

# Export i tur tider

A vertical stack of colorful shipping containers, including red, blue, green, and white, is positioned in the center of the page. The containers are stacked high, with a small crane hook visible near the bottom. The background is a dark blue gradient with faint, large-scale patterns.

En  
guide till fler  
och säkrare  
exportaffärer

---

# Just nu finns EKN här för dig extra mycket

**D**ET ÄR TUFFA TIDER för exporterande företag. Kriget i Ukraina, störda handelsrutter, komponentsbrist, stigande inflation, höjda räntor och en ökande kostnadsbild leder naturligtvis till en osäkerhet bland små och medelstora bolag.

När vi på EKN träffar svenska SME-företag märker vi av den osäkerheten. Många har valt att avvakta med större exportsatsningar sedan kriget bröt ut. Det är fullt förståeligt, men det är också här som EKN kan göra skillnad. I tuffa tider är vårt uppdrag att främja svensk export och stötta exporterande företag viktigare än någonsin.

Under finanskrisen 2007–2008 tappade Sverige tusentals exportföretag. Där får vi inte hamna igen. Export är en stor och viktig del av den svenska ekonomin och vi på EKN erbjuder en rad garantier som hjälper svenska

exportbolag, och deras underleverantörer, att göra bättre och tryggare exportaffärer. Just nu är dessa mer aktuella än någonsin.

I den här guiden kan du läsa mer om hur våra garantier kan hjälpa just ditt företag. Vi har också samlat en rad experter som ger dig sina bästa råd för att hantera oroliga tider. Här kan du bland annat läsa mer om hur ditt företag kan tänka för att:

- Hitta nya marknader,
- justera priserna när inflationen rusar,
- öka möjligheterna till bankfinansiering,
- och minska risken i exportaffärerna.

Trevlig läsning och stort lycka till med exporten!

**CARL-JOHAN KARLSSON**  
AFFÄRSOMRÅDESCHEF, EKN.

**P.S.**

Tveka inte att ta kontakt med oss om du vill veta mer om hur vi kan hjälpa ditt företag. Kontakta oss på 08-788 00 00 så berättar vi mer.







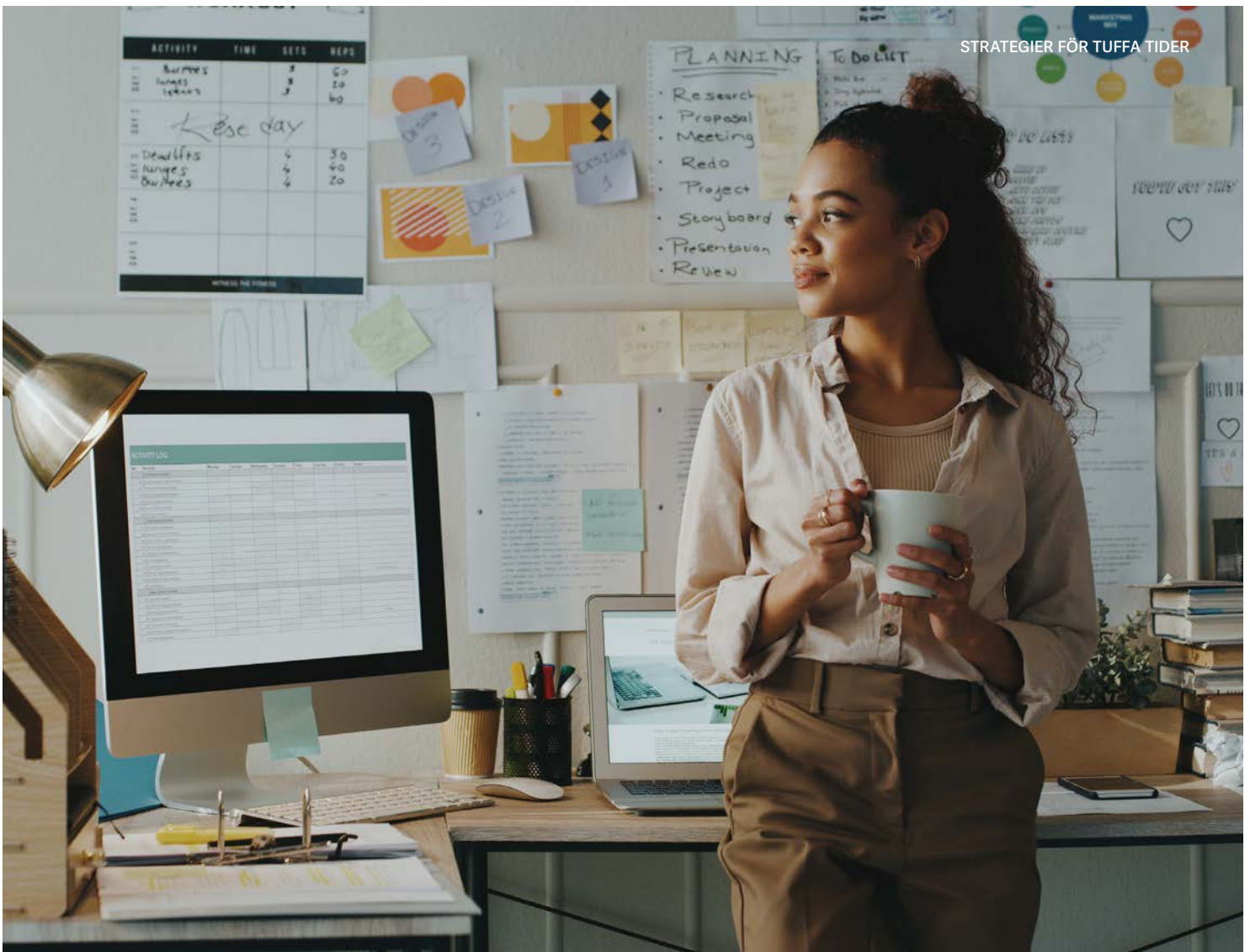
1

# Strategier för tuffa tider

Mitt bland inflation, stigande räntor och rusande kilowattpriser står många av Sveriges exportföretag och undrar om de ska bromsa eller gasa – eller köra på som vanligt. I det här kapitlet ställer vi samma fråga till en av Sveriges mest erfarna näringslivsprofiler.







# “Fokusera på likviditet och lönsamhet”

Anders Sundström har haft tunga roller inom politik och näringsliv i över 40 år och sett många kriser komma och gå. Här är hans bästa tips till exporterande företag i tuffa tider.



## Fokusera på din likviditet.

Anders Sundström första tips kretsar kring något han blev varse om redan i lågkonjunkturen

på 1970-talet och som har visat sig värdefullt i alla kriser sedan dess:

– Var rädd om din balansräkning. På ren svenska innebär det att ditt

företag bör se över er kostnadsbild och skaffa er så mycket reserver ni bara kan. Det är sällan förlusterna i sig som är den största risken i en kris, utan att inte ha likviditet nog för att klara av en tuff period.



## Agera nu.

Precis som i den privata ekonomin är det lätt att stoppa huvudet i sanden och hoppas att stormen snart är över. Gör inte det, säger Anders Sundström:

– Det är ett stort och vanligt förekommande problem – att skjuta problemen framför sig och tänka att det ska lösa sig av sig självt. Det gör det sällan. I det här läget är det viktigt att snabbt ta kontroll över sina kostnader och gärna se till att du har lägre kostnader än dina närmaste konkurrenter. ▶



### Utnyttja den starka dollarn.

Sverige har å ena sidan en stor exportindustri och å andra sidan en stark inhemsk konsumtion. Den svenska exporten fortsätter för tillfället att växa, faktiskt med hela 24 procent första halvåret 2022.

– Hittills är det främst den inhemska delen av ekonomin som drabbas av situationen. Den starka dollarn, samt att andra delar av världen inte drabbats lika hårt som Sverige av situationen, gagnar den svenska exporten som just nu tickar på bra.

Anders Sundström menar därför att svenska exportföretag som kan få betalt i dollar ska tänka på att just exportbenet kan stå sig starkare i den här marknaden än den inhemska försäljningen.

– Vi kommer att få se lägre marginaler även i exportsektorn, så jag säger inte att exportbolagen helt ska andas ut. Men jag tror att exportmarknaden kommer att klara sig bättre än hemmamarknaden i Sverige den närmaste tiden.



### Anders Sundström

Har haft tunga roller inom politik och näringsliv i över 40 år – däribland före detta socialdemokratisk näringsminister, vd för Folksam, styrelseordförande för Swedbank och rådgivare åt Northvolt.



### Fundera på förvärv.

Anders Sundströms främsta råd handlar om att hålla fokus på starka finanser, bra likviditet och att fokusera på lönsamhet framför tillväxt. Men för de företag som har klara tillväxtambitioner ser han en väg framåt:

– En rad företag kommer att få det tufft den kommande tiden. Jag tror inte på att sträva efter stor organisk tillväxt i det här läget, men om du däremot står med starka finanser så kommer det troligen att finnas stora möjligheter att göra en hel del fina förvärv framöver.



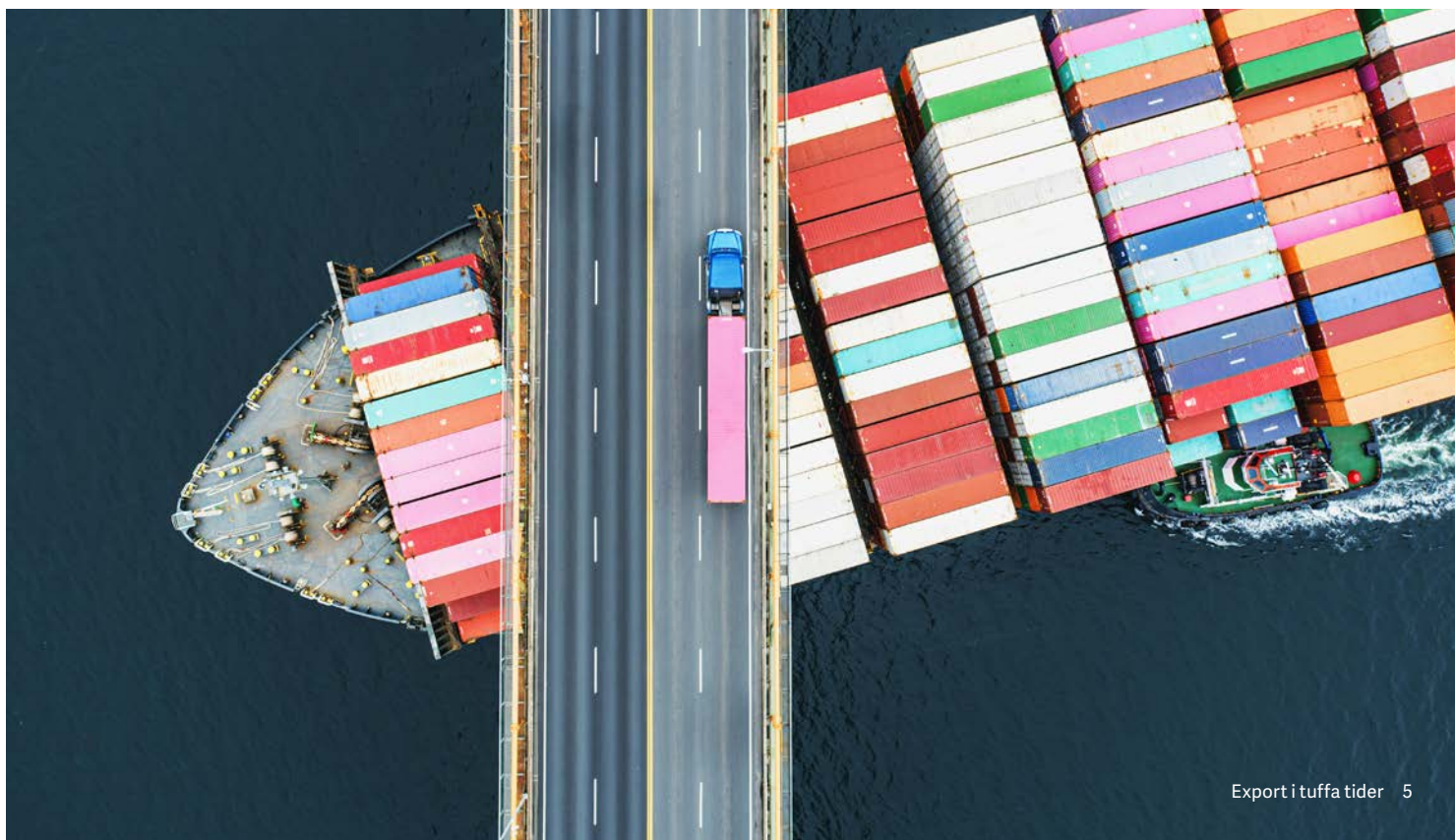
### Tänk på att det finns ett efter.

Även om framtiden kan se mörk ut nu så vänder det upp förr eller senare. Det gjorde det till exempel både efter finanskrisen och IT-kraschen.

– Det här är på många sätt en global situation och på så vis påminner det om läget 2001 och 2008. Då vände det upp ganska snabbt, även om det kändes nattsvart just då. Vi går också in i det här i ett skede där Sverige som land har urstarka finanser – och det kommer att vara viktigt för hur vi kan ta oss ur det. ■

**“Det kommer troligen finnas möjligheter att göra en hel del fina förvärv framöver.”**

Anders Sundström







För dig  
som vill tänka  
positivt



57%

av bolagen på den amerikanska *Fortune* 500-listan hade enligt en studie från Ewing Marion Kauffman Foundation under finanskrisen 2009 grundats i en lågkonjunktur eller en björnmarknad på börsen. Några bolag som grundades under finanskrisen är Uber, Slack, Whatsapp och Airbnb – så visst går det att starta och växa i tuffa tider.

## Dell satsade sig genom krisen x 2

Ibland kan det faktiskt löna sig att satsa lite extra i lågkonjunktur. Det vet amerikanska datortillverkaren Dell, som gjort det vid två tillfällen och på två olika sätt.

- Under lågkonjunkturen 1990 var Dell en liten spelare på den globala datormarknaden. Medan konkurrenterna minskade sin marknadsföringsbudget valde Dell att öka sin – med 345 procent. 1991 hamnade Dell för första gången på *Fortune* 500-listan – och två år senare var bolaget bland de fem största datortillverkarna i världen.
- 2001 – precis efter IT-kraschen – var det dags igen. Samtidigt som datorförsäljningen i USA sjönk med 12 procent ökade Dell sin försäljning med 11 procent. De gjorde det genom att justera sina priser nedåt och ökade sin marknadsandel med 6 procent. När läget var som mörkast i det fjärde kvartalet 2001 stod Dell för 90 procent av hela branschens vinst, enligt *Harvard Business Review*.

## Fem sätt att sänka bolagets kostnader

Att ta kontroll över kostnaderna är centralt i en lågkonjunktur. Så här lyckas ditt företag.

**1** Förhandla räntekostnader på dina befintliga lån och krediter. Ställ bankerna eller andra långivare mot varandra.

**2** Se över inköpen. Hur länge har du haft samma leverantörer, och när kollade du senast med andra? Ställ två leverantörer mot varandra och låt dem veta att du alltid kollar med båda.

**3** Ta en titt på hyresavtalet. Behöver du ha en så stor lokal på ett A-läge? Om svaret är ja,

har du försökt förhandla med din hyresvärd? Om svaret på båda frågorna är ja – fundera på om du kan hyra ut en del av din lokal.

**4** Genomlys dina försäkringar, och snegla på telefon, bredband, larm och andra abonnemang. Här är det också viktigt att jämföra priser, men det finns sällan lika mycket att spara här som i punkterna ovan.

**5** Till sist, gå igenom dina konsultavtal och se vad du faktiskt betalar för. Faktum är att bara två onödiga timmar varje månad till din bokföringsbyrå kostar runt 20 000 kronor om året. Kan du hitta fem sådana onödiga utgifter innebär det en besparing på nästan 100 000 kronor.





2

# Välj rätt marknad

Att välja rätt exportmarknad för dina varor eller tjänster kan vara nog så svårt under en högkonjunktur. En orolig omvärld och en osäker ekonomi gör inte uppgiften lättare. I det här kapitlet reder vi ut hur du ska tänka för att hitta rätt marknad och bäst möjligheter – just nu.







# Att välja rätt exportmarknad i oroliga tider

Att hitta rätt exportmarknad är en utmaning oavsett marknadsklimat. Stefan Karlsson, chefsanalytiker på EKN, ger sina bästa tips kring hur du ska tänka kring olika marknader i dagens oroliga läge.



## Se möjligheterna med en billig krona.

Dollarn har på kort tid stigit 20 procent mot den svenska kronan, vilket innebär att de kunder som handlar i dollar får mycket för pengarna när de gör affärer med svenska företag just nu. Det kan

stärka de svenska företagens konkurrenskraft och påverkar i allra högsta grad ditt val av exportmarknad.

– Valutor går ju upp och ner, men om ditt företag redan är etablerat i USA så finns det skäl att fundera på att satsa mer där nu. En annan

marknad som kan vara värd att titta extra på är Mellanöstern och Gulfländerna. Många av de länderna har sin valuta knuten till dollarn. Dessutom går ekonomin på högvarv i de oljeproducerande länderna tack vare de skenande energipriserna, säger Stefan Karlsson.



## Jämför läget i olika länder.

En analys av potentiella marknader ska alltid innehålla en genomgång av hur den ekonomiska utvecklingen ser ut i regionen. I synnerhet i oroliga tider finns det anledning att undersöka vilka marknader som drabbas mest – och vilka som drabbas minst.

– I ett läge som detta är det lätt att tro att situationen är lika mörk överallt. Och även om hela världen påverkas av kriget och den stigande inflationen så drabbas inte alla lika hårt. Det gäller som sagt oljeproducerande ekonomier i Mellanöstern, men även länder som Norge och Indonesien gynnas ▶



av högre energi- och råvarupriser, förklarar Stefan Karlsson.

I stora delar av Ostasien ser läget också klart ljusare ut än i Europa. Även om tillväxten ser ut att dämpas något även där är den fortfarande mycket högre än vad vi i Europa har i en högkonjunktur. I tillväxt- och utvecklingsländerna i Asien spås exempelvis tillväxten att bli 4–5 procent under 2023, medan EU-länderna och USA knappt når upp till en procent.

– Dessa marknader är dessutom vana vid något högre inflation. I Nordamerika och Europa har vi gått från en mycket låg inflation till nivåer runt 8–9 procent. Många tillväxtmarknader har ofta en inflation om runt 4 procent och ser nu siffror runt 7 procent. Det är besvärande, men inte alls på samma nivå som i Europa och Nordamerika, säger Stefan Karlsson.



### Håll koll på sanktioner och transaktioner.

En faktor som blivit allt viktigare är det hårdare sanktionsklimatet. Alla företag som gör internationella



### Stefan Karlsson

Är chefsanalytiker på EKN, en statlig myndighet som genom olika garantier hjälper svenska exportföretag att göra fler och bättre affärer.

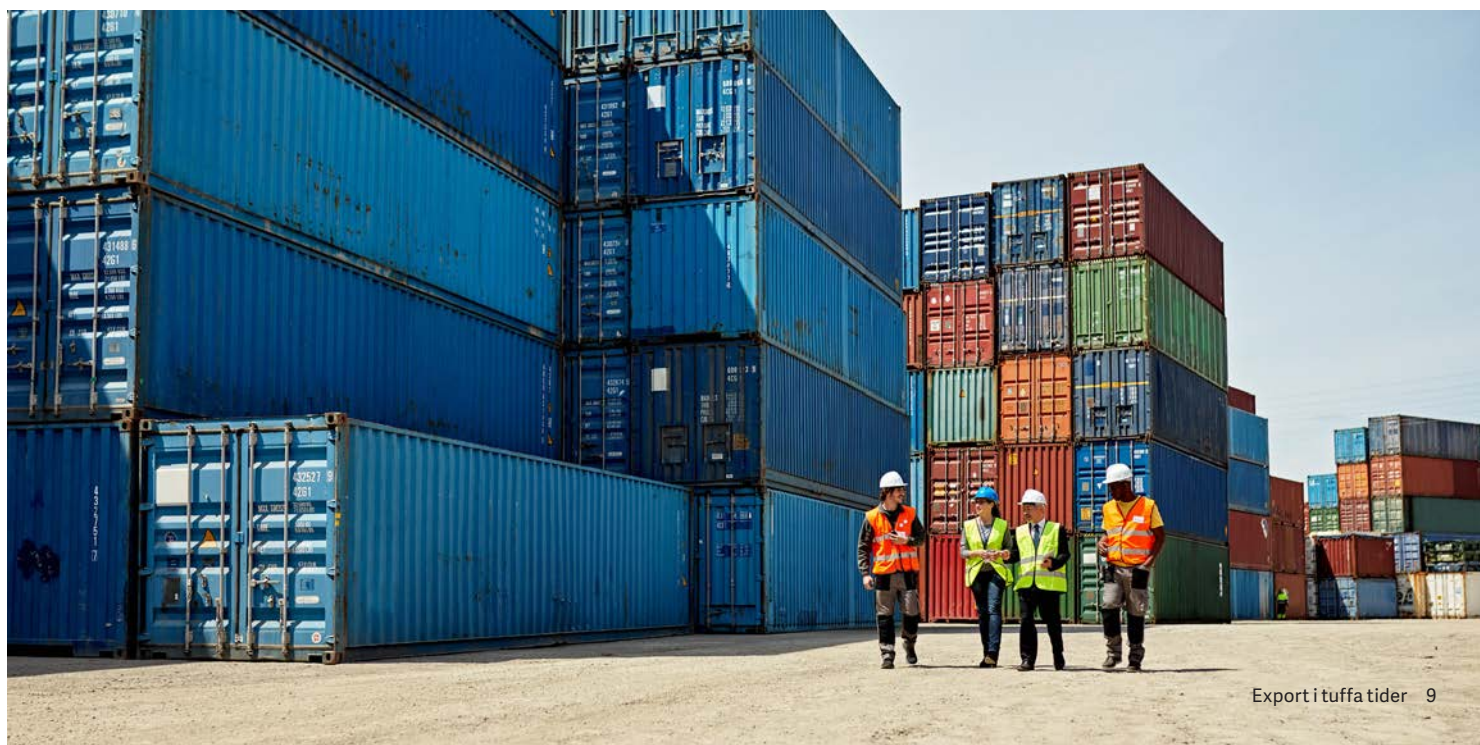
affärer måste förvissa sig om att de inte bryter mot några sanktionsregler och det är tyvärr inte så enkelt som att bara sluta sälja till Ryssland, enligt Stefan Karlsson.

– Du måste titta på ägarförhållandena i bolagen du gör affärer med, vilka banker som finansierar affärerna och vilka transportbolag som sköter leveranserna. Många banker har dessutom blivit alltmer restriktiva kring vilka länder de gör transaktioner till och från, vilket betyder att du som exportör även

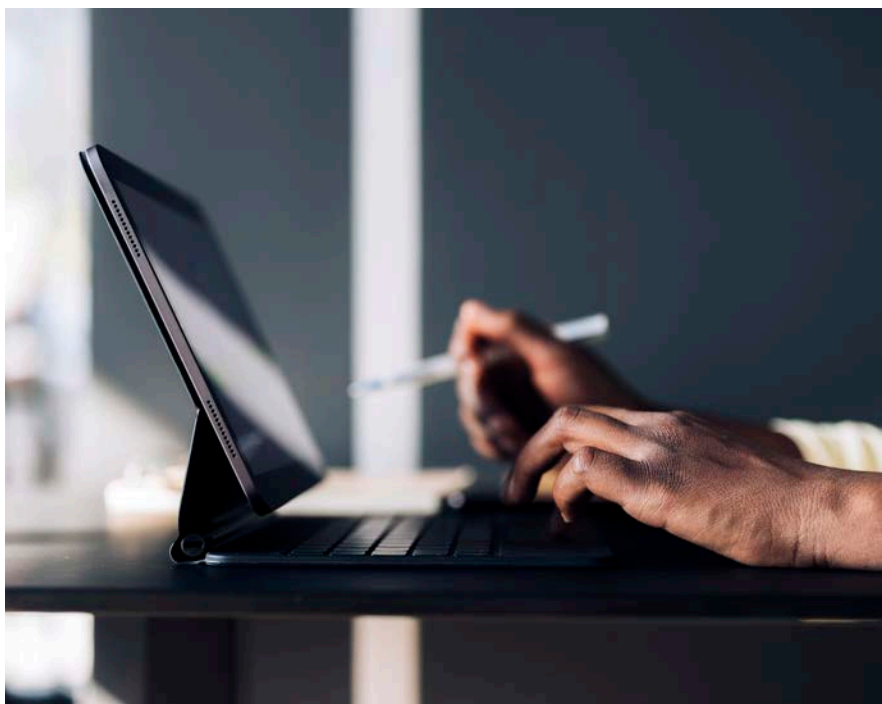
behöver förvissa dig om att din svenska bank tar emot betalningen från importörens land och bank.

Det här kan låta snårigt, men Stefan Karlsson tycker inte att sanktioner och transaktioner ska behöva påverka svenska företags exportplaner.

– Nej, du ska helt enkelt bara göra din läxa. För på det stora hela är det ändå så att svensk export växer, och det är en utveckling som inte ser ut att vända trots världsläget, säger Stefan Karlsson. ■







## Så hittar du företagets nästa marknad

Fyra enkla grundsteg för dig som letar efter nya marknader för ditt företag – oavsett konjunktur.

### 1 Lista 10 potentiella marknader.

En marknad kan vara ett land, men också en stad eller en region. Välj ut ett antal viktiga kriterier att bedöma för varje marknad – till exempel hur stor marknaden är, vilken köpkraft som finns, konkurrenser, hur regelverk och eventuella handelsavtal ser ut – och vilka kontakter ditt företag har på plats.

### 2 Fundera över era styrkor.

Det finns en anledning till att ditt företags produkter eller tjänster fungerar i Sverige. Lista era USP:ar och fundera om de kan vara styrkor även på nya marknader. Vad är det specifikt som fungerar i Sverige, och hur skulle dessa styrkor kunna fungera på andra marknader?

### 3 Handelsavtal, tullar och fraktkostnader.

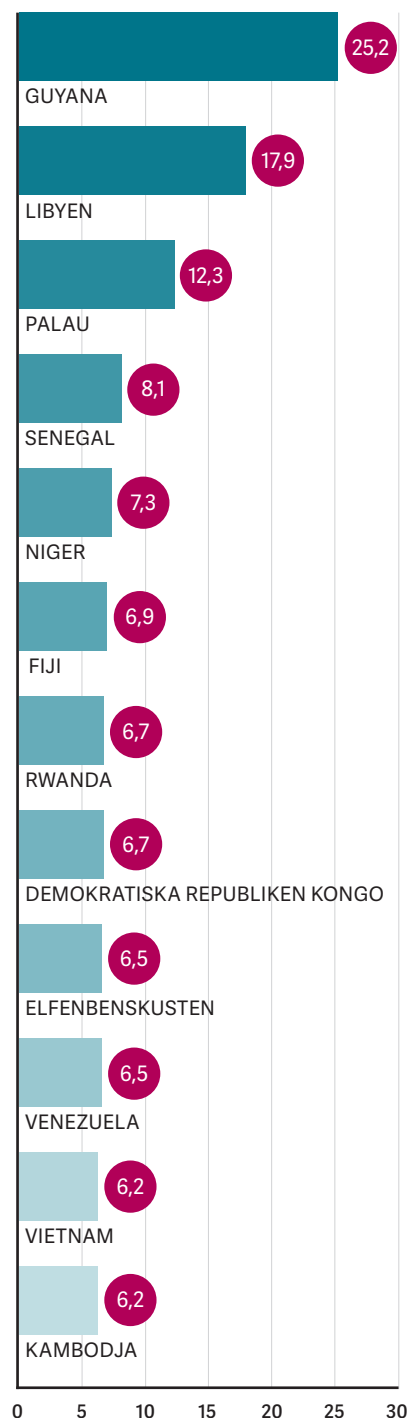
Dessa faktorer kan påverka hur mycket ditt företag måste ta betalt för era produkter och tjänster. Ställ prisnivån mot köpkraften i landet – blir det en hållbar affär? Den här analysen kan visa att produkterna blir för dyra för en viss marknad, eller att ni tvärtom kan höja priserna och förbättra era marginaler.

### 4 Verifiera era teorier.

Än så länge har ni gissat och resonerat internt. Men när ni utsett ett antal favoriter bland de potentiella marknaderna är det dags att verifiera era teorier. Prata med experter, i Sverige eller på marknaden i fråga, för att säkerställa att du och ditt företag tänkt rätt.

## Här är länderna med högst tillväxt 2023

(BNP-prognos enligt IMF)



Även om hela världen påverkas av kriget i Ukraina och den stigande inflationen drabbas inte alla länder lika hårt. Kanske hittar du din nästa marknad i något av länderna där IMF spår högst tillväxt 2023?





3

# Strategi för prissättning

Inflationen stiger, räntorna stiger, elpriset stiger – och svenska exportföretags kostnader stiger. Hur ska ditt företag då tänka kring era priser? I det här kapitlet kollar vi med en av Sveriges främsta experter på prissättning hur du kan justera prisbilden i dessa tider.





# Så justerar du priserna smartast

Andreas Jonason är prissättningsstrategen som skrivit boken "Besegra inflationen". Här är hans bästa tips för att jobba aktivt med sin prissättning – och inte tappa reala intäkter när inflationer rusar.



## Sätt en målbild för prisnivån.

Det första steget är att sätta en målbild för ditt företags nya prisnivå. För att veta hur mycket priserna måste höjas behöver du enligt Andreas Jonasson börja med att räkna på hur mycket just ditt företag faktiskt drabbas av inflationen och kostnadshöjningarna.

Bara för att inflationen är åtta procent behöver inte ditt företags kostnader ha ökat med just 8 procent. Har du en energikrävande verksamhet kanske ditt mål snarare ska vara att höja priserna med 18 procent – eftersom energipriserna stigit mycket mer än 8 procent.

– Kostnadsökningarna slår olika hårt på olika områden, vilket gör

att de reella kostnadsökningarna varierar stort. Det är därför målbilden för ditt företags nya prisnivå är så central. Den styr vilka verktyg du kan arbeta med för att nå dit, säger Andreas Jonason.



## Höj priset olika mycket för olika kunder.

Målbilden för din prisnivå handlar om hur mycket du vill höja priserna totalt. Men det innebär inte att du ska höja dem lika mycket för alla kunder. För det kan få problematiska konsekvenser. Andreas Jonason tar två exempel från verkligheten:

- Ett bolag höjde priset med 9 procent för samtliga kunder. Men eftersom de hade olika prisnivåer innan höjningen innebar det att kunderna som redan betalade mest också fick störst höjning. Detta fick konsekvensen att de kunder som gav bäst marginal började se sig om efter andra alternativ, och att bolaget satt bolaget kvar med kunderna som hade lyckats pruta mest på priset innan höjningen.

- En stor streamingtjänst hade en stor kundstock som knappt ►

“Den senaste perioden med hög inflation var för trettio år sedan, och få chefer i dag har erfarenhet av vad som ska göras – och hur priserna bör justeras.”

Andreas Jonason



använde tjänsten. När de höjde priset för dem riskerade det att leda till många uppsägningar, och det var ju knappast syftet.

Lösningen är enligt Andreas i stället att höja priset olika för olika kunder, baserat på en rad faktorer. Här behövs en analys av varje kund där du exempelvis tittar på hur nöjd och lojal kunden är, hur jobbigt det skulle vara för dem att byta leverantör samt vilket värde ditt företags produkter eller tjänster har för dem.

– En av våra kunder behövde höja sina priser med 7,2 procent. Det var deras målbild. När de var klara hade de höjt priserna med



### Andreas Jonason

Är vd på Simon Kucher & Partners, en av världens största rådgivare inom prissättning. Han har jobbat i mer än 20 år med att hjälpa exportföretag att få ut rätt värde för sina produkter och tjänster.

mellan 3 och 13 procent för de olika kunderna. De hade gått igenom sina kunder individuellt och ställt det mot hur mycket de i snitt behövde höja priserna, förklarar Andreas Jonason.



### Ta betalt för sådant som du gav bort.

Ett annat sätt att differentiera prishöjningarna kan vara att höja olika produkter olika mycket. Men intäktsökningarna kan också kom- ▶

## Grundkurs i prissättning

Här är 6 tips för prissättning som alla företag bör testa – oavsett marknadsklimat.

1

### UTGÅ FRÅN VÄRDET.

Många företag sätter sina priser baserat på fel parametrar, som till exempel hur mycket produkterna kostar att tillverka eller helt enkelt "vad man brukar ta". I stället ska du utgå från vad din produkt eller tjänst har för värde för kunden.

2

### INFÖR AUTOMATISKA HÖJNINGAR.

Låt inte prishöjningarna komma som obehagliga överraskningar för kunderna. Inför i stället regelbundna, automatiska prishöjningar – eller skriv in klausuler i kontrakten som gör att dina priser följer dina kostnader.

3

### INSPIRERAS AV BENSINMACKARNAS.

Ett smart tips är att sätta olika marginaler på olika produkter. Tänk som bensinmackarna: de har inte så stora marginaler på bensin, men desto högre marginaler på kaffet. Vissa av dina produkter kan du använda för att attrahera kunder – medan andra får göra mest för ditt resultat.

4

### PAKETERA I PRISNIVÅER.

Inför paketering i bas-, medium- och premiumnivå. Många kunder kommer då att välja mittennivån vilket blir ett bra sätt för dig att komma bort från prissättning efter tillverkningskostnaden – och i stället fokusera på värdet.

5

### RABATTERA UTAN RABATT.

Nästa gång du ska ge en kunden en rabatt, gör det genom att i stället addera någon produkt eller tjänst i stället för att sänka priset. Att inkludera produkter för 1 000 kronor extra ger ofta en mycket lägre kostnad än att sänka priset med lika mycket, och är dessutom en väg till framtida merförsäljning.

6

### ERBJUD PRENUMERATIONER.

Om du verkligen vill sätta ditt pris utifrån värdet för kunden, och därmed höja dina marginaler, kan du fundera på om du kan paketera dina produkter i form av en prenumeration. I stället för att sälja en mutter som krävs för en viss maskin, kanske du kan sälja funktionen att maskinen fungerar – och i prenumerationen ingår mutterbyte dygnet runt. Det är det ofta mycket mer värt för kunden.



Vilken av dina produkter kan bli som kaffet för bensinmackarna?





## Hur mycket är varje procent värd?

Även små procentuella ändringar av priset kan få stor betydelse för ditt resultat.

# 10%

mer i vinst vid höjning på 1 procent

Låt oss säga att ditt företag har en vinstmarginal på sista raden på 10 procent. Att höja priset med 1 procent kan uppfattas som futtigt – men det innebär ju faktiskt att du ökar din vinst med 10 procent. Kanske kan du höja priset med 1 procent redan idag?

# 50%

fler produkter att sälja vid en sänkning på 10 procent

Om det kostar dig 70 kronor att tillverka att tillverka en vara, som du säljer för 100 kronor har du 30 procent i bruttomarginal. Att sänka priset med 10 procent kanske inte låter så farligt, men då tjänar du plötsligt bara 20 kronor per vara. Det betyder alltså att du måste sälja 50 procent fler produkter för gå plus minus noll jämfört med om du behållit priset på 100 kronor. Är det rimligt att tro att du kommer att sälja 50 procent fler produkter tack vara en prissänkning på 10 procent?

ma i form av att ni börjar ta betalt för vissa tilläggstjänster ni tidigare inkluderat i priset.

– Säg att du har en kund som ringer väldigt ofta och ber om råd eller support. Då är det inte alls omöjligt att du kan börja ta betalt för den tjänsten genom ett konsultarvode. Eller så har du tidigare inte tagit betalt för frakt eller restid medan era konkurrenter gör det – då går det ofta att skapa en ny intäktström som tar företaget mot er nya målbild för priset.



### Hantera valutakurserna på rätt sätt.

För exportföretag finns det en ytterligare parameter att ta hänsyn till, och det är valutakursen. När kronan har tappat mot många stora valutor, och framför allt mot

## ”Om du väljer att höja priserna ska du dock tänka till.”

dollarn, förändras kundernas prisbild. Om du sätter dina priser i kronor men tar betalt i dollar har dina produkter blivit nästan 20 procent billigare den senaste tiden.

– Här kan det finnas utrymme att därför höja priserna eller att helt enkelt utnyttja situationen för att öka din försäljning på dollarmarknaderna. Om du väljer att höja priserna ska du dock tänka till eftersom andra leverantörer också kan ha fördelaktiga valutakurser – inte minst dina svenska konkurrenter, säger Andreas Jonason. ■



# 4

# Finansiering

Tuffa tider innebär ofta att det kan bli svårare att få ett lån av banken. Samtidigt behöver allt fler svenska exportföretag finansiering. I det här kapitlet går vi direkt till källan och frågar banken vad de vill höra för att bevilja ditt lån i dessa tider.





# En perfekt låneansökan enligt banken

Här berättar Fredrik Josefsson på SEB om fyra steg som kan göra banken tryggare i att låna dig pengarna du behöver.



## Räkna och resonera.

Att ha och kunna visa på starka finanser är viktigt i mötet med banken. I det ingår att kunna resonera kring frågor som hur stabil din bransch eller verksamhet är i oroliga tider, hur trygg din kundbas är, och hur deras köpbeteende kan

påverkas av stigande priser. Visa sedan detta i olika prognoser.

– Kassaflöden, balansräkning, orderingång, tillväxt – det finns en rad prognoser vi vill se när vi tittar på en låneansökan. Och vill du imponera på banken är mitt tips att ta höjd för olika scenarier, visa upp

både en konservativ och en realistisk prognos inför framtiden.

I slutändan handlar det nämligen om att banken vill se en återbetalningsförmåga.

– Att vi ser att lånet kan betalas tillbaka är det som faller avgörandet, det gäller i såväl goda som dåliga tider. Men i oroliga tider som dessa, när det faktiskt är en rejäl uppförsbacke i alla sammanhang, är det om möjligt ännu viktigare att verkligen kunna visa på den återbetalningsförmågan.



## Visa på kostnadskontroll – och allmän koll.

Enligt Fredrik Josefsson är det viktigt att visa att ni förstår marknadsläget. Det i sin tur görs bäst genom att visa att ditt företag har kompetens i bolaget – intern eller extern – som kan leda er rätt. Ett av de viktigaste områdena att ha full kontroll på just nu är kostnads- sidan. ▶





### Fredrik Josefsson

Är Head of Entrepreneurs & High Growth på SEB, och som initiativtagare till SEB:s tillväxthub Greenhouse har han sett och hjälpt 5 000 svenska företag att växa.



#### Låt företagsrådgivaren vara rådgivare.

Det är inte alla företag som ser bankens företagsrådgivare som en faktisk rådgivare, men Fredrik säger att rådgivningsdelen blir extra viktig i tuffa tider.

– Vi uppmuntrar till dialog, särskilt nu. I vår rådgivning kan vi ju också hantera saker som vi själva vet är viktiga för banken när det kommer till finansiering. Dialogen är också viktig för att vi ska förstå alla mjuka värden som finns i bolaget, och det kan verkligen göra skillnad.



#### Gör vad ni kan för att minska finansieringsbehovet.

Genom olika metoder kan företagen ofta minska sina finansieringsbehov. Det kan handla om att sänka sina kostnader som i punkten ovan, men också om att ta delbetalt i förskott och på andra sätt stärka sin likviditet.

– Här kan det också vara värdefullt att ta med en aktör som EKN i affären. Eftersom de kan dela risk med oss på banken så blir det lättare för oss att säga ja. Dessutom är det ännu ett tecken på att ni verkligen tänker till och har kontroll på situationen, säger Fredrik Josefsson. ■

– Vi vill gärna se att det finns flexibilitet och att ni har möjlighet att snabbt skala ner vid behov. Även här är det bra att kunna presentera olika scenarier; vad händer till exempel med era marginaler när en leverantör höjer sina priser – och vilka alternativa lösningar har ni då?  
En särskilt viktig del för att

ha flexibilitet på kostnadssidan handlar om personalkostnader.  
– Nyckelpersoner ska leva bolagets väl och ve 24/7, men man behöver inte ha alla funktioner inhouse. Att ditt företag kan outsourca vissa tjänster, och därmed sänka era fasta kostnader, känns ofta bra för banken.

**“Här kan det också vara värdefullt att ta med en aktör som EKN i affären.”**



## Så får du hjälp av EKN med finansieringen

Marcus Nilsson är underwriter på EKN. Här är hans bästa tips på hur det statliga exportstödssystemet kan hjälpa dig till finansiering.

1

### TECKNA EN RÖRELSEKREDITGARANTI

EKN:s vanligaste garanti är rörelsekreditgarantin. Den riktar sig till svenska exportföretag och deras underleverantörer och innebär att EKN täcker 50 procent av bankens risk på ditt företagslån.

– Att vi täcker halva risken gör det lättare för banken att säga ja till din ansökan. Vi sitter gärna dessutom gärna med på mötena med banken och ser hur vi tillsammans kan arbeta mot en lösning.

EKN har också en garanti



riktad mot nyetablerade tillväxtföretag och scale-ups, som täcker upp till 75 procent av bankens risk.

– För tillväxtbolag har riskkapital länge varit den vanligaste formen av finansiering. När det blir allt svårare att få tag på riskkapital kan det här vara en viktig lösning för många nyetablerade och snabbväxande exportbolag.

2

### TA DEL AV EN GRÖN GARANTI

EKN:s gröna kreditgaranti gör det enklare för företag att få finansiering när de ställer om sin produktion eller tillverkar och säljer en grön produkt.

– Garantin täcker upp till 80 procent av bankens risk. Syftet är att främja

klimatinvesteringar genom att göra finansieringen av gröna satsningar lättare.

3

### MOTGARANTI FÖR FÖRSKOTTSBETALNING

Förskottsbetalning är ett bra sätt att finansiera exportaffärer och minskar behovet av ett banklån. Men i osäkra tider kan krav på förskott göra potentiella köpare nervösa. Då kan en förskottsgaranti från banken vara lösningen. Den innebär att din bank garanterar förskottet gentemot köparen i utlandet. Men en förskottsgaranti betyder också ökad risk för banken. Där kommer EKN in i bilden.

– Vår motgaranti försäkrar 75 procent av förskottsbeloppet och det minskar

FINANSIERING



bankens risk väsentligt. EKN:s motgaranti gör det alltså lättare för banken att ställa ut förskottsgarantin, vilket i sin tur gör att ditt företag kan få sitt förskott av köparen.

4

### KOLLA UPP LÄNEMÖJLIGHETER VIA ALMI

Medan EKN ställer ut garantier, kan Almi låna ut pengar till svenska företag. Almi har en rad olika lån, men det vanligaste är deras företagslån. Utgångspunkten är att lånen ska vara ett komplement i din totala finansieringslösning – där banken vanligtvis är den andra finansiären.

– EKN och Almi kan till exempel sitta med på mötet med banken och se hur vi tillsammans kan hitta en bra lösning. Det är även så att EKN kan täcka en del av Almis risk om de beviljar finansiering. Det finns många exempel på olika lösningar som kan leda till att exportbolagen får den finansiering de behöver.



### Marcus Nilsson

Arbetar som senior underwriter på EKN och träffar dagligen svenska bolag som befinner sig i olika skeden av sin exportresa.



A man with short brown hair and glasses is shown in profile, looking at a laptop. The laptop screen displays a dashboard with various business charts, including a pie chart, a bar chart, and a line graph. The background is softly blurred, suggesting an office environment.

5

# Minska riskerna

Tuffa tider för dig innebär ofta tuffa tider för dina kunder – och att det i längden kan bli svårare för dig att få betalt. Lyckligtvis finns det flera sätt att minska betalningsrisken i dina affärer. I det här kapitlet berättar vi hur du lägger grunden för en tryggare export.





# Så minskar du betalningsriskerna och skapar trygga affärer

I oroliga ekonomiska tider är det skönt vara så säker som möjligt på att få betalt när ditt företag exporterar. Här berättar EKN:s Anna Långström hur du kan sänka bolagets betalningsrisker vid export och fokusera på kärnverksamheten i stället för att jaga uteblivna betalningar.



## Gör research om dina kunder.

Att känna sina kunder är extra viktigt i osäkra tider, vilket inte minst gäller för nya kundrelationer. Innan nya affärer inleds är det viktigt att samla ihop så mycket information som möjligt om kunden. Exempelvis bör du ha koll på bolagets ägarstruktur, styrelse och finansiella historik samt skaffa dig en överblick om riskerna i det

nya landet och i branschen där.  
– Det är lätt att vara naiv och utgå från att nya kunder har koll på sina finanser, men jag vill uppmuntra alla företag att göra sin hemläxa. Får du in en ny kund för en större affär, nöj dig då inte med ett Teams-möte där de presenterar sig. **Gör din egen research för att värdera kundens betalningsförmåga innan du skriver på något,** säger Anna Långström.

## 5 tips för att bedöma kundens betalningsförmåga:

- Se över kundens historik – en tumregel är att fokusera på likviditetsanalysen.
- Titta så långt bak i tiden som möjligt och fundera över om du ser några trender eller varningsflaggor.

- Större förändringar i exempelvis kundens verksamhet, ägarstruktur eller ledning bör undersökas.

- Kreditupplysningar kostar och kan vara svåra att få fram i många länder. Vänd dig då till svenska aktörer som har kontor på marknaden i

fråga. Du kan till exempel ta hjälp av Business Sweden och se om de känner till bolaget. EKN kan också ha information om den lokala marknaden och dess branscher.

- Vid samarbeten med EKN gör EKN en grundlig kreditbedömning av kunden i fråga.



## Försäkra risken att inte får betalt med EKN.

EKN erbjuder flera garantier som på olika sätt stöttar svensk export. En av dem, garantin för kundfordringar, är utformad just för att de svenska företagen ska känna sig trygga i att få betalt när de exporterar.

– Rent konkret så går vi på EKN in som partner till det exporterande företagets bank och försäkrar i normala fall hela 95 procent av kontraktbeloppet. Om kunden av någon orsak sedan inte kan betala så täcker EKN upp för nästan hela den uteblivna summan. Det skapar en stor trygghet för det exporterande företaget, säger Anna Långström.



## Teckna en privat kreditförsäkring.

Som statlig aktör får EKN inte konkurrera med privata kreditförsäkringsbolag. Detta innebär att EKN:s garanti för kundfordringar inte kan användas för affärer med kredittider under 24 månader som görs med EU- eller med OECD-länder. Vill du försäkra den sortens affärer finns dock flera privata bolag att vända sig till.

– Några av de större bolagen är Atradius kreditförsäkring, Coface och Allianz Trade. Alla har sina egna upplägg och regler kring försäkringarna, så mitt tips är att ringa runt ▶

EKN kan hjälpa dig att bedöma kundens betalningsförmåga.





och se vilket bolag som har bäst lösning för just ditt företag och den aktuella affären, säger Anna Långström.



### Utnyttja EKN:s motgaranti och få förskott från kunden.

Att begära ett förskott är ett klassiskt sätt att minska risken för att inte få betalt. Förskottet hjälper dig dessutom att stärka företagets likviditet när kostnaderna stiger. Men i och med att dina kunder troligtvis också behöver tänka på likviditeten just nu kan förskottsbetalningar vara svårare än vanligt att få loss. Här kan EKN hjälpa till.

– I det här läget är det vanligt att kunden vill ha en så kallad förskottsgaranti från din bank för att försäkra sig mot risken att du inte kan leverera som avtalat. Det är dock inte riskfritt för banken att ställa ut en sådan garanti – därför kan EKN:s motgaranti vara



### Anna Långström

Är regionansvarig för mellersta och norra Sverige på EKN. Hon har tidigare arbetat med riskbedömning och kreditanalys på EKN samt med bland annat avtalsförhandling och utvärdering av nya investeringar för Swedfund.

användbar, säger Anna Långström.

EKN:s motgaranti försäkrar 75 procent av förskottsbeloppet, vilket minskar bankens risk väsentligt. Motgarantin gör det alltså lättare för din bank att ställa ut en förskottsgaranti till din kund, vilket i sin tur gör det troligare att du får ett förskott av kunden.



### Hantera betalningsavvikelser direkt.

Sist men inte minst: Märker du av att en kund, ny eller befintlig, börjar

halka efter med sina betalningar är det viktigt att agera direkt.

– Det är förståeligt att kunder kan ha problem med betalningarna, särskilt i nuläget. Håll därför ett extra öga på kundernas inbetalningar och om en kund betalar sent bör du absolut ta upp det med dem direkt för att få en förklaring till varför betalningen är sen. Beroende på svaret kan det också vara värt att se över era kommande leveranser till kunden, säger Anna Långström. ■



# Tänk på detta när du skriver avtal

Hur ett avtal bör se ut beror på affären, men generellt finns ett par saker att tänka på. Eleonore Plutz, senior affärsjurist på EKN, berättar hur du sänker dina risker med ett tryggt avtal.



## 1 av 10

SME-företag i Sverige bedömer risken som mycket eller ganska hög att det inte kan få betalt i sina exportaffärer det närmaste året.



## 4 av 10

uppgår att de påverkas i hög grad av stigande energipriser. Bland företag med energikrävande verksamhet påverkas så många som sju av tio i hög grad.



## 6 av 10

Har höjt sina priser till följd av prisökningen på insatsvaror. I genomsnitt har priserna på insatsvaror ökat med 20 procent det senaste halvåret.

Källa: EKN och Demoskop

### 1 Se till att avtalet är skriftligt och bindande.

– Först och främst behöver du ha ett skriftligt avtal för att bevisa vad du och köparen har kommit överens om. Det är viktigt att avtalet har signerats av en behörig firma-tecknare hos både dig och din kund – annars är det inte bindande.

### 2 Använd dröjsmålsränta och sätt den efter marknad

– Dröjsmålsränta är en bra påtryckning för att få betalt i tid. I länder med högt ränteläge kan det dock vara mer lönsamt för en köpare att bekosta din dröjsmålsränta än att betala den lokala bankräntan. Sätt därför en räntesats som är anpassad till landet i fråga.

### 3 Gör hemläxan om leveransvillkor.

– Vilket leveransvillkor du väljer får betydelse för dina risker och din kontroll över varan och skeppningsdokumenten. Många exportörer använder sig gärna av avtalsvillkoret Ex Works som innebär att kunden själv hämtar en vara från ditt lager eller din fabrik. Men Ex Works-villkoret kan innebära problem när det är dags att momsdeklarerar. Dessutom måste du lämna ut ditt unika EORI-nummer för förtullning och vet inte om varan faktiskt lämnar landet. Se därför till att vara påläst kring leveransvillkor – Business Sweden har mycket kompetens om just det.

### 4 Behövs säkerhet för betalningen?

– För att minska risken att inte få betalt kan du som säljare kräva en säkerhet för betalningen. Om din vara har ett bra andrahandsvärde kan du till exempel ha ett äganderättsförbehåll i avtalet som innebär att äganderätten av det du säljer övergår till kunden först när allt är betalt. Tänk då på att detta även kan behöva registreras i landet där köparen finns – om köparen går i konkurs finns annars en risk att varan plockas in i konkursboet.



Eleonore Plutz

### 5 Bestäm vad som sker vid tvist.

– Om din köpare inte betalar och det blir en tvist bör ert avtal reglera var processen ska drivas (i domstol eller skiljedomstol) och enligt vilken lagstiftning. Det här är en vetenskap i sig självt, men man kan säga så här: Att driva en tvist i domstol är generellt sett mer ekonomiskt för mindre affärer, och att driva en process lokalt på köparens marknad gör ofta domen mer verkställbar i praktiken.

### 6 Ta hjälp av en jurist.

– Sist men inte minst: Att anlita en jurist för att skriva avtal kan kosta mycket men rekommenderas starkt – särskilt om du gör många affärer mot samma marknad eller om affären rör ett större belopp.

# Hur kan vi hjälpa dig?

EKN är en myndighet med uppdrag att främja svensk export och svenska företags internationalisering. Vi ökar din möjlighet att få finansiering genom att täcka bankens risk – och försäkrar dig mot risken att inte få betalt i din exportaffär. Vi bjuder på kostnadsfri rådgivning, så hör gärna av dig till något av våra kontor nedan!

