

Pressmeddelanden

Sep 01, 2005 | ID: 5072

Volvos bilexport till USA 50 år

På hösten 1955 började i ganska blygsam skala det som med åren skulle utvecklas till en jättesuccé: Exporten av Volvo-bilar till USA. "The Family Sports Car from Sweden" kom till det stora landet i väster för att stanna. Det som av skeptikerna från början betraktades som att sälja kylskåp till eskimåer, utvecklades med åren till att bli Volvo Personvagnars överlägset största exportaffär. Och är det fortfarande.

Den första Volvo-bilen som rullade på amerikanska vägar var emellertid ingen PV444, och det skedde över 20 år innan amerikanerna lärde sig säga Volvo. Redan 1933 lät tre svenska tidningsmän skeppa över en Volvo PV652 till New York för att därifrån köra till världsutställningen i Chicago. Resan gjordes tur och retur och den enda malören som drabbade bilen under de 3000 kilometrarna var en punktering på ena framdäcket. Längs vägen gjordes flera stopp. Ett av dem i bilindustrins egen hemstad Detroit där Volvon bl a visades upp hos Ford och väckte berättigad uppmärksamhet. Föga anade man väl där att...

Nästa Volvo som rullade på amerikansk mark var en PV444-prototyp som togs över tidigt 1947 utan några egentliga försäljningsavsikter utan mer för att visa upp bilen, och kanske därmed så ett frö. Den väckte en hel del intresse och belönades t o m med ett pris för sin förmåga att klara stadstrafik på ett ovanligt säkert sätt.

Mot väst, mot väst!

Men det gick inte att köpa någon Volvo-bil i USA förrän 1955. I Göteborg hade Volvo-ledningen insett att en kraftig exportökning var nödvändig för att få en jämnare fördelad försäljningskurva. Säsongsvariationerna i Sverige bedömdes vara för stora för att ge den stabilitet som behövdes och den ännu så länge ganska blygsamma exporten räckte inte riktigt till. Mot bilens eget hemland, USA, måste man följaktligen sikta med exportoffensiven och 15 augusti anlände den första provleveransen av PV444 till Los Angeles, beledsagad av skeptikernas prat om att "sälja kylskåp till eskimåer".

En av dessa första USA-bilar, en maroonröd Volvo PV444 HS med extra breda vita däcksidor, presenterades för amerikansk publik i den svenska paviljongen på California State Fair & Exposition i Sacramento i september 1955. Ungefär samtidigt, 20 september, skeppades den första riktiga sändningen Volvo-bilar ut från Göteborg.

Sportmotorn för USA

Trots att själva ombordlastningen skedde med lyftkranar och mycket manskraft, hade Volvo ändå tagit ett steg på vägen mot modernare logistiklösningar genom att packa bilarna ovanpå varandra två och två i specialtillverkade lätta häckar.

De amerikanska PV444 utrustades med B14A-motorn på 70 hk som egentligen tagits fram för plastsportbilen Volvo Sport. Denna starkare motor fanns inte i svensksålda 444:or, utom i enstaka polisbilar. Anledningen till att bilarna försågs med sportmotorn var de amerikanska tullbestämmelserna. Importavgiften beräknades nämligen efter bilens försäljningspris på hemmamarknaden och eftersom B14A-motorn inte såldes i Sverige, beräknades istället priset efter den enklare och billigare B4B-motorn på 44 hk. USA-bilarna levererades med vita däcksidor och försågs dessutom med sealed beam-strålkastare vid ankomsten till USA.

Två Volvo-pionjärer

Nästan samtidigt som allt detta skedde, för en svensk ingenjör, Nils Sefeldt, med barn, blomma och bil från Sverige över Atlanten med båt, destination New York. Bilen var en duvgrå PV444HS och Sefeldt hade bestämt sig för att börja sälja Volvo i USA. Volvo-kontraktet omfattade inledningsvis sju stater och första stället där Sefeldt etablerade sig blev Fort Worth i Texas. Ganska snart upptäckte han, till sin besvikelse, att det gick trögt att locka Volvo-köpare. Han gav sig emellertid inte utan sålde först sin begagnade grå bil och därefter ytterligare fem Volvo-bilar. De fem blev tio och snart började det rulla på. En flytt till Houston gav ytterligare skjuts åt hans agentur som faktiskt kom att omfatta hela 16 stater i södra och sydvästra USA. I mitten av 60-talet köpte Volvos eget försäljningsbolag Sefeldts agentur men denne behöll anläggninghgen i Houston där hans söner så småningom fortsatte verksamheten.

Under tiden hade också en annan driftig pionjär börjat sälja Volvo-bilar i de västra delarna av USA. Leo Hirsch hade under en affärsresa i Sverige 1955 åkt Volvo-taxi, imponerats och bestämt sig för att bli återförsäljare för märket på den amerikanska västkusten. Han fick kontrakt att sälja Volvo-bilar i elva stater i västra USA och lyckades med åren skapa ett verkligt imperium.

The Family SportsCar

Först i media att uppmärksamma Volvos närvaro i USA var anrika motortidningen Road & Track som skrev följande i sitt juninummer 1956 : "The Volvo Company is setting up a dealer organisation for their PV444 sedan. This is the 1½ litre car that has been walking away with the trophies in West Coast sedan races."

Det var just som "The Family SportsCar" Volvo PV444 marknadsfördes, och för att stödja det påståendet hade bilen startat, och segrat, i otaliga korta och långa standardvagnslopp. Något som onekligen väckte uppmärksamhet och bidrog till den kommande framgången.

1956 blev genombrottsåret för Volvo i USA. Redan efter ett halvår hade Volvo etablerat sig som tvåa bland importmärkena i Kalifornien och starkt bidragande var, förutom tävlingsframgångarna, den modell som tagits fram särskilt för kunderna på västkusten, PV444K Californian. En dröm i pärlvitt med galoninredning i gult och svart samt med 70-hästarmotor. Sportigt så det förslog. Första testet gjordes hösten 1957 av Sports Car Illustrated med gott resultat. PV:n befanns vara lika sportig som den utgivit sig för att vara i marknadsföringen och dess solida byggnad imponerade stort.

Egen USA-organisation

Satsningen på östkusten kom också igång samma år. På våren 1956 visades PV444 i New York och tack vare det säkrades Volvo-vänner i de båda viktigaste försäljningsområdena i USA. På östkusten kom också Volvos amerikanska huvudkontor ganska snart att hamna. Redan 1927 hade Volvo etablerat ett inköpskontor i Detroit eftersom flera av Volvos stora leverantörer, som t ex AC, Bendix och Eaton, fanns där.

1956, ett år efter att importen av Volvo-bilar kommit igång, skapades Volvo Import Inc med säte i Detroit för att ha ansvaret för alla Volvo-koncernens produkter. 1958 flyttades emellertid verksamheten till New Jersey och där finns delar av den fortfarande finns kvar. Under namnet Volvo North America Corporation samlades ett antal divisioner för respektive personbilar, lastbilar, marinmotorer, finans m.m.

I och med försäljningen av Volvo Personvagnar till Ford Motor Co 1999, ombildades personbilsdivisionen till Volvo Cars of North America. Huvudparten av det företags verksamhet är numera förlagd till Irvine, Kalifornien, där Ford samlat alla PAG-märken under ett tak.

Volvos USA-affär – en framgångssaga

Volvos USA-försäljning är en berättelse om en närmast exempellös framgång. En liten rundryggad bil med gammaldags utseende från ett närmast okänt litet land långt, långt bort på andra sidan jordklotet bildade grunden till den närvaro i USA som för amerikanen är en del självklar del av vardagen.

1955, första året i USA, såldes med möda 26 Volvo-bilar. Redan året efter, 1956, var antalet 5047 bilar och 1957 hade antalet dubblats till 10319. Det verkliga lyftet kom 1958 med den moderna och uppiffade PV544. Då fanns redan 400 Volvo-återförsäljare på den amerikanska kontinenten. Redan 1960 gick den 50.000:e PV:n över Atlanten och till dags dato har sammanlagt ca 3,3 miljoner Volvo-bilar sålts i USA. Återförsäljarnätet omfattar idag mer än 350 försäljningställen och täcker in samtliga 50 stater. De allra starkaste Volvo-områdena är emellertid, nu som då, öst- och västkusterna.

Volvo – i tiden

2004 såldes 140 000 Volvo-bilar i USA, den bästa siffran hittills. Med fler nya och spännande modeller i programmet skall den siffran ökas. Målet på sikt är 200 000.

Den traditionella bilden av Volvo med hemmafrun som kör en herrgårdsvagn har med åren suddats ut. Volvos sätt och förmåga att ligga rätt i tiden har avsevärt förbättrats och Volvo har därför mer och mer blivit en ungdomens och den aktiva livsstilens bil. Om detta vittnar inte minst den kompakta mellanklassbilen S40:s framgångar. Lite grand av en parallell till hur USA tog till sig den kompakta och sportiga PV:n på 50-talet.

Chef för Volvo Cars of North America idag är Anne Belec, med förflutet inom både Ford Motor Co och Volvo Personvagnars marknadsföringsavdelning i Göteborg. Hon ser positivt på Volvos situation i USA:

– Volvo är ett både välkänt och respekterat märke på den amerikanska marknaden, och det naturliga bilvalet för de tiotusentals amerikaner som delar våra värderingar. De senaste årens nya modeller har stärkt vårt varumärke och de spännande nya modeller som står på tur att lanseras kommer att bidra till att ytterligare förbättra vår position. De första 50 åren har varit en stor framgång. De kommande 50 åren skall bli ännu bättre, avslutar hon leende.

50245/CR

Beskrivningar och fakta i detta pressmaterial avser Volvo Car Sverige AB:s nationella modellurval. Den utrustning som anges kan vara extrautrustning. Fordonsspecifikationerna kan skilja sig åt mellan olika länder och kan ändras utan föregående varning.

Relaterade bilder



Fler Bilder >

media.volvocars.com >

volvocars.com >

Copyright © 2025 Volvo Car Corporation (or its affiliates or licensors).