



I MONTERN. Richard Lundqvist visar ett smakprov på OCL/Brorssons imponerande utbud av trendriktiga kvalitetsfälgar.

Fälgspecialisten som förverkligar drömmar

Hos OCL/Brorssons i Norrköping snurrar hjulen trots tuffa tider – eller rättare sagt fälgarna.

Kvalitetsfälgar är fortfarande stommen i verksamheten, men numera erbjuds även stylingprodukter, trimsatser och tillbehör.

– Vårt uppdrag är att förverkliga din dröm om den perfekta bilen, säger företagets marknadschef Richard Lundqvist.

AV GERT KARLSSON (TEXT), JOACHIM CRUUS (FOTO)

Högsta kvalitet och trendriktig design till rätt pris är nyckelord hos OCL/Brorssons. Därför representerar företaget bara noga utvalda varumärken typ AEZ, Dotz, BBS, AC Schnitzer, Brabus, KW och Eibach.

Flera ben att stå på

Även om utbudet breddats med åren är det fortfarande fälgarna som är navet i företaget. Sortimentet är imponerande brett – här finns allt från 10 till 30 tum!

– I vår värld är ingen dröm för blygsam eller för storslagen, förklarar Richard Lundqvist.

För de flesta BilSport-läsare är OCL/Brorssons liktydigt med

fräcka lättmetallfälgar, men plåtfälgar till den tunga sidan står för en betydande del av omsättningen.

– I tuffa tider är det extra viktigt att ha flera ben att stå på, framhåller Richard.

Pappa Curt Lundqvist är vd och kan ståta med 30 års branscherfarenhet. I början på 80-talet var han marknadschef på Brorssons i småländska Mariannelund – dit Emil i Lönneberga åkte när han fastnat med huvudet i soppskålen.

10-årsjubileum

År 1985 flyttade familjen Lundqvist till Norrköping. Då startade Curt företaget OCL tillsammans med Saab-handlaren Olof Karlberg. Verksamheten fick en bra start och OCL blev snabbt ett begrepp bland



FAR & SON. Curt och Richard Lundqvist är drivande krafter i OCL/Brorssons som har 21 publika evenemang inbokade den här säsongen!

bilentusiaster på jakt efter snygga hjul. För nästan exakt 10 år sedan togs nästa stora avstamp. Den 1 juli 1999 bildades OCL/Brorssons.

– Med facit i hand blev det en mycket lyckad sammanslagning, säger Richard Lundqvist som började jobba i företaget direkt efter att ha muckat från lumpen.

Nu är han marknadschef och ansvarar för bland annat marknadsföringen. De viktigaste instrumenten är annonsering, en inbjudande hemsida med smidig fälgtestfunktion, men framförallt utställningar, mässor och träffar.

– Det gäller att synas ute på fältet och träffa så många potentiella kunder som möjligt, säger Richard.

Alla ni som besökt *BilSport Performance & Custom Motor Show* lär inte ha missat OCL/Brorssons imponerande monter.

Sprida sponsringen

Förutom en gigantisk fälgkavalkad brukar man också visa upp såväl egna projektbilar som sponsrade byggen.

– Det räcker inte med att visa enbart fälgar, menar han. Det måste vara både bilar och fälgar.

Genom att sprida sponsringen kan man välja bil beroende på aktivitet.

– Från mars till oktober är vi med på 21 publika evenemang, avslutar Richard Lundqvist.

Visst är OCL/Brorssons ett offensivt företag! □