

Ny regel gør motorcykler værdiløse

Motorcykler med en anden motor end den originale motormodel mister deres identitet og dermed bliver motorcyklen værdiløs.



Vi har modtaget

Trafikstyrelsen er i gang med at ændre reglerne for ombygning af motorcykler og også personbiler. Specielt på motorcykelområdet kommer der til at ske mange positive ændringer, som gør det muligt at ombygge efter klare regler.

Dog betyder specielt ét forhold en kraftig forværing af situationen. Forslaget til ændring indeholder en passus, som bevirker, at alle motorcykler med en anden motor end den originale motormodel mister deres identitet og dermed bliver motorcyklen værdiløs. Det

kan samlet set betyde et tab på et trecifret millionbeløb, da motorcyklejerne såvel som forhandlerne af brugte motorcykler kan brænde inde med værdiløse motorcykler.

I klar tekst betyder det yderligere, at ældre motorcykler, hvor motoren bliver skadet, uden at den kan repareres, skal bortkastes, såfremt man ikke kan skaffe en motor af samme model. Det bevirker specielt på Harley Davidson-området, at motorer fra andre pro-

ducenter ikke længere må anvendes som erstatningsmotor. På andre mærker betyder det, at man ikke kan anvende en motor fra en anden motorcykelmodel af samme mærke som erstatningsmotor.

De fleste er bekendt med 20 procent grænsen, som findes både i registreringsafgiftsbekendtgørelsen såvel som i synsvejledningen. Denne betyder, at såfremt en erstatningsmotor yder mere end 20 procent i originaltilstand, så mister

motorcyklen sin identitet. Ordet identitetstab har to betydninger. På skatteområdet betyder det, at den betalte afgift inddrages og der opkræves en fornyet afgift baseret på en af Skat skønnet salgsværdi af motorcyklen. Bliver man stoppet på vejen, eller bliver motorcyklen fotograferet på vejen med pågældende motor monteret, så kan man også forvente en bøde, ofte i samme størrelsesorden som den fornyede registreringsafgift. Her kan der være tale om flere hundretusinde kroner.

SKAD har gjort indsigelse mod forslaget til ny regel i forbindelse med motorudskiftning, da vi mener at dette både strider mod almindelig retspraksis og vil skabe store problemer for motorcyklejerne og branchen.

Thomas Krebs,
direktør SKAD

Noget om branding og synlighed

Vi har modtaget

Branding handler om synlighed, et godt image og i særdeleshed om positionering.

Enhver virksomhed med respekt for sig selv opererer med en målrettet "branding strategi". Det handler helt grundlæggende om det samlede værdisæt i og omkring virksomheden. Det handler om vedvarende aktivitet ud fra "en gensynsbetragtning", det at blive anset for en seriøs le-

verandør/partner. Det kræver dog, at det hele plejes og vedligeholdes.

Mange undervurderer det beskrevne. Der er masser af direkte og indirekte gevinster, om ens identitet oppebærer omverdens forståelse for, at "her eksisterer noget unikt": Her findes noget brugbart.

Et godt brand er fundamentet for vedvarende succes. Heraf udspringer også troværdighed. Man kan faktisk sige, at branding er et særdeles vigtigt værdibegreb.

Opnår man respekt om ens "gøren og laden", skal man søge at udbygge dette til noget endnu mere positivt. I mit forrige virke, lykkedes det at opnå "plus-eksponering" via "co-branding" (gensidige fordele) inden for kultur og sport. Bedste eksempel var årene med verdens bedste kvindelige badminton spiller, Tine Baun. I de mest succesfulde øjeblikke opnåedes en positiv eksponeringsværdi på mange millioner kroner. På toppen fulgte så medarbejder-

nes stolthed over dette. Det var professionel eksponering på kryds og tværs, det var fælles værdi for alle parter.

Branding er ikke bare "noget smart noget", gimmick etc. Det handler om "værdifuld identitet". Har man noget at byde på, bør man ses. Og hvem har ikke det? Netop derfor er synlighed så vigtig.

Jens Sørensen, tidligere Nordic Forum præsident og FTZ topchef

Temadag om dæk i Taastrup

Rådet for Større Dæksikkerhed afholder traditionen tro den årlige temadag på Teknologisk Institut i Taastrup onsdag den 24. september.

- Vi kan med glæde præsentere årets program, som både vil dreje sig om det højaktuelle emne TPMS (ved Bosch og Alcar), årets

dækrazia kampagner, som i år er de mest omfattende nogensinde, ny update på EU-dækmærknings label, nyt fra STRO og naturligvis er vinterdæk også med på programmet igen. Vi har været ude i god tid og er derfor meget glade for igen at kunne præsentere stærkt felt af indlægsholdere, så

vi får både dæksikkerhed, teknik, forbruger- og brancheinformation og politik berørt på årets temadag, siger Volker Nitz, direktør i Dækbranchens Fællesråd og ansvarlig for Rådet for Større Dæksikkerhed.

Også Victor Hollnagel, bilinspektør i Trafikstyrelsen, og Rasmus Prehn,

trafikordfører for Socialdemokratiet, er blandt indlægsholderne.

Kl. 9 bydes der på morgenbuffet, og selve arrangementet begynder kl. 9.30. Der afsluttes med frokost kl. cirka 13, og alle er velkomne. Tilmelding sker på daeksikkerhed.dk/temadag2014. *mich*

MOTOR-MAGASINET's Branchepanel

For at styrke sammenholdet og ikke mindst at sikre en optimal dialog i autobranchen har Motor-magasinet etableret dette branchepanel, bestående af førende brancheforeninger og organisationer.

AutoBranchen Danmark (tidl. D.A.F. og FAI)

v/formand Hans-Jørgen Jørgensen, salg og næstformand Lasse Jæger Jensen, eftermarked www.autobranchendanmark.dk, e-mail: hjj@alsmotor.dk og lasse@lakspecialisten.dk

Autobranchens Handels- og Industriforening (AUTIG)

v/formand Bernhard Nørby www.autig.dk, e-mail: autig@autig.dk

Bremse- & Koblingsforeningen i Danmark (BKD)

(Foreningen nedlagt i oktober 2009, men fortsat aktivt netværk) Kontaktperson Michael Bendtsen www.bk-d.dk, e-mail: lyddaemper-central@mail.dk

BilGenbrug Danmark (BGD)

v/formand Lasse Haubo e-mail: mail@sallingautogenbrug.dk

Centralforeningen af Autoreparatører i Danmark (CAD)

v/formand Henrik Pedersen www.cad.dk, e-mail: cad@cad.dk

Dansk Autogenbrug (DAG)

v/formand Bjarne Nielsen www.autogenbrug.dk, e-mail: post@autogenbrug.dk

Dansk Autoglas

v/formand Villy Nielsen www.danskautoglas.dk, e-mail: danskautoglas@glarmesterlauget.dk

Dansk Bil Forhandler Union (DBFU)

v/formand Jeppe Ruby Laursen www.dbfu.dk, e-mail: info@dbfu.dk

Dansk Metal

v/formand for automekanikerne i Århus Lasse Bøttcher E-mail: 0200lab@danskmetal.dk

De Danske Bilimportører (DBI)

v/formand Kristian Krapper www.bilimp.dk, e-mail: dbi@bilimp.dk

Den Danske Bilbranche

v/formand Hans Vestergaard www.bilbranchen.dk, e-mail: bil@di.dk

Dækimportørforeningen

v/ formand Kenneth Saust www.dakimportorforeningen.dk email: kesau@mail.dk

Foreningen af Danske Cylinderservice Virksomheder

v/formand Lars Weide Olsen www.cylinderservice.nu, e-mail: hoslgcyl@post6.tele.dk

Motorhistorisk Samråd (MHS)

v/ formand Søren Jacobsen www.motorhistorisk.dk mhs@motorhistorisk.dk

Sammenslutning af Køretøjsbyggere og Autooprettere i Danmark (SKAD)

v/formand Henrik R. Hansen www.skad.dk, e-mail: info@skad.dk

Ugens mest læste på netavisen www.motormagasinet.dk:

• Branchen tjener mindre

Motor-magasinet's Top 100-analyse, som sætter lup på de 100 største virksomheder i autobranchen, viser en branche med solide salgstal, men med ondt i indtjeningen. 20 siders Top 100-tillæg fulgte med sidste avis.

• Singlebrand-bilforhandler

Der er flere fordele end ulemper ved at være forhandler af kun ét bilmærke, mener Thomas Ølshøj, Unicars A/S, der satser udelukkende på Opel i Birkerød og Hillerød.

Husk at avisens abonnenter frit kan læse alt på netavisen ved at logge sig ind - også de mange nyheder, som ikke står i printavisen.

MOTOR-MAGASINET

