennesker, vi også ser i forretningen. Og der er stadig mange spillere og trænere i SIF, der handler bil hos os. Per Kristensen, direktør i Vulcan, sponsor siden slut-80'erne, hvor Per Kristensen var en del af førsteholdstruppen som målmand. Dengang var det som personlig sponsor for Viggo Jensen.



Poul Munk A/S

Vi er en stolt sponsor af Silkeborgs førende fodboldhold og har været det i mange år. Størstedelen af vores sponsormidler går til lokalsporten, og vi er meget engageret i de aktiviteter, der sker omkring os. Vi er overbeviste om, at de tiltag der skaber sammenhold og liv i bybilledet, er værd at sponsere – og det er også en af hovedgrundene til, at Poul Munk A/S er sponsor for SIF. Ydermere er vi selvfølgelig også med, fordi det øger kendskabet til Poul Munk A/S. Jesper Elstrøm, direktør i Poul Munk A/S, sponsor i SIF siden 2011.

» i Silkeborg. I år fejrer virksomheden således 50 års jubilæum, og virksomheden har været gennem hele udviklingen fra avis-annoncering til digitalisering og den deraf ændrede adfærd hos kunderne.

- Igennem rigtig mange år var annoncering i Jyllands-Posten gennem Garantiforeningen Bilerne By den traditionelle markedsføring. I dag er det skubbet i baggrunden til fordel for internettet og de sociale medier. Det har ændret kundernes adfærd. En bilhandel foretages ikke længere typisk som en weekend-udflugt til forhandleren, men mere i hverdagene eller online, forklarer salgsdirektør René Sand Jensen.

Øget fokus på leasing

Et andet krav fra forbrugerne er mere frihed og fleksibilitet, når familien skal have nyt køretøj. Derfor ser man de fleste forhandlere med salg af både nye og brugte biler også have leasing på programmet.

- Om få år har vi måske 200-300 leasing-biler i stedet for 100, som niveauet er i dag, siger Ivan Dyrland fra Bilerne

Hus, og hos CC Cars ser direktør Carsten Jensen også tendenserne.

- Vi kan se, at leasing vinder mere og mere ind, og i premium-bil segmentet bliver der stort set ikke solgt biler, uden det er på leasing, siger Carsten Jensen. Hos Sand Jensen har man også oprettet eget leasingselskab – netop for at imødekomme kundernes ønske om handlefrihed i valg af bil.

- Vi er i stand til at agere hurtigere og mere fleksibelt, og det har været et stort plus for virksomheden. Vi kan hente biler hjem på kundernes bestilling fra bl.a. Tyskland, siger René Sand Jensen.

Unge mennesker vil leje

Det traditionelle produkt indenfor leasing hedder flexleasing. Ejeren afskriver kun på bilens værdi – ikke på afgiften. Køberens behov for kapital er således ikke så stort, som ved konventionelt bilkøb. Samtidig kender man den månedlige ydelse og har samtidig mulighed for at skifte fra cabriolet om sommeren til SUV om vinteren.

- Unge mennesker i dag vil hellere lease fremfor at eje, der er for dyrt. Det er

også derfor, man ser lejebolig-markedet i vækst. Som ung familie ved du, hvad du har af faste månedlige udgifter, hvis du lejer. 10-12.000 kr. til et rækkehus og 2-4.000 kr. til en leaset bil, forklarer Per B. Christensen, der har over 30 års erfaring fra det silkeborgsiske bilmarked. Han overtog sin fars forretning i 1987 og omdøbte den til Per B. med forhandling af Mazda og Suzuki og siden Ford. I dag er firmaet solgt til VIA Biler, og Per B. Christensen driver leasing-forretning i firmaet Per B Cars.

Unico A/S er også aktør på leasing-markedet. Firmaet er stiftet af Jeppe Dahl Andersen i 2011 og har i dag også den tidligere medejer af Per B, Kenneth Pedersen, i ejerkredsen.

- Da jeg trådte ud af nyvognsbranchen, så jeg jo, at det marked i fremtiden ville kræve større enheder og samme ejer om flere bilhuse. Importørernes krav ville kun blive større. Jeg tror på, at fremtiden hedder leasing, fordi det giver stor frihed – både i bilvalg og økonomi, siger Kenneth Pedersen, der udover medejer også er salgsdirektør i Unico A/S.

– når tiden bruges på sund aktivitet

**Multibane
Panna Bane
Goal Station
Kunstgræs
Crossfit
Parkour
Padel
Tennis**

- **Markedets mest attraktive pris**
- **Meget høj kvalitet**
- **Vedligeholdelsesfri**
- **Fantastisk flexibel**

– du vælger selv indretning og underlag





CC Cars

Vi mener det er vigtigt for en by som Silkeborg og opland at have en fodboldklub med i den bedste række. Det kræver sponsorater, og det ønsker vi at støtte.

Christian Jensen, indehaver og stifter af CC Cars, sponsor i SIF siden 2013.



Unico

Vi vil gerne være med til at støtte byen, og fodbold giver opmærksomhed og positionerer Silkeborg over hele Danmark. Netværket i sponsor-kredsen er også vigtigt for os. Mange af de mennesker, vi møder i Eniig Loungen på JYSK park, ser vi også i vores forretning.

Kenneth Pedersen, medejer og salgssvarlig hos Unico, sponsor i SIF siden 2016.



VIA Biler

Vi vil gerne støtte ting, der bringer Silkeborg på landkortet. Som virksomhed har vi efterhånden en størrelse her i byen, der forpligter. Det ansvar tager vi gerne på os. Ud over det er det vigtigt i det daglige at være med til at vise, at Silkeborg er Bilernes By. Aktiveret rigtigt, giver sponsoratet stor værdi. Jesper Pedersen, filialchef, VIA Biler Silkeborg, sponsor i SIF i fem-årig periode fra 2009-14 og igen fra 1. juli 2019 efter overtagelse af Per B.

Salg af **EL-BILER** vil tordne frem

Efterspørgslen på miljørigtige biler stiger eksplosivt i de kommende år. Branchen er bekymret for, om infrastrukturen kan nå at blive klar.

Spørger man i den silkeborgensiske bilbranche til fremtidens marked, fylder miljørigtige biler en del. Kunderne vil have el eller hybrid, og politisk er der på EU-plan sat ambitiøse mål for antallet af klimarigtige biler på de europæiske veje. - Havde du spurgt mig for tre år siden, havde jeg sagt, at der ville gå mange år, før el-biler ville slå an. Men når der træder nye EU-regler på området i kraft pr. 1. januar, vil efterspørgslen blive endnu større. Skal Danmark blive klar til det, kræver det politisk handling, siger formanden for Garantiforeningen Bilernes By og ejer og direktør i Globus Biler, Henrik Thomsen.

Henrik Thomsen ser markedet for miljørigtige biler – el, brint og hybrid – stige eksplosivt i de kommende år, og det vil kræve infrastruktur. Først og fremmest ladeplatforme og et el-net,

der kan klare belastningen, når bilerne på villavejene står i rækker for at blive "tanket op" i løbet af natten.

- Det koster 40 mia. kr. at etablere et el-net i Danmark, der vil kunne klare belastningen. Det er ikke ret mange penge i det store billede. Men det kræver beslutninger fra politisk side at få sat det i gang, siger Henrik Thomsen, der i sin egen forretning, Globus Biler, dagligt mærker efterspørgslen.

- Der er ventetid på levering, siger han. Globus Biler har ud over brugtogsforhandling også ny-forhandling af Mitsubishi og Hyundai, og ifølge Henrik Thomsen har netop Hyundai et af de største produkt-programmer for miljørigtige biler - el, brint, hybrid. Og el-bilerne kan køre 500 kilometer på en opladning og handles på 12 måneders leasing. Det mærker han på efterspørgslen.

- Vi er klar. Men de nærmeste standere for brint står i Vejle og Fredericia, og ved Bilka i Århus finder man to ladeplatforme til el-biler. Politikerne er nødt til at handle hurtigt, siger direktøren. Samme bekymring finder man hos kollegaerne.

- Vi skal nok være klar med det, vi skal sørge for i forhold til importørerne og samarbejdspartnerne. Men det bekymrer mig, om infrastrukturen er det, siger således Vulcan-direktør Per Kristensen.

- I Norge er de milevidt foran os. 75 procent af bil-parken er enten el eller hybrid, og de har investeret massivt i infrastrukturen. Alligevel står lyset og blårer, når alle sætter bilen i laderen hen under aften. Det er nu, vi står på den grønne bølge, men jeg frygter lidt om infrastrukturen når at blive klar i tide, fortsætter han.

- Fremtiden siger el. Det kommer med 180 kilometer i timen, og det kræver omstilling. Også i branchen, siger Ivan Dyrland, direktør i Bilernes Hus. Han peger også på, at den miljørigtige bil-bølge udfordrer de store bilhuse.

- Vi bliver presset på værksteds-delen. En mekaniker, der i dag har mellem 3 og 3,5 biler igennem systemet, skal op på 6 el-biler for at nå samme indtjening. I en el-bil skifter man komponenten, når den er i stykker. Der er ikke meget reparation i el, siger Ivan Dyrland.