

GLOBAL

UTSIKT

HANDELSKAMMARENS EXPORTMAGASIN

NR 3 2016

KRÖNIKA AV STINA ALMKVIST
DET BEHÖVS MERA BROAR
OCH MINDRE MURAR



VALUTAPROGNOS
FRÅN SEB

LEDAREN

– DET ÄR INTE SÅ SVÅRT ATT GÅ PÅ EXPORT

FOKUS – EXPORT

HUR KAN VI LYFTA EXPORTEN?
– HANDELSKAMRARNAS GER SVAR

SMÅA
SMÅFÖRETAGARNAS A-KASSA



VEM:
Magnus Revland
Utvecklingsingschef

VAR:
Bravikens pappersbruk

I skogen finns fröet till flera av naturens underverk. Returpapper till exempel.

"Allt papper kommer från skogen. Även returpapper. Papperets kretslopp bygger nämligen på att färsk fiber återanvänds i form av returfiber. Sammanlagt kan fibern återvinnas upp till 7 gånger innan den till sist gör nytta som biobränsle. Det innebär att systemet med returpapper kräver kontinuerlig påfyllning av färskfiberbaserat papper för att fungera. Den färska fibern från skogen är därför livsnödvändig för hållbar, ansvarsfull pappersanvändning."

Magnus Revland är utvecklingschef vid Holmens pappersbruk Braviken. Han brinner för långsiktighet och är djupt involverad i framtagningen av Holmens färskfiberbaserade papperskvaliteter.

"Med hjälp av färsk fiber skapar vi produkter som hjälper våra kunder att minska sin miljöpåverkan och sänka sina kostnader. Och med färskfiberbaserade papper kan vi garantera att råvarans ursprung är spårbar och kommer från växande, hållbart brukade skogar där varje skördat träd ersätts av minst två nya."

Den växande skogen är utgångspunkten för vår verksamhet och de förnybara produkter som framställs vid våra bruk och sågverk – kartong, tryckpapper och trävaror. Läs mer på www.holmen.com



6

#3 INNEHÅLL

+ OMSLAGSBILD: SHUTTERSTOCK



10



18



24

4 Ledare

6 Exportfrågan i fokus

10 Visualisering på export

12 Seco-Tools – effektiviseringen sätter spår

16 Krönika av Stina Almkvist – vi måste tänka holistiskt

18 Tysk-Svenska Handelskammaren – E-handel och detaljerna

23 Valutaprognos

24 Atomation Region öppnar dörren

30 På gång – vad händer hos handelskammaren

Ansvarig utgivare: Johanna Palmér Östsvenska Handelskammaren · johanna.palmer@east.cci.se **Redaktionskoordinator:** Lotta Görling (Texttanken, lotta@texttanken.se)

Redaktionsråd: Magnus Lindahl (Östsvenska, www.east.cci.se), Nina Rismalm (Norrbotten, www.norrbottenshandelskammare.se),

Malin Englund (Mellansvenska, www.mellansvenskahandelskammaren.se), Annica Bray (Västerbotten, www.ac.cci.se),

Anette Holm (Mälardalen, www.handelskammarenmalardalen.se), Lotta Görling (Texttanken)

Grafisk form: Anette Edefalk (Texttanken) **Annonser:** Tel 021-448 01 00 · info@texttanken.se **Tryck:** Åtta.45

Upplaga: 3 400 ex **Produktion:** Jonsson & Stenvall Produktionsförlag AB/Texttanken

www.globalutsikt.se

Global Utsikt är handelskamrarnas exportmagasin och utkommer med fyra nummer per år. Tidningen bevakar vad som händer på viktiga exportmarknader och ger svenska företag inspiration och kunskap som stärker dem i deras internationella affärer.

Handelskamrarna är regionala, privata näringslivsorganisationer som arbetar för att ge företagen i sina respektive regioner bästa möjliga förutsättningar. Internationell handel och export är en del av vår kärnverksamhet.

Som medlem är du en del av världens största affärsnätverk.

Det är inte så svårt att gå på export, våga fråga ...



"TILLSAMMANS ÄR VI ENIGA OM ATT GÖRA EN SKILLNAD FÖR NORRBOTTEN."

När vi träffar andra stöttande organisationer för näringslivet i Norrbotten brukar vi konstatera att om inte vi kan hjälpa medlemsföretagen att öka sin lönsamhet, då har vi som organisationer inget existensberättigande. Jag tror det ligger mycket i det uttalandet då vi ser till förståelsen kring lönsamt och hållbart företagande. Pengar behöver komma in.

Lika viktigt som ekonomisk hållbarhet är att företagets produkter och tjänster är bra för människor, djur och miljön, det som brukar kallas social och ekologisk hållbarhet.

För oss i Norrbotten är internationell handel extra viktigt, våra företag behöver få en tillräckligt stor marknad. Även om vi är bland de bästa i världen på innovation och högteknologisk verksamhet, så är vi förhållandevis få till antal. Vi kan inte bara handla med varandra. Det innebär att vi behöver en större marknad att arbeta på. Vi behöver hitta kunder utomlands, samtidigt som vi attraherar fler att flytta in för att studera, arbeta, besöka, investera och etablera verksamhet. Vi behöver också vara en spännande region med ett brett utbud av arbetstillfällen, och upplevelser så att vi som redan bor här vill fortsätta verka här, och tycka att Norrbotten är den bästa platsen på jorden att bo, leva och utvecklas på.

Tidigare i år presenterade Business Sweden besvärade siffror kring exportutvecklingen för våra norrbottniska företag. Under 2015 minskade de sin export med 23 procent. Mycket kan naturligtvis hänföras till den negativa utvecklingen av malm- och stålpriser, men inte allt.

Vad behöver vi då göra för att fler av våra små och medelstora företag ska öka sin export?

I en undersökning som Daniel Örtqvist på Luleå tekniska universitet genomförde 2015 på uppdrag av länsstyrelsen, Näringslivsutveckling i Nordprogram, visar det sig 50 procent av de undersökta företagen i Norrbotten har tillväxtambitioner. Och i företagens kommentarer kring vilka faktorer som skulle öka deras export nämns; stöd i att bygga nätverk, genomföra marknadsanalyser, utbildning, förenkling av regelverk, möjlighet till valutasäkring samt mer resurser som kapital, personal och erfarenhet. Alltså saker som redan finns.

Tillsammans med företagsstödjande organisationer har vi på Norrbottens Handelskammare påbörjat ett initiativ för att tillsammans med företagen, det offentliga, kommunerna och akademien kraftsamla länets resurser. Detta för att skapa fler exportföretag, fler internationella affärer, fler internationella investeringar i regionen och bättre internationella nätverk. Tillsammans är vi eniga om att göra en skillnad för Norrbotten och för Sverige.

Som ett led i det arbetet har vi intervjuat erfarna exportföretag från regionen som säger att företag som funderar på att exportera behöver förstå att: "Det är inte så svårt att gå på export som man tror", det finns mycket hjälp att få. Det handlar mer om det IUC Norrbotten brukar säga: - det handlar om att sälja någon annanstans än var man brukar sälja. Är det utomlands så kallas det export.

En möjlighet för företag som vill utöka sin marknad kan vara att börja undersöka närområdet öst-väst, i norra Finland och norra Norge. Med flyglinjen Arctic Airlink finns direktflyg mellan Oulu-Luleå-Tromsø. Fram till mitten på 2018 finns det möjlighet att hitta affärspartners via projektet Nordic Business Support, där Norrbottens Handelskammare är den svenska projektägaren.

Trevlig läsning!

Peter Larsson, Norrbottens Handelskammare, projektledare för Nordic Business Support

Stockholm Skavsta Business Lounge



STOCKHOLM SKAVSTA
AIRPORT

Connecting Your World



INNOVATIONSKRAFT – ÖVER OCH UNDER YTAN

Endast några få företag i världen klarar av att bygga komplexa system som stridsflygplan och ubåtar. Saab är ett av dem. Det är möjligt genom att vi gör saker och ting lite annorlunda. Går före. Tänker i nya banor. Och flyttar gränser för vad som är tekniskt och mänskligt möjligt – på land, till sjöss och i luften.

Så utvecklades Gripen – det smarta flygplanet. Och så jobbar vi även när vi skapar nästa generations ubåtar,

när vi gör vingbalkar till världens största passagerarplan, utvecklar radar- och motmedelssystem och intelligenta ledningssystem för civilt bruk.

I en värld i ständig förändring bryter vi på Saab kontinuerligt ny mark för att utveckla innovativa och smarta lösningar som hjälper både människor och samhälle att möta dagens allt mer komplexa utmaningar – såväl över som under ytan.

Följ utvecklingen på saab.com



HUR KAN VI LYFTA EXPORTEN?

TEXT: CHARLOTTE KALIN OCH LOTTA GÖRLING



Sverige har länge varit en stark exportör av tjänster och varor, men nu hårdnar den globala konkurrensen. Andra länder flyttar fram sina positioner med kraftfulla investeringar i innovation, forskning och utveckling. Fler företag från andra länder konkurrerar på världsmarknaderna.

Handelskammarna vill vara med i matchen och stötta företagens internationalisering och export.

Därför har vi tagit fram Sweden on the Go, en webbplats där företag som behöver internationell konsult hjälp kan söka den kvalificerade expertis de behöver.

– *Sweden on the Go* passar perfekt in och kompletterar arbetet med Sveriges Exportstrategi. Det skall ses som det privata Team Sweden's bidrag till att stötta företagens internationalisering. Vi välkomnar verkligen regeringens Exportstrategi men det är ju ute på fältet hos företagen som mobiliseringen ska ske – det är trots allt inte staten utan de privata företagen som gör affärerna och internationell handel, säger Charlotte Kalin, vd på Chamber Trade Sweden.

Mälardalens Handelskammare var först ut att testa piloten innan sommaren genom att bjuda in sina medlemsföretag till ett exportnätverksmöte där företag som behövde hjälp med internationalisering träffade internationella konsulter.

Anna Holmström, chef för handelskammarens kontor i Västerås, ser att *Sweden on the Go* kan vara en bra plattform att jobba med som bas



för det initiala arbetet med att hitta en kvalitetssäkrad konsult.

– Vi har en efterfrågan på kvalificerade internationella konsulter och *Sweden on the Go* ger en bas för att jobba med denna kvalitetssäkring.

Flera handelskammare i Sverige trappar nu upp arbetet med att hjälpa företagen ut på export tillsammans med andra aktörer i regionen, som en del av Exportstrategiarbetet. Regionala exportcentra blir en viktig knutpunkt för detta arbete och Tillväxtverket kommer i oktober att lansera en ny version av Verksam.se som tar in det internationella perspektivet.

Bakom Sweden on the Go står i detta första skede sju svenska handelskammare. De hoppas nu, efter att ha testat plattformen i pilotform, få med andra företagsorganisationer på denna satsning att stötta svenska företag internationellt.

– Vi vill förstås också ha ett samarbete med de statliga aktörerna som jobbar med internationalisering, såsom Business Sweden, som också kan ha nytta av att få tillgång till kvalitetssäkrad internationell kompetens i sitt arbete. Vi tror att digitala mötesplatser som *Sweden on the Go* plattformen blir allt viktigare för att knyta internationella kontakter. Det ska vara öppet och enkelt för alla att gå in och söka internationella konsulter och du ska kunna klicka dig vidare till LinkedIn och andra platser som företagen själv värdar och är ansvariga för, säger Charlotte Kalin.



Thor-Björn Käck,
Handelskammaren
Mälardalen



Peter Larsson,
Norrbottens
Handelskammare



Peter Forsell,
Västerbottens
Handelskammare



Andreas Garp,
Mellansvenska
Handelskammaren



Magnus Lindahl,
Östsvenska
Handelskammaren



GLOBAL UTSIKT HAR FRÅGAT HANDELSKAMRARNAS VAD DE CÖR FÖR ATT FRÄMJA EXPORTFRÅGAN FÖR MEDLEMSFÖRETACEN.

VAD CÖR JUST NI FÖR ATT FRÄMJA/ STÄRKA/INSPIRERA/STÖDJA FÖR EN ÖKAD EXPORT?

Handelskammaren Mälardalen

Statistik från SCB och Business Sweden visar att Västmanlands län stod för den procentuellt sett största ökningen av exporterande företag i Sverige under 2015. Antalet exportföretag i Västmanland län uppgår idag till ungefär 750 stycken och det är företag med en exportomsättning under tio miljoner kronor som ökar allra mest.

Positiv läsning, inte minst för Handelskammaren Mälardalen som aktivt arbetar med att stötta företag som vill ta sig ut på en internationell marknad. Som ett led i det arbetet gjorde man under hösten 2014 en förstudie bland länets små och medelstora företag för att undersöka vad för stöd de behövde för att kunna påbörja en internationalisering.

– Vi kikade på företagen inom länets fyra styrkeområden, som är automation, energiteknik, tåg och järnväg samt hälsa och välfärd. Det visade sig att de överlägset största behoven var kunskap och finansiering, säger Thor-Björn Käck, marknadskoordinator på Handelskammaren i Västerås.

Något annat förstudien resulterade i var projektet Världens marknader och som en del i det även Västmanlands internationaliseringsråd. Båda drog igång i slutet av 2015 och Almi är projektägare och Handelskammaren utförare av vissa delar.

– Målsättningen är att öka antalet exporterande SME-företag i Västmanlands län och nu hoppas vi också att vi kan nå företag vi inte nått tidigare. En annan viktig uppgift är att samordna de aktörer som kan hjälpa företagen ut på en internationell marknad, säger Thor-Björn.

De aktuella aktörerna, som även ingår i internationaliseringsrådet,

är Handelskammaren Mälardalen, Almi/EEN, Business Sweden och Automation Region.

– Beroende på var i internationaliseringsprocessen man befinner sig behöver man hjälp med olika saker. Samtliga aktörer sitter på olika typer av expertis och vi anser att det ska vara tydligt för företagen vilken aktör de ska vända sig till, säger Thor-Björn.

Internationaliseringsrådet arrangerar även seminarier, utbildningar och delegationsresor, allt för att främja företagens möjligheter till export.

– Dessutom har internationaliseringsrådet fått i uppdrag att vara delaktiga när det gäller att dela ut finansiellt stöd i form av så kallade exportcheckar. Företagen får pitcha sina idéer inför rådet. Därefter tas ett beslut, formellt av Länsstyrelsen, säger Thor-Björn.

Exportcheckarna är ett värdefullt stöd som ska underlätta för företagen att nå en ny internationell marknad. Man kan söka ett stöd på 50 000–250 000 kronor och man ska göra en minst lika stor investering i sitt internationaliseringsprojekt själv. Övriga krav är att företaget ska ha en befintlig produkt eller tjänst som ska internationaliseras, det ska finnas behov av att ta in extern kompetens för internationaliseringen, företaget ska ha 2–49 anställda och omsättningen ska vara minst tre miljoner kronor vid det senaste bokslutet.

– Det är mycket att tänka på när man ska ta sig in på en ny marknad, så allt vi kan göra för att underlätta den processen är bra. Och allt som är bra för företagen är bra för Västmanland och Sverige, säger Thor-Björn Käck.



>>

”SVERIGE HAR LÄNGE VARIT EN STARK EXPORTÖR AV TJÄNSTER OCH VAROR, MEN NU HÅRDNAR DEN GLOBALA KONKURRENSEN”.

Norrbottens Handelskammare

Nordic Business Support är en gränsöverskridande program för små och medelstora företag i de norra delarna av Norge, Sverige och Finland. Målet med projektet är ökad gränsöverskridande samarbete och handel, genom att förbättra förståelsen av regionala likheter och skillnader i industriell struktur och affärskulturen, stärka samarbetet mellan regionens små och medelstora företag och underlätta ökad gränsöverskridande klustersamarbete.

Projektet är en fortsättning på Nordic Business Link 2, som syftade till att öka medvetenheten om affärsmöjligheter i öst/väst-perspektivet och bidra till konkreta affärsrelation. Aktiviteterna här var seminarier och mässadeltagande, och att där utvecklades en arbetsstruktur för att stödja regionens företag i sitt internationaliseringsarbete. Målgruppen var små och medelstora företag med begränsade resurser, där det är särskilt viktigt att ha verktyg som gör det lätt att hitta partner på den inter-nationella marknaden. Genom Nordic Business Link 2.0 identifieras och utvecklat en framgångsrik strategi för små och medelstora företags internationalisering. Tillvägagångssättet bygger i grunden win-win, det vill säga de deltagande företagen ska hitta samverkan med företag som kompletterar och förstärker deras produkter och tjänster. Ett nytt inslag i Nordic Business Support är gränsöverskridande klustersamarbete. I samarbete med kluster genomfört seminarier om affärsmöjligheter i respektive land, befintliga branschstrukturer samt offentlig upphandling över gränsen.

NORDIC BUSINESS SUPPORT

Projektperiod: 2015/06/15 till 2018/04/30

Budget: 1.901.999 Euro

Partners: Business Oulu (Finland), Bedriftskompetanse AS (Norge), Norrbottens Handelskammare (Sverige)

Västerbottens Handelskammare

I Västerbotten jobbar vi stenhårt för att stärka våra företag på den internationella marknaden. Vi jobbar med stöd av olika slag men det som kanske ändå känns viktigast för vår del av landet är vårt arbete för en hållbar och förbättrad infrastruktur. Det spelar ingen roll hur duktiga företag vi har om vi inte kan få iväg våra produkter och tjänster till andra marknader. Därför arbetar vi mycket med lobbying och bevakar utvecklingen noga. Vi sitter som ordförande i alla flygråd i länet, vi finns självklart i Trafikuskottet och i Norrbotteniabanegruppen. Vi agerar när vi ser att någon myndighet håller på att fatta ett felaktigt beslut. Vi har till exempel agerat kraftfullt mot tanken på att sänka hastigheten efter flera av länets vägar istället för att satsa på att göra dem trafiksäkra och mot den tänkta flygskatten som har varit under utredning. För företagen i vårt län är det här väldigt viktiga frågor.

En annan fråga som engagerar oss är framtida kompetensförsörjning. Det är i sig en lika viktig fråga som infrastrukturfrågan. Om vi inte kan möta problemen med den framtida kompetensförsörjningen kommer det bli svårt för de flesta företag, oavsett om det är tjänsts- eller producentföretag. Här har vi bland annat engagerat oss i byggandet av ett Science Center i länet, vi är också engagerade i ett nätverk som ska hjälpa till att snabbt ta till vara på den kompetens som kommer med en del av våra nya svenskar. I dag är det för lång väg för dem att komma ut i arbete trots att många har väldigt bra utbildningar. Självklart arrangerar vi också utbildningar som våra medlemsföretag efterfrågar. I höst har vi haft en utbildning i internationell förhandlingsteknik och e-handel för export för att nämna några. Vi håller också informationsmöten när det kommer nya regler för tull- och exporthandlingar och försöker få upp utbildningar till länet så våra företag inte alltid ska behöva åka till södra Sverige för att få den senaste informationen. Det tjänar våra medlemmar både tid och pengar på och det tycker vi är bra.

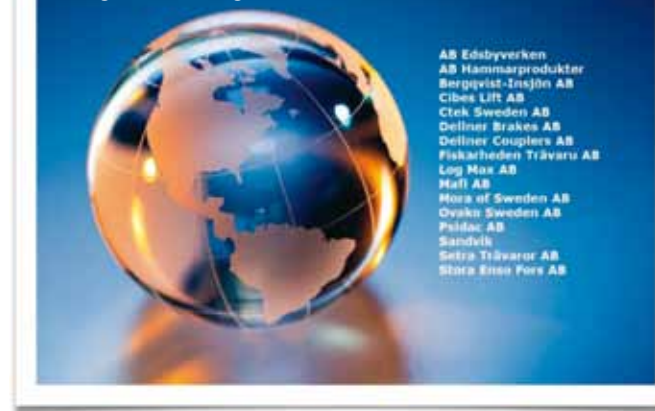
För regionen är det viktigt att nå nya marknader, därför driver vi också lämpliga projekt som ska underlätta för länets företag att hitta vägar på egen hand eller tillsammans med andra. Våra nätverk med fokus på export också ett bra forum för företagen. Framöver har vi årets upplaga av Exportdagen där vi verkligen sätter fokus på hur våra företag kan vara en spelare att räkna med när det gäller export. Tillsammans med andra aktörer jobbar vi också med att utveckla regeringens satsning på exportcentra.

Mellansvenska Handelskammaren

Den industri som vi på Mellansvenska Handelskammaren företräder och som är så utbredd i våra regioner, står för en betydande del av Sveriges bytesbalans, vilket gör Gävleborg och Dalaregionen till en viktig kugge i svensk handelsekonomi. Därför är exportsatsningar och internationella affärer ett av våra starkaste fokusområden.

I september startade vi upp ett Exportnätverk. Intresset var stort och flera av regionens allra viktigaste exportföretag har valt att vara med. Syftet är att byta erfarenheter, få information om förändringar, ökad kunskap, inspiration men även bredda kontaktnäten. Exportnätverket träffas fyra gånger per år och på första träffen som var den 27 september var det ämnet Brexit som behandlades. De kommande träffarna kommer ämnen som tullförändringar, frihandelsavtal och olika logistiklösningar att behandlas.

Deltagande företag:



Östsvenska Handelskammaren

Internationell handel är mycket viktigt för Sveriges sysselsättning, ekonomi och välbefinnande då vi är en liten, öppen, konkurrenskraftig och exportberoende nation. Samma logik gäller även i våra tre län – Östergötland, Sörmland och Gotland. Globalisering och ökande konkurrens kräver att man som företag söker exportmöjligheter för att växa och utvecklas. Att leva upp till nya krav, förutsättningar, köpmönster, kundlojalitet och volymer blir en förutsättning för att på sikt behålla marknadspositioner, sprida risker och att fortsätta vara konkurrenskraftig.

Östsvenska Handelskammaren strävar efter att vara en naturlig regional partner för näringslivet gällande internationalisering, säger Magnus Lindahl, chef Internationell Handel, och fortsätter.

– Vi gör detta genom ett kontinuerligt arbete med att utbildning, information, inspiration och praktiskt stöd till näringslivet i att utveckla fler och lönsamma affärer internationellt.

Genom våra regelbundna aktiviteter med internationellt fokus – utbildningar, seminarier, inkommande och utgående matchmakingresor, nätverk – har regionens företag en möjlighet att fördjupa kunskap och kompetens och genom vårt breda kontaktnät av kvalitativa partners lokalt, regionalt, nationellt och internationellt så kan vi stötta näringslivet på ett praktiskt och konkret sätt mot en ökad internationell handel.

Konkreta exempel på vad vi gör är:

– Rappa och kvalitativa frukost- eller lunchseminarier på tema till



El-lastbil för el-vägen bakgrunden.

En annan fråga vi arbetar med och som direkt påverkar våra företag och skapar innovationskraft hos våra exporterande företag är Miljömålen 2020. Den 22 augusti samlade vi flera medlemsföretag för att diskutera det betänkande som miljömålsberedningen gjort med ordförande i Miljömålsberedningen Anders Wijkman i spetsen.

Sedan ett år tillbaka har vi arbetat hårt med att stärka upp kunskapen runt export och tullfrågor och initierat ett samarbete med andra exportfrämjande organisationer i våra län. Det gör att vi tillsammans kraftsamlar för våra företags bästa.

exempel marknader, regioner, branscher vilka vi genomför tillsammans med rätt partners som kan vara banker, experter, EKN, Business Sweden, Swedfund, UD, journalister, företag, konsulter, Almi.

Exporttekniska utbildningar som: Betalning, leverans, försäkring, dokumenthantering, trade finance.

Skräddarsydda exporttekniska konsultinsatser hos enskilda företag i syfte att hjälpa dem att bli ännu bättre i hela exportprocessen genom att minska risker och öka effektivitet.

Skeppnings- och logistiknätverk – nätverkande och fortbildning. Exportnätverk på 4 platser i vår region där exporterande bolag träffas och diskuterar export sinsemellan.

Att underhålla och utveckla ett levande och kvalitativt nätverk nationellt och internationellt för att kunna lotsa företag rätt i sin internationaliseringsprocess.

Dagligt stöd för exporterande företag i att lösa utmaningar inom dokumenthantering.

Inspirera företag att lyfta blicken genom till exempel:

– Ha till exempel chefsekonomer som kommer och talar om ekonomi och utveckling lokalt, nationellt och internationellt.

– Lyfta upp teman som internationalisering i kombination med digitalisering och kommunikation.

– Främja att akademiker från andra länder får en möjlighet att möta potentiella svenska arbetsgivare vilket kan öppna upp nya marknader.

– Ha utgående och inkommande matchmakingresor. ☐

FÖRETAGET SOM VILL FÅNGA INSIDAN

TEXT: LOTTA GÖRLING · FOTO: SCIENCE CENTRE SINGAPORE

Vad har Medelhavsmuseet i Stockholm, British Museum i London, Biblioteket i Alexandria, The Field Museum i Chicago och Singapore Science Center gemensamt?

Jo, de använder sig av visualiseringsteknik från det Norrköpings-baserade företaget Interspectral

Företaget Interspectral med Thomas Rydell i spetsen bildades för ett år sedan med fokus på att utveckla nya marknader och möjligheter för 3D-digitalisering och visualisering.

– Hittills har ju 3D-digitalisering till stor del handlat om att fånga in ett objekts yta, nästa steg är att även fånga in insidan. Det öppnar stora möjligheter för industrin. Det finns hur många tillämpningar som helst, säger Thomas Rydell.

För den som följt utvecklingen vet att 3D-digitaliseringen gjort succé på museum, både för besökare och pedagoger. Utan att behöva röra de dyrbara och oersättliga museiföremålen har man röntgat och kunnat återskapa föremålen, både visuellt och med verklig form och färg. Bland annat en mummies väl gömda smycke.

– Vi röntgade mumien i 3D, tog ut de bilder som visade smycket, förde över dem till en 3D-printer och skrev ut. Nu har

museerna exakta kopior av smycket att visa upp och sälja till besökare.

Thomas Rydell tycker att tekniken bara är ett steg, lika viktigt är att förenkla gränssnitten så långt att barn klarar av den.

– Vi tog något som var förbehållet forskare och radiologer på stora sjukhus – tolkning av datortomografibilder och satte ihop dem till en helhet som är så enkel att en sjuåring kan använda den, säger Thomas Rydell.

Enligt Thomas Rydell är användarupplevelse och god design underskattade som konkurrensmedel.

– Den allt snabbare utvecklingen på konsumentsidan med smarta, väldesignade och allt mer kraftfulla appar, ställer helt plötsligt nya krav på professionella IT verktyg, nu räcker det inte med bara ha en bra teknisk specifikation, det skall vara enkelt, kul och snyggt också. □





CYBAERO, BLICKAR NER PÅ VERKLIGHETEN

TEXT: LOTTI GÖRLING · FOTO: CYBAERO

Tänk att vid en katastrof snabbt kunna planlägga området, exakt veta vilken hjälp som behövs och hur man kan ta sig fram till området utan risk. Så ser verkligheten ut idag för CybAero.

– De fjärrstyrda obemannade helikoptrarna har en kapacitet att vara i luften fem plus timmar beroende på nyttolast. De kan användas i både förebyggande syfte med att kontrollera trafik, skogs- eller bilbränder, gränsbevakningar eller i mer akuta situationer. I och med att de inte har någon pilot så kan de flyga genom gasmoln, rök och andra svårigheter, säger vd Rolf Schytt. Helikop-

tersystemen som CybAero säljer är för både civilt och militärt bruk, de måste därför vid varje export av dem godkännas av den svenska myndigheten ISP – Inspektionen för Strategiska Produkter.

CybAero ligger i Mjärdevi Science Park, Linköping.

– Det är inte för inte Linköping är flyghuvudstaden, här finns de allra bästa resurserna inom vår bransch. Grunden för bolaget lades redan 1992 genom ett forskningssamarbete mellan Linköpings universitet och nuvarande FOI (Totalförsvarets forskningsinstitut) där man ville lyfta en störsändare med hjälp av en obemannad farkost, säger Rolf Schytt.

CybAero har under hösten levererat sin första order med skeppsbaserade helikop-

tersystem till ett företag i Kina, där den Kinesiska tullen är slutanvändare. Systemen ska användas vid gränsövervakning ombord på fartyg.

CybAero har även genom ett ramavtal erhållit en garantiorder till ett värde av 700-800 MSEK. Ordern kommer från ett bolag i den kinesiska koncernen AVIC, ett av världens största bolag med över 400 000 anställda, som bland annat utvecklar och producerar flygplan, samt flygande farkoster av olika slag.

– Kunden kommer använda helikoptrarna för olika civila samhällsuppdrag som miljökontroll, inspektioner, kustbevakning och räddningstjänst, säger Rolf Schytt. ▢



CYBAERO

utvecklar och tillverkar fjärrstyrda helikoptrar, så kallade RPAS (Remotely Piloted Aircraft System) med tillhörande sensorsystem för säkrare och kostnadseffektivare flygning i farliga miljöer.

Bolaget har fått stort internationellt genomslag med helikoptern APID One som kan anpassas för både försvarsverksamhet och civila uppdrag såsom kust- och gränsbevakning, räddningstjänst och kartering.

CybAero har sitt huvudkontor i Mjärdevi Science Park i Linköping. Bolaget har cirka 50 anställda och är listat på NASDAQ OMX First North sedan 2007. FNCA Sweden AB är Certified Adviser.

FÅR DET LOV ATT VARA LITE INVERTERAD EXPORT MEDAN

VI GÖR VÄRLDEN TILL EN BÄTTRE PLATS?

TEXT: STINA ALMKVIST, CREATIVE CONSULTING · FOTO: PRIVAT

Jag har blivit besatt av att tänka holistiskt. Vill man rädda världen kan man inte ha ett annat förhållningssätt. Vi måste tänka större, bredare och mer inkluderande och mindre i stuprör och exkluderande. Det behövs mera broar och mindre murar, som någon så vackert uttryckte det.

Men det är en utmaning. Den 19 augusti i år inträffade Overshoot Day. Det innebär att vi på knappt 8 månader har förbrukat jordens årsproduktion av ekologiska resurser och därmed överskridit naturens budget för detta år. Under resten av året lever vi helt enkelt över jordens tillgångar. Vi skulle behöva drygt 1,5 jordklot för att matcha människans konsumtion, enligt WWF, Världsnaturfonden.

Men det finns också ljuspunkter av insikt och handlingar. Vi som haft turen att vara födda i välfärdssamhällen och fått våra basbehov tillgodosedda, söker allt oftare upplevelser i stället för prylar. Man kan säga att vi strävar efter att leva med "postmaterialistiska värderingar". Lite förenklat beskrivet som en livsstil med färre ägodelar och med ett lättare ekologiskt fotavtryck.

Författaren Rachel Botsman, talar om den "kollaborativa ekonomin", som bygger på ett distribuerat nätverk av sammanlänkade individer och grupper, istället för på gamla institutioner. Drivkrafterna bakom den kollaborativa ekonomins tillväxt är tekniska innovationer, nya värderingar i den digitala tidsåldern, ekonomiska realiteter och miljökrav.

Och det innebär i sin tur att gamla strukturer och branscher ger vika för nya. Tillväxt sker inte längre på samma sätt som förr och en bransch har tagit täten ordentligt. Det är turism och besöksnäringen. Dess exportvärde ökar fortare än Sveriges totala export och sysselsättning och det minskar inom basnäringarna, enligt Tillväxtverket.

Och det finns en faktor som är extra intressant. Jag ska försöka förklara.

Tänk er att vi bygger en bil i Sverige och så säljer vi den utomlands till en kund, solklart exempel på export.

Tänk er att vi i Sverige säljer en resa till en kund utomlands, det är ju också solklar export eller?

Men när den sålda resan går till Sverige, hur blir det då? Kunden kommer ju hit med sin utländska valuta och handlar ytterligare produkter och tjänster, som är momsbelagda. Då har ju staten tjänat moms på

kunden två gånger! Kanske kan man kalla det här för inverterad export eller?

Turismen är faktiskt den enda exportsektor som på detta sätt skapar direkta momsintäkter till statskassan. Enligt Tillväxtverket statistik för 2014, uppgick momsen på utländska besökarens konsumtion i Sverige till 12,4 miljarder kronor, vilket var en ökning med cirka 6,9 miljarder kronor eller med nästan 126 procent sedan 2000.



Och konsumtionen av kultur och natur i förädlad form är den sektor inom turismen som har vuxit snabbast sedan 2000. Inom destinationen Swedish Lapland omsattes 2015 rekordsumman 6,1 miljarder och efterfrågan ökar på det naturbaserade segmentet. Och som kronan på verket har FN utsett 2017 till "Det internationella året för hållbar turismutveckling".

Och jag tänker på den där Indianhövdingen jag hade förmånen att få lyssna på. Han som sade att man i sina handlingar måste kunna ansvara för vad som händer sju generationer bort. Där är jag själv inte riktigt än i mitt tänk och mina handlingar men jag har åtminstone blivit besatt av ett holistiskt perspektiv och det är ju alltid en början. □

STINA ALMKVIST, CREATIVE CONSULTING

Namn: Stina Almkvist

Ålder: 54 år

Familj: Andreas Almkvist, utflugen freelansfilmare i Stockholm

Utbildning: Teater-, kommunikation- och filmvetenskap, mediepedagogik

Lyssnar på: Rae Morris, min son och kloka vänner

Läser: Min fantastiska vännina av Elena Ferrante och ofta lite Bruno K. Öijer och Kristina Lugn

Oanade talanger: Kommande succéförfattare, hoppas jag

Personer du inspireras av: Poeter, författare, skådespelare och regissörer av alla de slag

Motto: Det varierar men just nu – The mind is not a vessel to be filled but a fire to be ignited/Plutarch.



Nu öppnas världen från Västerås

Med start den 15 september flyger Finnair direkt från Västerås till Helsingfors. Linjen trafikeras av Nextjet med tre avgångar varje vardag samt en på lördagar och två på söndagar.

Från Helsingfors tar du dig smidigt vidare till Finnairs drygt 70 destinationer, varav 17 resmål i Asien och tre i USA.

Du bokar flygbiljett på finnair.com eller genom din resebyrå.

FINNAIR



NEXTJET

StockholmVästerås
AIRPORT

DETALJERNA AVGÖR

om e-handelssatsningen i Tyskland lyckas

TEXT OCH FOTO: TYSK-SVENSKA HANDELSKAMMAREN

Se till att lära känna dina kunder och ge dem vad de vill ha. Skaffa dig en it-infrastruktur som är flexibel och går att anpassa snabbt. Hitta rätt ton i din marknadsföring och underskatta inte tyskarnas sociala beteende när det kommer till leveranser. Dessa var några av de många goda råd som deltagarna fick på Tysk-Svenska Handelskammarens seminarium om e-handel i Tyskland den 14 september.

Många svenska e-handlare har siktet inställt på Tyskland. Landet på andra sidan Östersjön med sina omkring 80 miljoner invånare har världens till omsättning tredje största e-handelsmarknad och erbjuder därmed enorma möjligheter för företag som vill hitta nya kunder och sälja mer.

Men för att nå framgång krävs det att man sticker ut i den mycket hårda konkurrensen. Ett företag som har lyckats med det är Mymuesli från sydtytiska Passau som 2007 började sälja müsli online och idag är etablerat på sex olika marknader. Försäljningschefen Joachim Eusemann fanns på plats i Stockholm för att berätta om framgångsreceptet och inspirera deltagarna på handelskammarens seminarium.

– Att lyssna på och lära känna våra kunder var en nyckelfaktor för oss. I början erbjöd vi bara möjligheten att sammanställa sin egen favoritmüsli från många olika ingredienser. Men när vi analyserade datan kunde vi se några tydliga mönster över populära kombinationer. Då började vi med färdiga müsliblandningar som vi visste att kunderna skulle gilla. Dessa lade i sin tur grunden till att vi kunde öppna fysiska butiker där dessa nu säljs. Även vår



Fredrik Ellsäter och Alrun Griepenkerl.

B2B-försäljning grundar sig i önskemål från kunder som hörde av sig till oss. Kunderna har tagit oss hela vägen. Deras inköpsval och rekommendationer är ständigt aktuella och är

idag våra bästa marknadsföringsverktyg, sade Joachim Eusemann.

Från e-handel till omnikanalstrategi

Han förklarade också varför Mymuesli har utvecklats från ett rent e-handels- till ett omnikanalsföretag med försäljning online, i egna butiker, i livsmedels-handeln och till företagskunder. – Vi har sett att kunderna vill ha fler möjligheter att möta oss idag. Webben är en bra kanal men för våra produkter är det till exempel också viktigt att kunna provsmaka och testa sig fram. Det kan vi bara göra i fysiska butiker. Har man bara en kanal där kunderna kan hitta ens produkter är det en begränsning. Att kombinera olika kanaler på ett smart sätt är mitt viktigaste råd till företag som vill göra en

liknande resa som vi, sade Joachim Eusemann.

Samma slutsats drog även Martin Jensen. Han har under tre år arbetat i Berlin som vd för TUI.com GmbH och därmed ansvarat för den anrika resekoncernen TUI:s tyska e-handel och digitala strategier. Under hans tid



Att kombinera olika kanaler på ett smart sätt var Joachim Eusemann från Mymueslis bästa råd.

har bolagets online-försäljning ökat kraftigt men den står fortfarande för en förhållandevis liten del av den totala omsättningen.

– I Tyskland har TUI 2 200 fysiska butiker, varav 300 egna. Dessa står för 80 procent av omsättningen. Relationen till den lokala resebyrå är fortfarande väldigt stark. Att göra förflyttningen till nätet kommer att ta tid på denna marknad och förmodligen aldrig uppnå samma nivåer som här i Norden. Därför kom vi fram till att vi behöver en slagkraftig omnikanalstrategi i Tyskland, sade Martin Jensen.

Anpassa dig efter den lokala marknaden

Trots den geografiska närheten finns det alltså tydliga skillnader mellan Tyskland och Sverige när det kommer till e-handeln och hur den fungerar. Martin Jensen gav seminariedeltagarna rådet att vara öppna för dessa skillnader när man ger sig in på den nya marknaden och forma verksamheten efter förhållandena på plats.

– Som ett svenskt företag med någon typ av egen it-infrastruktur bör man ställa sig frågan om den egna tekniken går att anpassa efter olika variabler. Tekniken som fungerar bra här i Sverige kanske inte går att använda till 100 procent i Tyskland. Dessutom är det viktigt i den digitala världen att man är smidig och

snabbt kan genomföra förändringar. Hela tiden gäller det att samla information, optimera den egna plattformen, testa olika versioner och utvärdera framgångarna, sade Martin Jensen. Även Fredrik Ellsäter, vd för bildelningsföretaget Drive Now i Sverige, belyste några av skillnaderna mellan Sverige och Tyskland. Han menade bland annat att man måste anpassa marknadsföringen beroende på vilket land man vänder sig till. Stil och tilltal är till exempel mycket mer formella i Tyskland.

– Sedan går det mycket enklare och snabbare att göra kontroller av betalningsförmåga och kreditvärdighet här i Sverige. Var förberedd på större problem med bedrägerier och uteblivna betalningar i Tyskland. Svenskarna är mer stabila och lojala när det kommer till det. Trots att tyskarna gärna betalar med faktura i efterskott är vi det levande beviset för att man även kan lyckas utan det i Tyskland. Alla våra kunder är med på att alla kostnader dras direkt från deras kort och det fungerar bra, sade Fredrik Ellsäter.

Distribution avgörande för att lyckas Säljer man, till skillnad från Drive Now och TUI, fysiska produkter är leveransprocessen en väldigt viktig del av kundens köpupplevelse. Tyska e-handelskunder rankar hur snabbt

hela processen går och vart varan levereras som två av de mest avgörande faktorerna för huruvida de blir nöjda med ett köp eller inte. Nästan hälften av alla som handlar online kommer inte tillbaka till den nätbutiken där leveransen varit en negativ upplevelse.

– Men man behöver inte trola med knäna för att vara så snabb som möjligt. Det har varit mycket tal om same day delivery, men den behövs inte för alla. 77 procent av tyskarna är nöjda om varan de har beställt levereras inom tre till fem dagar. Vill man överträffa deras förväntningar ska man dock helst leverera snabbare, berättade Arne Andersson, e-handelsspecialist på Postnord, under seminariet.

I Tyskland föredrar man hemleverans medan kunderna i Norden gillar att kunna hämta sina varor från ombud när de har tid. Postnord har därför inlett ett samarbete med den tyska pakettjälsten DPD för att kunna erbjuda friktionsfria leveranslösningar över hela landet.

Förklaringen till att det ens fungerar med leverans dagtid till den egna bostaden i Tyskland levererade Alrun Griepenkerl, marknads-expert på Tysk-Svenska Handelskammaren:

– Underskatta inte tyskarnas sociala bete-

>>



Femina Gumz, jurist på Tysk-Svenska Handelskammaren, gav många tips på hur en tysk hemsida ska se ut för att vara laglig.

ende. Tyskland fungerar mycket mer socialt än Sverige. I många bostadshus eller -områden använder man pensionärer eller andra som är hemma på dagarna som paketombud. De tar emot leveranserna och man kan komma och hämta dem när man har kommit hem på kvällen. I utbyte får de lite social kontakt med sina grannar.

Prata tyska med dina tyska kunder Alrun Griepenkerl betonade också att det är viktigt att tala till tyska konsumenter och erbjuda kontaktmöjligheter på tyska. – Det är helt okej att använda engelska i förhandlingar med tyska affärspartner. Där har de flesta bra kunskaper på en liknande nivå som i Sverige. Men gemene man i Tyskland pratar inte engelska. Många tyskar spenderar hela livet i sitt hemland och filmer och tv-program är dubbade på tyska. Så även om de har lärt sig engelska i skolan känner de sig osäkra och det blir pinsamt för dem att prata

engelska. Därför kommer de inte att handla hos dig om du inte har tyskspråkig marknadsföring, webbplats och kundtjänst, sade hon.

Språket är också en viktig faktor när man anställer någon som ska ansvara för den tyska webbshoppen. Joachim Eusemann från Mymuesli rekommenderade starkt att leta efter lokalt förankrat personal direkt på den nya marknaden. – Välj alltid en "local" och låt personen stanna där hen bor. Om man rekryterar i företagets hemland eller anställer någon som ska flytta till huvudkontoret kommer personen efter ett tag att tappa kontakten till sin marknad. Hen kommer inte att läsa tidningarna längre, inte höra vad folk pratar om på gatan. Det kan vara just sådana detaljer som kunderna märker av och som kan göra skillnad i marknadsföringen och för försäljningen, avslutade Joachim Eusemann. □

SÅ HÄR TYCKTE NÅGRA AV DELTAGARNA OM E-HANDELS-SEMINARIET:

Jessica Sander, Playbox AB
Seminariet har varit väldigt intressant och kommer att hjälpa oss vidare i vår e-handelssatsning. Vi säljer mest till distributörer idag men vill inrikta oss mer på direktförsäljning till konsumenter. Därför var det kul att höra mer om hur den tyska konsumenten tänker. Även de juridiska bitarna, vilken information som måste finnas med på webbplatsen och hur den ska byggas upp kommer jag att ta med mig hem.

Annette Schill och Lars Amnebjerg, AB Rydén's i Gnosjö
Dagen har väckt många tankar och gett mycket inspiration. Det var häftigt att höra casen från företagen som redan är framgångsrika i Tyskland. Man ångrar nästan att man inte är 20 år yngre och själv kom på dessa fantastiska idéer. Vi anser att det bara finns möjligheter i Tyskland. Det är absolut värt att satsa, att överbrygga hindren som finns och bara köra. Dessutom har seminariet varit ett fantastiskt tillfälle att knyta nya kontakter.

Axel Bohlin, Atlasbalans AB
Jag har lärt mig mycket idag och har fått en mycket bättre bild av den tyska marknaden än när jag kom hit i morse. Både möjligheter och utmaningar som finns har visats upp och jag har fått en hel del idéer om vilka vägar man kan gå. För oss ligger Tyskland nära tillhands som utlandsmarknad och vi håller redan nu på att titta på hur vi skulle kunna genomföra etableringen. Efter idag känner jag mig ännu bättre rustad för det.

KONTORET BRA MEN HEMMA BÄST?

>>

Hur får man ihop ett krävande heltidsjobb med tid för familjen och diverse fritidsaktiviteter? Jämför man Tyskland och Sverige blir det tydligt att svenskarna ligger långt före tyskarna när det kommer till att arbeta hemifrån. Finns här lösningen för alla som kämpar med livspusslet?

Fördelarna med att arbeta hemifrån är uppenbara: att slippa pendla till kontoret sparar inte bara tid utan skonar också miljön. Den trygga omgivningen utan störande kontorsljud främjar koncentrationen och samtidigt ger det en ekonomisk vinning för både den anställda och arbetsgivaren. Företaget sänker sina utgifter på kontoret och medarbetaren sparar in på bensinkostnader eller busskort liksom uteluncher.

Olikheter länderna emellan
Anställda som har möjlighet att arbeta hemifrån är, enligt en studie som publicerades av det tyska institutet för näringslivsforskning DIW i februari i år, i större utsträckning nöjda med sitt jobb, balansen mellan arbete och fritid och arbetar samtidigt mer och effektivare. Ändå placerar sig Tyskland i en europeisk jämförelse över andelen anställda som arbetar hemifrån i det nedre mellanskiktet. Trots att en tredjedel av arbetstagarna skulle vilja ha möjligheten arbetar endast 12 procent ibland eller regelbundet hemifrån.

Många svenska företag har däremot upptäckt potentialen i denna lösning. Här ligger andelen medarbetare som regelbundet eller ibland arbetar hemifrån på 26 procent. Mer än vartannat företag har anställda som åtminstone till viss del kan utföra sitt arbete hemifrån.

Fokus på arbetskultur
Ninni Löwgren Tischer, expert på interkulturella frågor hos Tysk-Svenska Handelskammaren, pekar ut skillnader i arbetskulturen mellan de båda länderna

som en möjlig orsak till det stora avståndet i rankningen: – Båda kulturer är resultatorienterade men värderar arbetsresultaten olika. I Sverige är det först och främst slutresultatet som räknas. Hur man når dit är inte lika viktigt. Om resultatet är det rätta är det obetydligt om det kom till på kontoret, flyget, på ett kafé eller hemma. I Tyskland är närvaro på arbetsplatsen däremot fortfarande mycket viktig. Den hierarkiska strukturen på många tyska företag kräver helt enkelt en viss kontroll av vad medarbetarna gör. Såväl arbetsgivare som anställda lägger vikt vid att det utförda arbetet och resultatet ska kunna knytas till en viss person så att denne stolt ska kunna säga: Detta har JAG gjort, förklarar Ninni Löwgren Tischer.

Familjevänligt arbete
Därutöver finns det även skillnader i samhället som påverkar hur utbrett det är att jobba hemifrån. Medan mammor i Tyskland i större utsträckning bara arbetar deltid är det många fler som har ett heltidsjobb i Sverige. – Ofta är flexibla arbetsmodeller, som möjligheten att jobba hemifrån, det enda alternativet för att kunna arbeta heltid. I detta är svenskarna helt enkelt mer pragmatiska, säger Ninni Löwgren Tischer.

Att det svenska arbetslivet också i övrigt är mer familjeorienterat visar de familjevänliga lagarna kring föräldradag, barnbidrag och andra former av ekonomiskt stöd till förvärvsarbetande föräldrar. Möjligheten att kunna vabba och få ut 80 procent av lönen utan krav på läkarintyg första veckan är ett exempel på detta. Motsvarande regler i Tyskland är mindre fördelaktiga för den anställda och ofta mer byråkratiska.

Chans att få mer nöjda medarbetare
På Online Voices Europe AB, ett svenskt företag inom röst- och ljudproduktion med säte i Linköping, är det generellt möjligt för medarbetarna att arbeta hemifrån. Men då hälften av de anställda är ljudproducenter eller studiotekniker som är bundna till fysiska studior är detta en möjlighet som framförallt projektledare kan ta i anspråk. – Chanserna med distansarbete är att få mer engagerade medarbetare, att alla





>>

får möjlighet att pussla ihop sina liv vilket på sikt får dem att trivas bättre och stanna längre. Riskerna är att de som jobbar hemifrån inte kan hjälpa andra kollegor på samma sätt som om man var på kontoret, till exempel att hjälpa mer oerfarna på plats. En annan risk är att man som chef kan få diskussioner om orättvisor: "Varför får hen och inte jag?". Min erfarenhet är att det fungerar bra om personen i fråga har ett starkt eget driv och har mycket att göra, menar grundaren och vd:n för Online Voices, Kalle Widlius.

Hans kommentar gör gällande att arbete hemifrån inte bara är förknippat med fördelar utan även för med sig vissa risker.

Kritiska röster

DIW:s studie visar till exempel att anställda som jobbar hemifrån i större omfattning arbetar obetald övertid och därmed löper risk att på lång sikt ta på sig för mycket jobb. Samtidigt är frestelsen stor att

på arbetstid även läsa privata mail och planera nästa semesterresa när chefen eller kollegorna inte ständigt tittar en över axeln. Om det dessutom finns barn i huset är risken definitivt större att bli distraherad i hemmiljön. Ett stort mått av självdisciplin verkar därmed vara oundgängligt för att kunna jobba hemifrån.

Ytterligare ett problem kan vara det bristande sociala inslaget. Hemma vid skrivbordet löper du risk att avskärma dig medan kontoret är en social träffpunkt med möjlighet till utbyte med kollegor vilket främjar en gemensam idéverkstad. Detta är en av anledningarna till att många mindre start-up-företag, som annars är kända för en modern företagskultur, är skeptiska till arbete hemifrån. Kanske är det också därför att andelen företag som erbjuder sina anställda denna lösning inte har ökat i Sverige sedan 2013.

– För att inte urholka vi-känslan på kontoret gäller det att distansarbete sker i lagom mängd, konstaterar Kalle Widlius. □

VALUTAPROGNOS FRÅN



Drivkrafter i valutamarknaden

Relativ penningpolitik som länge varit den främsta drivkraften för växelkurser verkar minska i betydelse. Många centralbanker har redan utnyttjat både konventionell penningpolitik med räntesänkningar och okonventionella åtgärder såsom obligationsköp och minusränta för att stimulera stagnerande ekonomier och för att upprätthålla trovärdigheten för obligationsmålen. Bland dessa finns både den europeiska centralbanken ECB och den svenska Riksbanken. Följden är effekten av ytterligare penningpolitiska åtgärder är ytterst begränsad. Det gäller både effekter på den reala ekonomin likväl som på finansiella marknader. Sedan en tid har allt fler centralbanker börjat inse detta. Samtidigt har det fåtal centralbanker som funderar i termer av åtstramning såsom den amerikanska centralbanken Fed svårt att förändra penningpolitiken eftersom minsta förändring tenderar att ge en kraftfull effekt på valutan. Sammantaget har det medfört att utrymmet för förändringar i penningpolitiken inte längre har samma betydelse för växelkurser som tidigare. Istället verkar rena räntedifferenser mellan länder ligga bakom kapitalflöden som påverkar växelkurserna. Det har de senaste månaderna främst gynnat asiatiska och sydamerikanska valutor som erbjuder ett högre ränteläge. Även vissa råvarurelaterade valutor har gynnats. Mycket talar just nu för att detta tema kommer att bestå på valutamarknaden den närmaste tiden.

Kronan – SEK

En miljö där räntedifferenser styr växelkurser är särskilt missgynnsam för den svenska kronan till följd av det unikt låga ränteläge vi har i Sverige idag. Trots att svensk ekonomi utvecklas starkt och kronan antagligen är långsiktigt undervärderad fortsätter den att handla svagt. I första hand är det ett resultat av Riksbankens aggressiva retorik och åtgärder med räntesänkningar och omfattande obligationsköp som alltjämt pågår. Utan att hymla har skälet från Riksbankens sida varit att försvaga kronan eller åtminstone att motverka en starkare krona. Trots redan långtgående åtgärder finns risken att Riksbanken förlänger obligationsköpen ytterligare framöver (nuvarande obligationsköpsprogram pågår fram till årsskiftet). Den aggressiva retoriken består också och det lär bidra till ett svagt intresse för kronan ännu en tid. Vi räknar med att EUR/SEK fortsätter att handla i ett ganska snävt intervall mellan 9.30 och 9.65. På längre sikt, dvs under nästa år, är vår bedömning dock att Riksbanken alltmer kommer att avskärma sig från ECB:s penningpolitik. Svensk inflation fortsätter dessutom att långsamt stiga vilket bör minska Riksbankens behov av en aggressiv politik. Det gör också att man kan

tillåta en lite starkare krona. EUR/SEK lär då röra sig ned mot 9.00 och kanske en bit därunder, men det lär dröja till slutet av nästa år.

EUR/USD

Kronans växelkurs mot dollarn styrs nästan helt av utvecklingen i EUR/USD-växelkursen. Som vi sade tidigare har Fed svårt att gå vidare med ytterligare räntehöjningar efter höjningen i december förra året. Just nu räknar vi med att nästa höjning sker i slutet på året efter det amerikanska presidentvalet. Samtidigt har amerikanska tillväxtindikatorer börjat vika och sannolikheten att det centralbanken levererar ens en höjning i år har minskat den senaste tiden. Skulle Fed ändå leverera en höjning bör det bidra till att USD/SEK stiger mot 8.60-8.70 i slutet på året, vilket är mycket attraktiva nivåer att sälja dollar mot kronor på. Därefter är vår bedömning att kombinationen av en starkare krona och en generellt något svagare dollar får USD/SEK att falla ur det intervall den har handlats inom sedan början på 2015. Vi räknar med att USD/SEK ligger på ca 8.45 vid årsskiftet.

Det amerikanska presidentvalet och dess effekter på dollarn är mycket ovissa. Normalt brukar de amerikanska presidentvalen inte ha någon signifikant effekt på dollarns värde och det stämmer säkert om Clinton skulle gå segrande ur höstens val. Skulle däremot den republikanske kandidaten Trump segra så talar mycket för att det faktiskt kan gynna dollarn kortsiktigt. Det främsta skälet på kort sikt är dämpad global riskaptit (precis som efter Brexitomröstningen). Anledningen är att en Trumpseger skulle skapa ökad politisk osäkerhet till följd av en rad frågetecken kring den ekonomiska politiken. Samtidigt riskerar Trump som president att leda till ökad protektionism och risken är stor att det medför ökade spänningar i de globala handelsförbindelserna, vilket hotar att dämpa global tillväxt även på längre sikt. Normalt förväntas en sådan utveckling vara mindre skadligt för USA än för länder med en mer omfattande handel.

GBP återhämtar sig när Brexitoro dämpas

Utfallet i omröstningen i juni när britterna röstade för att lämna EU överraskade både oss och merparten av bedöarna. Pundet, som redan hade försvagats påtagligt inför omröstningen, föll kraftigt när resultatet stod klart på midsommarafton. Inför omröstningen hade många varnat för de drastiska konsekvenser som ett utträde skulle kunna få på brittisk ekonomi och förväntningar om en snar recession prisades snabbt in i pundets växelkurs. Den brittiska centralbanken valde också att ta farhågorna på allvar och vidtog under sommaren en rad åtgärder såsom räntesänkning och nya obligationsköp för att motverka en alltför negativ utveckling. Som lägst handlade GBP/SEK på 10.85 i juli. Den data som har kommit från Storbritannien under sommaren tyder på att de negativa farhågorna så här långt verkar ha varit överdrivna. De kortsiktiga effekterna på brittisk ekonomi verkar inte bli så allvarlig som man befarade, vilket alltjämt är diskonterade i dagens pundkurs. Pundet har redan återhämtat en del av försvagningen efter omröstningen men vi räknar med fortsatt återhämtning för pundet framöver. Prognosen för GBP/SEK blir därför 11.64 vid årsskiftet.

Richard Falkenhäll, Valutaanalytiker SEB

SEB växelkursprognoser:			
Växelkurs	2016-09-12	Dec 2016	
EUR/USD	1.12	1.12	
EUR/SEK	9.57	9.45	
USD/SEK	8.54	8.45	
GBP/SEK	11.32	11.64	

MOT FRAMTIDENS AUTOMATION

TEXT: STEFAN HOLLERTZ • FOTO: AUTOMATION REGION



Den som är intresserad av att veta mer om Automation Regions Vinnväxt-satsning kan kontakta dem via hemsidan www.automationregion.com.

Future Automation Region, Mälardalens högskolas Vinnväxt-ansökan, har beviljats tioårig Vinnova-finansiering för att växla upp arbetet med forskning och innovation.

Automation Region förbereder nu uppbyggnaden av den nya innovationsmiljön, bland annat genom att rekrytera nya medarbetare.

– Med knappa resurser har vi under de senaste åren hela tiden ökat volymen i verksamheten. Vinnväxt-finansieringen ger möjlighet att fokusera på utveckling av branschöverskridande innovationer och nya affärsmöjligheter, säger Karolina Winbo,

processledare på Automation Region.

Vinnväxt är ett Vinnova-program där de vinnande initiativen får tio års finansiering för att etablera starka och attraktiva innovationsmiljöer. Den första etappen, år 2016-2019, innebär en finansiering om cirka 40 miljoner kronor inklusive regional medfinansiering.

I sitt beslut skriver Vinnova: "Future Automation Region bygger vidare på ett väletablerat klusterinitiativ och bland annat genom en förstärkning av länken till Mälardalens högskola och dess verksamhet bedöms initiativet kunna leda till ett lyft av den befintliga verksamheten samt bidra till viktiga omställningar inom industrin."

Vid Automation Regions årsmöte den 18 mars var Vinnovas Margareta Groth och Göran Andersson på plats för officiell utdelning av Vinnväxt. I ett kort anförande



Officiell installationsceremoni för Vinnväxt vid Automation Regions årsmöte den 18 mars 2016. Från vänster Christer Alzén (Länsstyrelsen Västmanlands län), Karolina Winbo och Mikael Klintberg (processledare Automation Region), Paul Pettersson (vikarierande rektor på Mälardalens högskola), Håkan Nytorp (avgående styrelseordförande i Automation Region), samt Margareta Groth (Vinnova).

betonade Margareta betydelsen av Automation Regions starka medlemsengagemang och förankring i akademien:

– Jag har följt Automation Region under flera år och alltid imponerats av det stora engagemanget inom organisationen och i nätverket. Bakom framgången finns också en kunnig och engagerad ledning samt en värdorganisation i form av Mälardalens högskola som prioriterar och förstärker den här typen av satsningar.

Inom kort anställer Automation Region två nya medarbetare som kommer att bidra till att utveckla processen för forskning och innovation. De ska bidra med kunskap, inventera behoven hos företagen och lotsa in dem i specifika innovationsprojekt.

– För att realisera vår Vinnväxt-vision så måste vi verka ännu närmare företagen. Det handlar dels om att på djupet förstå deras utmaningar, men även om att kunna forma

en kraftfull Trippel Helix-samverkan som på bästa sätt skapar förutsättningar för företagen att dra nytta av digitaliseringens möjligheter, förklarar Karolina Winbo.

I den nya Vinnväxt-miljön bygger Automation Region en process för att identifiera möjliga parter som tillsammans vill ta steget från traditionell automation till digitaliserad verksamhet. Här är målet att hitta branschöverskridande konstellationer, gärna med både små och medelstora företag och större bolag. Frågeställningen i ett forsknings- och innovationsprojekt bearbetas med hjälp av metoder inom exempelvis Living Lab vid Mälardalens högskola eller SICS i Västerås. För att validera affärs-

potentialen kopplas även Create Business Incubator, som har stor erfarenhet och kompetens inom utveckling av nya affärsmödel, till projektet.

– Vi stöttar Create med vår kompetens inom automation och Create hjälper våra företag att redan i tidiga projektskeden driva utvecklingen mot affärsnytta. Tillsammans med övriga regionala aktörer kan vi erbjuda matchning av företagens behov mot akademiens kunskap, tillgängliggöra testbäddar och skapa breda FOI-projekt, säger Karolina.

Automation Regions forsknings- och innovationsgrupp kommer att bjuda in till ett större seminarium för att informera om Vinnväxt. Även tematiska workshoppar

inom olika områden kommer att genomföras. Initiativen har förberetts under våren och börjar rullas ut efter sommaren. Samtidigt betonar Karolina att Automation Regions medlemmar inte behöver sitta och vänta – egna initiativ välkomnas!

– Vi kommer att öppna dörren till hela innovationssystemet, förmedla kontakter, kunskap och information om utlysningar. De företag och organisationer som engagerar sig och är beredda att samarbeta branschöverskridande kommer att få ut mycket av det här. Alla som vill veta mer är välkomna att kontakta oss för vidare diskussion om möjligheterna, avslutar Karolina. □



VÄSTMANLAND ÖKAR MEST I SVERIGE

Glädjande statistik från SCB och Business Sweden visar att under 2015 ökade antalet exportföretag i Västmanland procentuellt mest i Sverige. Och det är främst företag med en exportomsättning under 10 miljoner som ökar.

Totalt finns det idag cirka 740 exportföretag i Västmanland län, en ökning med sex procent jämfört med 2015. Trots svag tillväxt i världskonjunkturen och sjunkande råvarupriser globalt har exportvolymen från Västmanland ökat med cirka tre procent under 2015. Varuexporten från Västmanland ligger nu på 42 miljarder kronor, vilket placerar Västmanland på 4:e plats i riket, efter de tre storstadsregionerna Stockholm, Västra Götaland och Skåne. Omräknat per capita, ligger Västmanland på en andra plats i Sverige, efter Kronobergs län. Dessutom ser vi en starkt ökning av tjänsteexporten.

De största exportmarknaderna för Västmanland är USA, Tyskland följt av Kina. Norge däremot har halkat ner till en 6:e plats.

Chamber Hub i Stockholm växer, nu finns Amcham, Britcham och Franska Handelskammaren i samma hus.

HÄR ÄR SNABBSPÅREN FÖR NYANLÄNDA FÖRETAGARE

Nu är det klart vilka insatser som ska riva hinder för nyanländas företagande. Med dessa snabbspår tillvaratas nyanländas kompetens och erfarenhet samtidigt som näringslivet utvecklas.

Språkförbistring, brist på information och avsaknad av nätverk gör det svårare för nyanlända att starta företag i Sverige. I dag är processerna för nyanländas etablering så utdragna att det skapar problem för både individer, näringslivet och samhället, visar vår studie Migration, företagande och etablering.

Nu fördelar Tillväxtverket cirka 16 miljoner kronor till 22 projekt för att bättre och snabbare ta vara på nyanländas kompetens och erfarenhet av företagande. Pengarna ska användas till informations- och språk-insatser, nätverk och mentorskap. De går till projekt som redan varit igång under en tid och har potential att nå goda resultat på relativt kort tid. De flesta insatser görs i storstadsområden men tanken är att de ska spridas över hela landet.

Några exempel:

- "Vinnande Matchning" är ett projekt i Östergötlands, Örebro och Södermanlands län som utvecklar och genomför en ny typ av matchning mellan nyanlända potentiella och existerande entreprenörer och framgångsrika entreprenörer med utländsk bakgrund.
- "Enklaste vägen" i Västerbotten har metoder för att nyanlända ska kunna driva en verksamhet genom så kallad egenanställning, ett förenklat entreprenörskap för att snabbt ska hitta en väg till egen försörjning.
- I Skåne ska möjligheterna för nyanlända förbättras genom stöd i regionala system med inriktning på att stötta företag,
- Stiftelsen Svenska Jobs and Society/NyföretagarCentrum Sverige driver ett pilotprojekt så att nyanlända bättre kan ta del av informations- och rådgivarinsatser, nätverk och mentorskap.

– Snabbspår för nyanlända företagare är precis den typ av insatser som Sverige behöver för att främja integrationen av nyanlända. Dessutom skapar det nya jobb och ökar mångfalden i vårt näringsliv. Det bidrar till både innovation och utveckling, säger närings- och innovationsminister Mikael Damberg.

– Vi ser möjligheten både till att nya företag startas och att befintliga företag får tillgång till värdefull kompetens, inte minst för att ta in svenska företag på exportmarknader, säger Tillväxtverkets generaldirektör Gunilla Nordlöf.



Din genväg till Europa och världen

Res smidigt och prisvärt med SAS och KLM från Linköping City Airport. Med upp till fem dagliga avgångar via Köpenhamn eller Amsterdam når du tusentals destinationer världen över.

UTMÄRKTA FÖRBINDELSER TILL LONDON OCH NORGE

Res med SAS morgonflight från Linköping, efter ett snabbt byte på Kastrup, når du London kl 08.45 och Oslo, Bergen eller Stavanger före 09.30.

ÅRETS NYHETER MED KLM

Under våren börjar KLM flyga från Amsterdam till Edmonton, Bogotá, Cali, Belfast, Krakow och Montpellier. Testa en ny destination!

SAS

KLM

LINKÖPING CITY AIRPORT



Suzuki Garphyttan

World leading wire products

Suzuki Garphyttan develops and manufactures advanced steel spring wire for applications where the quality and performance requirements are extremely strict. The main applications are valve springs, transmission springs, piston rings, wave springs, die springs, linear guides and springs for fuel injection systems.

We are world leaders in advanced spring wire products and a part of the Japanese Suzuki Metal Industry Group.

www.suzuki-garphyttan.com

THE STRONGER.
THE BETTER.



WORLD LEADING WIRE.

SJU VANOR HOS MYCKET LYCKLIGA MÄNNISKOR

Visst har du någon gång undrat varför vissa människor verkar så otroligt lyckliga? Författaren Gregory Ciotti har studerat ämnet och på u99.com delar han med sig av sina observationer. Vad som är lycka definieras olika av varje individ men Ciotti har funnit några gemensamma nämnare.

1. VAR SYSSELSATT MEN INTE JÄKTAD

Forskning visar att "jäktad" snabbt leder till att du blir olycklig. Å andra sidan indikerar många studier att sysslöshet också kan vara slitsamt. Dåliga nyheter för dem som längtar efter drömmen från Office Space om att inte göra någonting.

Du bör utöka din komfortzon men inte så mycket att du känner dig överväldigad.

2. HA FEM NÄRA RELATIONER

Att ha ett par nära relationer gör människor lyckligare när de är unga och det har även visat sig hjälpa oss leva längre och med en högre livskvalitet. Riktiga vänner är verkligen värda sin vikt i guld. Siffran är inte det viktiga här, det viktiga är den ansträngning du lägger in i dina förhållanden.

3. KNYT INTE DIN LYCKA TILL YTTRE HÄNDELSER

Ödmjukhet är inte att tänka mindre om sig själv, utan att tänka mindre på sig själv. – C.S. Lewis

Självkänsla kan vara knepigt. Det är absolut bra för självförtroendet, men mycket forskning tyder på att självkänsla som är knuten till yttre lycka kan vara mycket obeständig.

4. TRÄNING

Här finns ingen utförlig rubrik för det går inte att komma runt: Oavsett hur mycket du hatar träning kommer träning att få dig att må bättre om du håller fast vid den. Så gör det till en av dina regelbundna vanor. Det gör ingen skillnad vilken aktivitet du väljer. Det måste finnas minst en fysisk aktivitet som du kan stå ut med.

5. VÄLKOMNA OBEHAG FÖR ATT BEHÄRSKA EN FÖRMÅGA

Lyckliga människor har generellt sett något som kan kallas deras "signaturstyrka" – minst en sak de har blivit skickliga på även om inlärningsprocessen innebar obehag.

Ett känt citat från den tecknade tv-serien Adventure Time säger "Att vara superusel på något är det första steget till att vara ganska bra på något", och det är sant.

6. LÄGG MER PENGAR PÅ UPPLEVELSER

Verkligt lyckliga människor är mycket försiktiga med att lägga pengar på föremål och väljer istället att lägga pengar på upplevelser. Köp av upplevelser har en tendens att göra oss lyckligare, i alla fall enligt forskning. Faktum är att en mängd forskning visar att de flesta människor är mycket lyckligare när de köper upplevelser än när de köper materiella varor.

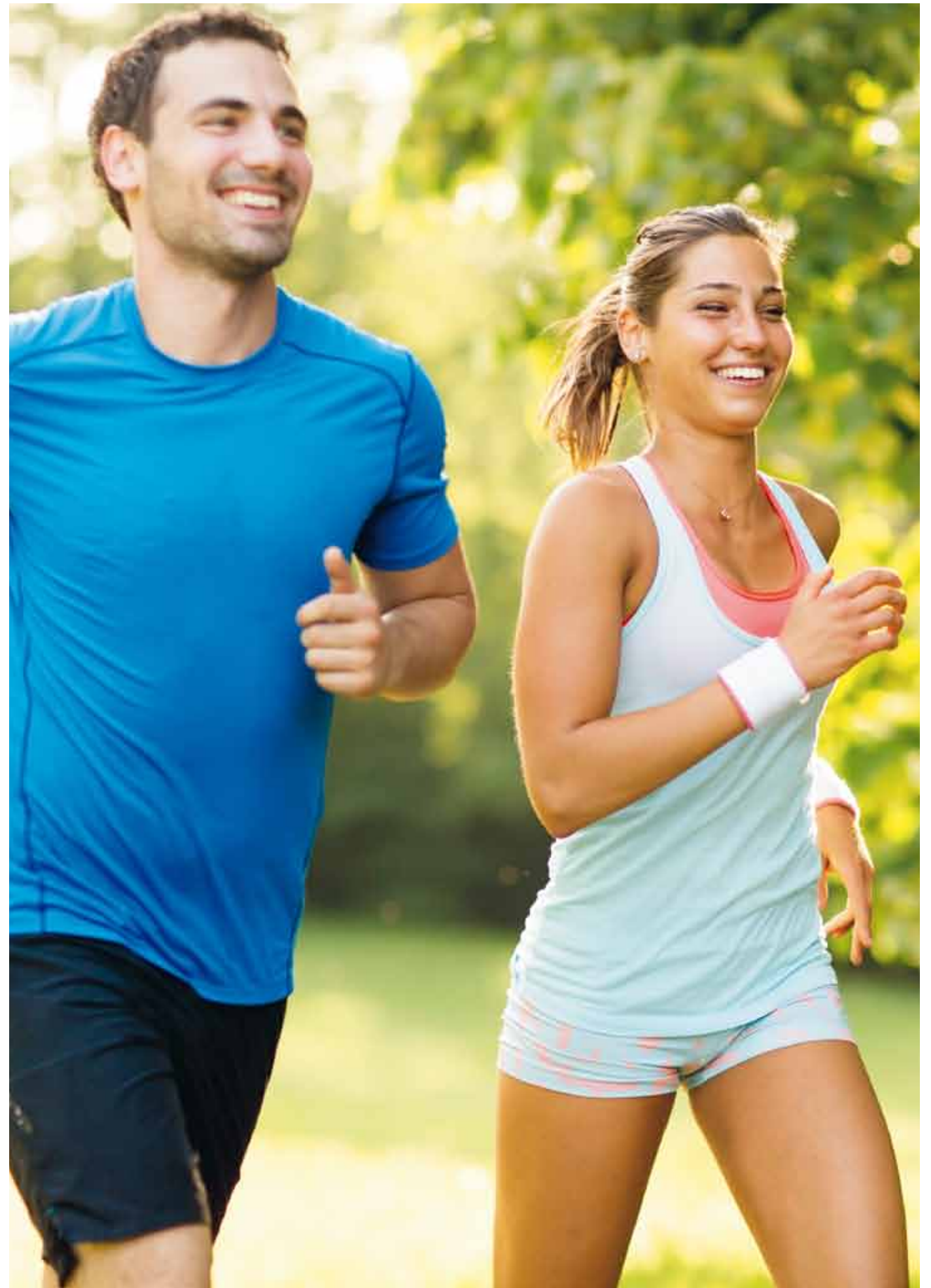
7. IGNORERA INTE DINA DRÖMMAR

Denna är punkt är mer anekdotisk än vetenskaplig, men kanske den viktigaste.

När tidningen The Guardian frågade en sköterska från ett vårdhem för obotligt sjuka om de fem saker döende personer ångrar mest var ett av de vanligaste svaren att folk ångrade att de inte följt sina drömmar.

Som ordspråket säger, det finns sju dagar i veckan och "någon dag" är inte en av dem.

Källa: 99u.com





PÅ GÅNG HOS KAMRARNA

VÄSTERBOTTENS HANDELSKAMMARE

- 9/10 Checkpoint Young, Ö-vik
12/10 E-utbildning på export, Skellefteå
13/10 Seminarium med bl a Almi –
"Ta steget", Umeå.
19/10 Länsdelegationen i Jämsställdhet
20/10 Södra kretsstyrelsemöte
26/10 Frukostmöte, Skellefteå
8/11 Styrgruppsmöte – Checkpoint Young
10/11 Umeågalan
14/11 Next and Now, Skellefteå
18/11 Guldkalaset, Lycksele

HANDELSKAMMAREN MÄLARDALEN

15-17/11 Västmanlands Internationaliseringsråd bjuder in dig att delta på en studieresa till Stuttgart i Tyskland med ett Industri 4.0 tema.

För mer information och intresseanmälan, kontakta:
Thor-Björn Käck, Handelskammaren 0766-776882,
thor-bjorn@handelskammarenmalardalen.se

NORRBOTTENS HANDELSKAMMARE

- 13/10 Lunchträff Checkpoint Young, Kulturens Hus, Luleå
18/10 Logistikdag Norr 2016 Kulturens Hus, Luleå
27/10 Välkommen till en dag med fokus på internationalisering. Vineyard Event & Konferens Björnsbyn, Luleå
09/12 Eftermiddagsträff Checkpoint Young, Studio Acusticum, Piteå

MELLANSVENSKA HANDELSKAMMAREN

- 20/10 Leveransvillkor och utlandsbetalningar, Gävle
20/10 Stora Styrelsedagen, Borlänge
25/10 Internationella avtal i Falun, Falun
8/11 Frihandelsregler i Borlänge, Borlänge
9/11 Transportkunskap för exportörer i Gävle, Gävle
9/11 Styrelseutbildning – Rätt fokus i styrelsearbetet, Mora
10/11 Förbered din export i Hudiksvall, 10 nov, Hudiksvall
15/11 Styrelseutbildning – Modern ekonomisk styrning, Falun
22/11 Importkunskap, Gävle
Young Professionals Gävle – 14 okt, 11 nov och 9 dec
Young Professionals Falun/Borlänge – 28 okt, 25 nov

ÖSTSVENSKA HANDELSKAMMAREN

- 27/9 Gränslös Frukost i Eskilstuna
4/10 East Sweden Infra Cluster – Upphandlingsseminarium i Nyköping
5/10 Seminarium Österrike och Schweiz i Eskilstuna, Nyköping och Linköping.
11/10 Exportfrukost i Norrköping
19/10 Omvärldsseminarium Besöksnäringen Sörmland i Strängnäs
20/10 Utdelning av Exportpris Gotland.
27/10 Exportfrukost i Nyköping
9/11 Skeppningsnätverksmöte
22/11 Exportfrukost i Strängnäs
5/12 Seminarium Frankrike i Eskilstuna och Linköping

Maskiner och Reservdelar

Vi säljer och hyr ut tryckluftsdrivna och hydrauliska maskiner. I vårt sortiment har vi också gruvlampor, tändapparater, reservdelar, borrar med mera till dig som jobbar inom gruv-, bygg- och stenindustrin.

Vi utför även reparationer på Era maskiner.



Saxdalsvägen 2 • Blötberget • 771 65 Ludvika
Tel kontor 0240-374 95 • Tel lager 0240-370 01
Fax 0240-376 58 • Mobil 070-744 56 66, 070-637 36 29
E-post info@gruvteknik.com • www.gruvteknik.com

Välkommen att annonsera i Global Utsikt



Kontakta vår säljare:
Conny Jonsson
conny.jonsson@texttanken.se

Eller ring på:
021-448 01 00

HAR DU INTRESSANTA EXPORTTIPS?

Kontakta Lotta Cörling på 021-448 01 00 eller lotta@texttanken.se

GLOBAL UTSIKT

En hamn som växer är en hamn som skapar tillväxt

Vi står inför stora utmaningar när vi lämnar Inre hamnen i Norrköping och istället växer ännu mer i Pampushamnen. Med den pågående satsningen möter vi framtidens krav på ökade godsvolymer, effektiv logistik och större fartyg. Med en expansiv hamn har Norrköping och den kringliggande regionen ett gott stöd för en stark framtida utveckling. Läs mer på norrkopingshamn.se

N Norrköpings
Hamn

Super strange? Nej, jättechans!



Vill du satsa internationellt? Kanske gå in på en helt ny marknad?

Med Exportkreditnämndens garantier är du försäkrad mot risken att inte få betalt vid exportaffärer. Så du kan ta tillvara på all världens möjligheter.