

GLOBAL

UTSIKT

SVERIGES HANDELSKAMRARS EXPORTMAGASIN

NR 4 2012

MOLNET

INTERNATIONELLA AVTAL
MOT EXPORTHINDER

ISRAELISKT BESÖK

KRÖNIKA MED
LKAB:S VD LARS-ERIC AARO



UT I VÄRLDEN

OBEMANNAD KATASTROFHJÄLP



IWEC AWARDS

SVENSKA FRAMGÅNGSRIKA VINNARE

SPECIALISERING BÄDDAR FÖR SVENSKT

STÅL

Du glömmmer väl inte årsredovisningen?

Läs mer på
www.pwc.se

En liten påminnelse till dig som driver ett litet företag och har valt att inte ha revisor. Du vet väl att du ändå måste lämna in din årsredovisning till Bolagsverket? Det måste alla aktiebolag göra oavsett om man har revisor eller inte. Statistisk från Bolagsverket visar att många småföretag missar detta vilket kan leda till kostsamma förseningsavgifter för dig som företagare. Onödigt tycker vi. Tycker du att det här med bokslut och årsredovisning är krångligt och tar mycket tid? Vi hjälper dig gärna!

Tillsammans tar vi dig närmare dina mål och visioner!

pwc



GLOBAL
UTSIKT

#4 INNEHÅLL



4 Ledare

Vad gör vi i väntan på konjunkturuppgången?

6 Fokus på svensk stålindustri

– Artiklar om den svenska stålindustrin

18 Krönika Lars-Eric Aaro

20 Molnet

– Minskar kostnader och underlättar e-handel

23 Handelsstatistik 2012

25 SCB exportstatistik

26 Brand Sweden blir verklighet

– Cleantechstudenter på besök

27 Stamo Maskin AB

– Kunskapsutbyte USA-Sverige inom Cleantech

28 Mental träning

– För effektiv internationell försäljning

30 IWECAwards

– Framgångsrika svenska företagare

31 Israeliskt ambassadörsbesök

– Handel mellan Israel och Sverige växer

32 Cybaero rycker ut i världen

35 Handelskamrarnas anslagstavla



Ansvarig utgivare: Johanna Palmér Östsvenska Handelskammaren · johanna.palmer@east.cci.se Redaktionskoordinator: Didi Swege Harrison (Texttanken, didi@texttanken.se)

Redaktör: Fredrik Nyby (Texttanken, fredrik.nyby@texttanken.se) Redaktionsråd: Johanna Palmér (Östsvenska, www.east.cci.se),

Camilla Olsson (Värmland, www.handelskammarenvarmland.se), Petronella Modin (Norrbotten, www.norrbottenshandelskammare.se)

Catarina Hallenberg (Mellansvenska, www.mellansvenskahandelskammaren.se), Emma Arvidsson (Västerbotten, www.ac.cci.se),

Jenny Emerén (Mälardalen, www.handelskammarenmalardalen.se), Berit Sjödin (Mittsverige, www.midchamber.se), Didi Swege Harrison, Fredrik Nyby (Texttanken)

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

Upplaga: 4 700 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.

Vad gör vi i väntan på konjunkturuppgången?



"FLERA HUNDRA FÖRETAG HAR VARIT INTRESSERADE"

Europa har till stor del själv lyckats skapa en ordentlig konjunktur-svacka. Kina och Indien har bromsat in och vår normala räddning i dessa fall – USA – håller sakta men säkert på att dra sig upp ur sin svacka med betoning på "sakta". Exportföretagen i Sverige sköter sig bra, man har efter den djupa svackan 2008 rationaliserat och vässat sin kompetens. Men, vad hjälper det när kunderna runt om i världen befinner sig i trångmål, utan pengar, utan krediter och ofta med bristande framtidsstro. Då hjälper det inte att våra produkter och tjänster är konkurrenskraftiga och bland de bästa, saknar kunden pengar så blir det inga affärer.

Sverige reste sig snabbt efter den svåra konjunktursvackan 2008/09. En del företagen i norra Sverige upplevde en "boom" som förvånade många, delvis beroende på den kraftigt ökade efterfrågan på mineraler. Norrlandsläns toppade tillväxtligornas statistik och Västerbotten var det län som uppvisade den största exportökningen i landet år 2011.

Men, så kom Eurokris, diskussion om nödlån till Grekland, Spanien och vips så upplevde företagen att beställningarna försvann i augusti och september. **Vad gör vi då?** Handelsminister Ewa Björling åker runt på en Eriksgata för att prata om hur duktiga vi blivit på export och betonar att regeringen ska stärka företagets exportmognad. **Hur?** Än så länge har vi inte sett några konkreta förslag på vad ministern menar. Hoppas de kommer innan valet!

Handelskammaren har årligen under flera år genomfört seminarieträffar för att höja företagets internationella kompetens, nätverksträffar för att sprida erfarenheter samt olika affärsresor. Flera hundra företag har varit engagerade och vi har därmed säkerligen dragit vårt strå till stacken för att få fler företag att våga ta steget in på en internationell marknad. Även nu när konjunkturen sviker är det än mer viktigt att företagen vässar sin kompetens så man är beredd när kunderna vaknar till liv och har fyllt sina plånböcker.

Trots sämre konjunktur finns alltid företag som befinner sig i expansionsskeden och framförallt företag som med lite hjälp kan ta steget och göra sina första exportaffärer. Kanske till Norge, kanske Danmark, Tyskland eller till vår snabbväxande granne som trots närheten vi verkar glömma bort – Polen. Vi borde satsa resurser på att hitta dessa företag för att få dem att ta sitt första "exportsteg". Eller, kanske det första exportsteget för vårt nästa IKEA är att hitta en kund i en annan region i Sverige?

Konjunktursvackor ger alltid nya möjligheter.

Jan Bergmark, vd Västerbottens Handelskammare



Exportkursen som underlättar din tullhantering

Börja det nya året med att friska upp dina tullkunskaper!

Tullverket strävar efter att underlätta tullhanteringen för Sveriges företag. Som ett led i det arbetet håller vi kurser och informationsträffar runt om i landet för företag som arbetar med internationell handel.

Vår exportkurs ger dig grundläggande kunskap om export. Inga förkunskaper krävs. Under två dagar varvar vi teori med övningar.

Efter genomförd kurs ska du förstå och kunna tillämpa grundläggande exportregler. Du ska känna till ursprungsregler för export, exportrestriktioner samt förenklade förfaranden vid export. Du ska också kunna fylla i en exportdeklaration.

Läs mer och anmäl dig på [tullverket.se/Innehåll A-Ö/Kurser](http://tullverket.se/Innehåll/A-Ö/Kurser) och informationsträffar.



ESAB – svetsning i världsklass

Svetsning och skärning används inom en mängd olika områden, allt från tillverkning av cyklar och möbler till mer komplexa konstruktioner som broar, fartyg och offshoreplattformar.

I Laxå ligger ESAB's största produktionsenhet. Vi utvecklar, producerar och marknadsför svetsutrustningar, från portabla små omriktare till kompletta, skräddarsydda svetsanläggningar.

Våra kunder finns i de flesta branscher. Bland de viktigaste kan nämnas skepps- och offshorevarv samt alla typer av mekanisk industri som ägnar sig åt svetsning och skärning.

Med över 100 års erfarenhet av svetsning är ESAB världsledande i sin bransch. Totalt har ESAB ca 8.600 anställda. ESAB har bolag i ett 25-tal länder samt ett stort nät av återförsäljare och agenter över hela världen. ESAB-gruppen som ägs av Charter plc i London omsätter ca 11 miljarder kronor.



...och vilka banker satsar riktigt stort på vårt sörmåländska näringsliv för att det ska få den rätta knuffen uppåt?

Bara Sparbanken.

Till skillnad från andra banker i Sörmland är vi en sparbank. En lokal bank vars främsta uppgift är att arbeta för sörmålänningarnas och bygdens bästa. Alltid.

Sörmlands Sparbank
GER MER ÄN BANKEN BANKEN

0771-350 350 – sormlandssparbank.se
FLEN KATRINEHOLM MALMKÖPING NYKÖPING OXELÖSUND VINGÅKER

Nära dig.

Nära Europa.



STOCKHOLM SKAVSTA AIRPORT
www.skavsta.se

STOCKHOLM VÄSTERÅS
FLYGPLATS

www.vst.nu
The Friendly Airport

RYANAIR

4 days
a week

London
Musicals, soccer, shopping



SPECIALISERING BÄDDAR FÖR

SVENSK STÅLINDUSTRI

TEXT: NICLAS SAMUELSSON

Världens stålindustri har genomgått stora omstruktureringar de senaste åren. Det gäller inte minst den svenska. I Sverige har stålföretagen specialiserat sig inom olika områden där de tillverkar högt förädlade nischprodukter som huvudsakligen exporteras. Det har gjort svenska stålföretag världsledande och väl rustade för tuffare tider.

Svenska stålföretag exporterar cirka fyra miljoner ton stål om året, vilket motsvarar närmare 95 procent av den totala produktionen. Nästan lika mycket importeras. 2011 stod stålexporten för 4,6 procent av Sveriges totala varuexport och hade ett sammanlagt värde av drygt 56 miljarder kronor. Stålexporten når cirka 150 länder; den i särklass största exportmarknaden är EU. Utanför Europa är USA en viktig marknad, liksom Kina som på senare år importerar allt mer stål från Sverige. Stålföretagen i Sverige utvecklar ständigt nya stålsorter och -produkter och är i många fall världsledande när det gäller avancerade stål.

Specialisering ger skydd

I spåren efter finanskrisen och på grund av dagens ekonomiska problem råder det dock ett besvärligt läge i stålbranschen, något som även många svenska företag känner av. Den svenska kronans starka värde i förhållande



Bo-Erik Pers, vd för Jernkontoret. Foto: Pär K Olsson.



Sträckglödning. Ingång till sträckglödgningsugn i trådverk. Fagersta Stainless AB. Foto: Stig-Göran Nilsson.



Del av masugn, ringtrumma och formor. SSAB Tunnpå AB. Foto: Stig-Göran Nilsson.

till euron har också påverkat lönsamheten negativt, eftersom två tredjedelar av all export går till länder där man handlar i euro. Trots detta har svensk stålindustri ändå ett relativt bra utgångsläge. Det menar i alla fall Bo-Erik Pers, vd för Jernkontoret, som är den svenska stålindustrins branschorganisation.

– Svenska stålföretag har jobbat hårt med att hitta sin nisch. Många av våra företag är relativt små, men är ändå mycket specialiserade och säljer till specifika marknadssegment. Det gör att svensk stålindustri till viss del är lite skyddad mot det som händer i omvärlden.

Överkapacitet i stålvärlden

De senaste tio åren har stålindustrin i världen haft en exceptionell tillväxt. Från att länge ha haft en stabil produktion på 800 miljoner ton per år, har produktionen ökat till 1 500 miljoner ton per år. Förklaringen till denna ökning stavas i första hand Asien och framförallt Kina, som varit inne i vad som beskrivs som en ekonomisk supercykel. Även om finanskrisen även påverkat Kina, så har tillväxten där ändå fortsatt uppåt. Samtidigt har Europa gått tillbaka och även haft fortsatta problem efter krisen. Kinas stora investeringar i främst infrastruktur har dock inte gjort att konsumtionen i övrigt har ökat.

Det har i sin tur lett till en något lägre stålförbrukning, samtidigt som man har fortsatt att bygga ut kapaciteten i stålindustrin. Det har gjort att det nu finns en överkapacitet i stålvärlden – en överkapacitet som ligger på 150-200 miljoner ton per år.

– Det är framförallt de som säljer vanligt stål, standardprodukter, som drabbats av denna överkapacitet. I Europa har masugnskapacitet för 25 miljoner ton plockats bort ur produktionen, men det räcker inte. Vi har fortfarande högre tillgång än efterfrågan, säger Bo-Erik.

Tyngdpunkten i Asien

Ytterligare en faktor som talar för att vi kommer att ha fortsatt överkapacitet framöver är att Indien också vill satsa på egen stålkapacitet. I landet med en tillväxt på sex-åtta procent om året anser man att samhället byggs med stål. Därför vill man öka sin stålproduktion från dagens 70 miljoner ton till hela 200 miljoner ton år 2020.





Bo-Erik menar att detta inte kommer att "torka ut" marknaden, utan istället ge ett fortsatt besvärligt läge för vanligt stål.

– I Sverige glömmar vi ibland att marknaden har ändrat tyngdpunkt. I dag är det de stora marknaderna i Asien som har störst betydelse. För svenska företag är det viktigt att hänga med i den omställningen, vilket många också gör på ett bra sätt.

Bra utgångsläge

På Jernkontoret tror man att det rådande

läget kommer att hålla i sig ett tag till, även om det finns de som säger att vi kommer att få se en annorlunda bild redan under nästa år. Mycket hänger på vilka beslut som tas i Kina, där även små förändringar i konsumtionsmönstret spelar stor roll för marknaden. För svenska företags del gäller det att fortsätta vara bra på nischprodukter, ligga steget före och vara målmedvetna. Även om många stålföretag nu upplever tuffa tider med varsel och minskad lönsamhet, så finns det ändå en stor tilltro till branschen.

– Svensk stålindustri har gått igenom eld-dop tidigare och är bra positionerad. Vi är medvetna om att utveckling av nya produkter är viktigt, vi är starkt nischorienterade och vi vet hur vi ska sälja våra produkter. Så utgångsläget är bra. Det gäller bara att fortsätta ha hög fart, kanske till och med öka den ytterligare. Konkurrenter kommer alltid att finnas och då blir hastigheten i förmågan att utveckla sig väldigt viktig. Jag har svårt att se att svenska företag kommer att tappa fokus från detta, säger Bo-Erik avslutningsvis. □



Plankarta över bruket och platsen. Avesta, Dalarna, omkr. 1803. Akvarell av okänd.

VÄRLDSLEDANDE NISCHPRODUCENTER

I DAG BEDRIVS VERKSAMHET som direkt kan kopplas till stålindustri på ett tjugotal orter i Sverige. Här är exempel på i Sverige verkamma stålföretag som är världsledande inom sina respektive områden:

SANDVIK – STÖRST PÅ SÖMLÖSA RÖR

Outokumpu Stainless Tubular Products – en av de största på svetsade rör för processindustrin.

Outokumpu Stainless – ledande på rostfri plåt och höglegerade specialstål.

Fagersta Stainless – bland de ledande specialisterna på valstråd i Europa.

Carpenter Powder Products – störst på pulverstål.

Uddeholm – störst på verktygsstål.

Erasteel Kloster – störst på snabbstål.

Ovako – störst på kullagerstål.

SSAB – störst på slitstål och ledande på extra höghållfasta stål.

Sandvik Heating Technology (Kanthal) – störst på järnlegeringar för motståndsvärmning.

Höganäs AB – störst på järnpulver.



Nära dig.

Nära Europa.



INGEN STÅLKRISS HOS WETTERLINGS

TEXT: NICLAS SAMUELSSON · FOTO: MATS ANDRÉN

År 1900 fanns det ett tjugotal yxtillverkare i Sverige. I dag är det endast tre kvar. En av dem ligger i Storvik utanför Gävle. I 132 år har Wetterlings tillverkat handgjorda yxor av hög kvalitet och med svenskt stål. Det tänker man fortsätta med.

Som stålkonsument är Wetterlings en relativt liten aktör. Företaget köper cirka tjugo till trettio ton låglegerat stål om året av sin leverantör Ovako i Smedjebacken. Att använda svenskt stål är en viktig del i företagets idé och vd Julia Kalthoff kan inte tänka sig att byta.

– Vi har använt vårt stål länge och är mycket nöjda. Det är nästan en skrämmande tanke att behöva byta. Svenskt stål har hög kvalitet, vilket inte minst våra kunder håller med om. Även om det kanske finns annat stål som också är bra, så vill vi ändå inte byta.

Tror på leverantör

Att det skulle råda kris inom stålindustrin är inte något som man direkt märker av på Wetterlings. Att leverantören tvingas rationalisera och slutar sälja de stål som inte köps så ofta kan visserligen bli ett hot på längre sikt. Men inte heller det verkar skrämma Julia särskilt mycket.

– För oss fungerar allting. Vi har ett bra samarbete med vår leverantör och jag hoppas att deras stål inte slutar tillverkas. Men om det gör det så är jag säker på att de hittar något annat stål som fungerar lika bra. Ovako har hittat sin nisch och är världsledande inom den. Vi tror stenhårt på dem.

Import inte billigare

Konkurrens från lågprisländer som Kina är inte heller något som påverkar Wetterlings särskilt mycket. Att köpa kinesiskt stål är inte något alternativ för ett företag som bygger hela sin verksamhet på att sälja yxor av svensk kvalitet.

– Våra kunder skulle slå bakut om vi inte an-



vände svenskt stål. Själva vill vi inte heller gå utomlands, det skulle vara tråkigt att behöva importera. Jag tror inte heller att det skulle bli så mycket billigare. Trots all den energi och teknik som går åt till att framställa stål, så har det vi använder bara något högre kilopris än potatis. Höglegerat stål är cirka tio gånger dyrare. Vi är nöjda med såväl pris som kvalitet på det stål vi använder, säger Julia.

Kvalitetsmedvetna kunder

Från att i början främst ha sålt yxor till skogsindustrin, utgörs Wetterlings kunder i dag mest av privatpersoner. Flest yxor säljs det i Stockholmsområdet. Detta förklaras bland annat med att det där är en friluftstrend och att många har öppna spisar i sina hus. Julia pekar på tre faktorer som är viktiga för dem som köper en yxa från Wetterlings: funktion, hållbarhet och skönhet. För det räcker inte med att yxan är bra, den måste vara vacker också. Sammantaget gör detta att yxorna är lite dyrare än massproducerade varianter. Kunderna är dock medvetna om detta och betalar mer än gärna för det.

– Våra kunder är kvalitetsmedvetna. För dem handlar det mycket om det känslomäs-

siga och hur yxorna tillverkas. Visst kan man köpa en yxa för femtio kronor, men det är en helt annan produkt. Jag vet faktiskt inte riktigt vad man gör med en sådan yxa. Att tillverka yxor är som att laga mat – det gäller att ha bra ingredienser och skickliga kockar, annars blir det dåligt. I vårt fall är ingrediensen svenskt stål av hög kvalitet och kockarna är våra skickliga smeder. □

WETTERLINGSMANUFAKTUR AB

FINNS I: Storvik utanför Gävle.
GRUNDAT: 1880 av Sven Axel Wetterling i Bäckefors Bruk, Dalsland. Företaget flyttade till Storvik 1885
TILLVERKAR: Cirka 25 000 handsmidda yxor om året
ANTAL ANSTÄLLDA: 8
ANDEL EXPORT: Cirka 50 procent
Främsta exportländer: USA, Tyskland, Kanada, Japan och Sydafrika
OMSÄTTNING: 5,3 miljoner kronor (2011)
ÖVRIGT: Wetterlings är den enda svenska yxtillverkare som gör sina egna skaft. Företaget äger även ett vattenkraftverk där man producerar sin egen el.

FORSKNING STÄRKER SVENSK STÅLINDUSTRI – MEN DET SAKNAS INTE UTMANINGAR

TEXT: NICLAS SAMUELSSON · FOTO: MARIA ÅSÉN, SHUTTERSTOCK

I Sverige satsas det cirka en miljard kronor om året på forskning kring stål. Forskningen bedrivs till stor del inom stålföretagen i samarbete med högskolor, universitet och forskningsinstitut. Detta har bidragit till svenskt ståls goda rykte och att stålindustrin är globalt konkurrenskraftig med starka produkter.



– Ledstjärnan i den forskning som bedrivs är samarbete och fungerande nätverk. I Sverige har vi lätt att prata med varandra och arbeta mot gemensamma mål för företagens bästa. Mycket av det som rör ståltillverkning är allmängiltigt, vilket gör att företag som på ett sätt är konkurrenter ändå känner tillit och är beredda att lösa saker ihop, säger Göran Carlsson, som är vd för forskningsinstitutet Swerea Mefos i Luleå.

Hitta nya råmaterial

Svensk stålindustri skulle förmodligen inte vara där den är i dag utan starkt fokus på forskning och utveckling. Att Sverige har gjort sig känt som ett land med bra nischprodukter beror till stor del också på konsekvent och framgångsrik produktutveckling. Att fortsätta utveckla produkterna kommer alltid att vara viktigt. Men med nya tider kommer också krav att satsa på nya forskningsområden. I dag fokuseras forskningen i huvudsak på tre områden: råmaterial, koldioxidutsläpp och energibesparing.

– De senaste femton åren har vi upplevt något av ett råvarurall, drivet av Kinas utveckling. Detta har lett till att priserna på råmaterial har gått upp kraftigt. Mycket av forskningen handlar därför om att hitta nya råmaterial, hur tillverkningsprocesserna kan ställas om och hur man kan hålla nere materialkostnaderna, fortsätter Göran.

Ersätta kol

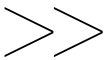
Stål är en legering som till största delen består av järn. För att utvinna järn ur järnmalm används koksat stenkol som reduktionsämne. Det innebär att det vid såväl järn- som stålframställning skapas restprodukter, bland annat i form av koldioxid. För varje ton stål som produceras skapas mer än 1,7 ton koldioxid. En central del i forskningen handlar om hur man kan få ner dessa halter. Enligt Göran tittar man bland annat på om det går att ersätta en del av kolet med biobränslen eller om processerna kan drivas på något annat sätt för att få ner kolanvändningen.

– I Europa och Sverige har vi kommit långt när det gäller att hitta vägar att bli bättre. En annan aspekt är att priset på kol också har stigit de senaste åren. Det har höjt intresset ytterligare för att ersätta kolet med något annat.

Återvinna biprodukter

Frågan om energibesparing består av två delar. Den ena handlar om att sänka energiförbrukningen i tillverkningsprocesserna och den andra om hur energi kan återanvändas. I det förra fallet vill man försöka förstå processerna och hur de ska styras mer effektivt. I det senare är det fråga om hur man kan utvinna energi ur de biprodukter som skapas vid ståltillverkning, som olika gaser och slag.

– En stor fråga för den globala stålindustrin är hur vi ska kunna återvinna biprodukter effektivare än i dag. Man brukar tala om





SWEREA MEFOS

Swerea Mefos är ett av fyra forskningsinstitut i Europa som fokuserar på stålindustrin. Verksamheten finansieras dels av institutets medlemsföretag, dels av offentliga medel via Jernkontoret, Energimyndigheten och Vinnova. Finansiering kommer också från enskilda, konfidentiella uppdrag samt från EU och RFCS (Research Fund for Coal and Steel). Swerea Mefos ingår i Swerea-koncernen och har drygt 90 anställda, varav 57 är forskningsingenjörer.

”zero waste”, vilket innebär att inget ska läggas på deponi. Allt ska istället återanvändas i den egna tillverkningskedjan eller i någon annan produktion.

Viktigt att se helheten

Det finns gott om utmaningar för de som ägnar sig åt forskning inom ovan nämnda områden. När det gäller att hitta nya råmaterial är en utmaning att detta ofta styrs utifrån ekonomiska förutsättningar. Efterfrågan och pris avgör hur mycket arbete som läggs på att hitta nya material och om dessa är värda att utvinna eller inte. En ännu större utmaning är att hitta processer som leder till

sänkta koldioxidutsläpp. Att ersätta kol med väte från naturgas är ett tänkbart alternativ. Väte är ett utmärkt reduktionsämne och restprodukten blir endast vatten. Att framställa rent väte är dock dyrt och kräver bland annat ett lågt elpris. En förändrad användning av kol kan också försvåra för dem som i dag använder kolets restprodukter till annat.

– Mycket av restprodukterna, som gaser, tas tillvara för att värma hållningssektioner i stålverken eller går till ett kraftvärmeverk. SSAB i Luleå skickar alla sina returgaser till det lokala kraftvärmeverket, som förvandlar det till el som täcker 90-95 procent av SSAB:s energibehov. En del används också till varmvatten som

värmer villor, lägenheter och sjukhus i kommunen. Om returgaserna inte är lika energirika måste man kanske hitta andra system för värme och el. Det gäller att man förstår hela systemet och inte suboptimerar, menar Göran.

Sverige ligger långt framme

Att forskning och utveckling kommer att spela en stor roll för den svenska stålindustrin även i framtiden råder det inga tvivel om. Stål används i allt från husbyggen till fordon och mobiltelefoner och är en viktig del av människans dagliga liv. Behovet av stål kommer därför att fortsätta öka. Enligt Göran är det viktigt att stål till-

verkas på ett sätt som accepteras av samhället. Han tror därför att de forskningsområden som man nu fokuserar på kommer att vara aktuella ett bra tag framöver.

– Koldioxidutsläpp är en viktig politisk fråga. Bland annat har EU satt upp de så kallade 2020-målen för minskade utsläpp. Att jordens befolkning beräknas öka till 9,5 miljarder år 2050 och att människor i tredje världen ska ges möjlighet till utveckling är också en utmaning som ställer krav på forskningen. I Sverige ligger vi långt framme inom dessa områden, men vi kan alltid bli bättre. Man får inte vila, för då blir man lätt omkörd. 

DOLDA TILLGÅNGAR

TEXT: FREDRIK NYBY · FOTO: FREDRIC ALM

2010 var LKAB Sveriges åttonde största exportföretag, med en export på över 23 miljarder kronor. Tillsammans med övrig gruvnäring stod de för 40 procent av den svenska nettoexporten.

LKAB är ett av Sveriges äldsta industriföretag. Bolaget bildades 1890 och har under mer än ett sekel varit en viktig kugge i svensk exportindustri och för vår industriella utveckling. Lika länge har bolaget agerat pålitlig leverantör och samarbetspartner till europeisk stålindustri. Förädlingen till färdiga produkter uppgick 2011 till cirka 26 miljoner ton och dagligen rullar 15 malmtåg från Kiruna till Narvik och från Malmberget till Luleå. Tåg-seten är 750 meter långa – 68 vagnar å 100 ton dras av världens starkaste ellok!

Efterfrågan på stål, framförallt från Kina, har tryckt upp världsmarknadspiset på förädlade järnmalmsprodukter rejält. LKAB satsar därför stort. Och har resurser att göra det. Bolaget, som ägs av staten, redovisade i fjol en vinst på nästan 15 miljarder utifrån en omsättning på 31 miljarder SEK. LKAB planerar för en investeringstakt de närmaste åren på cirka 5 miljarder kronor per år. Det är samma takt som LKAB uthålligt investerat i sedan 2005.

Kundrelationer i järnmalmsbranschen är långsiktiga och trögrörliga. Det pågår över 250 järnmalmsprojekt i världen, och LKAB:s expansion tar sikte på att etablera en ökad leveranskapacitet innan marknaden åter mättats. Nästa generations LKAB grundas nu genom investeringar i tre nya gruvor, två nya huvudnivåer i befintliga gruvor, forskning och ny infrastruktur. LKAB planerar att anställa över 1 000 personer de kommande åren.

Sveriges högteknologiska mineralkoncern sitter på världens renaste järnmalm och har en 100-årig tradition att förädla den. Bolaget har gått från att vara en renodlad råvaruproducent till en världsledande leverantör av järnmalmsprodukter. Fokus nu är att trimma och utveckla verksamheten ytterligare, inom såväl produktion som logistik och marknadsbearbetning. □

Visste du att:

- loken som drar malmtågen genererar ström tillbaka i nätet i nedförslut
- det tar fem sekunder att lossa en malmvagn på 100 ton i den 650 meter långa lossningsstationen i Narviks hamn.
- LKAB sysselsätter fler än 200 olika yrken
- redan på 1700-talet lär samer ha berättat om två stora berg gjorda av järn – Luossavaara (Laxberget) och Kiirunavaara (Fjällripeberget).



Flygbild över Svappavaara.



Borr aggregat under jord.

LKAB

KONCERNEN & EXPORT

Luossavaara-Kiirunavaara AB (publ) förkortas LKAB och är en internationell högteknologisk mineralkoncern, världsledande producent av förädlade järnmalmsprodukter för stål tillverkning och en växande leverantör av mineralprodukter till andra industribranscher. Huvuddelen av järnmalmsprodukterna säljs till europeiska stålverk. Andra viktiga marknader är Nordafrika, Mellanöstern och Sydostasien. Försäljningen av industrimineraler sker främst i Europa och till växande marknader i Asien och USA. LKAB-koncernen har cirka 4 100 medarbetare, varav ca 600 utanför Sverige. Koncernen består av cirka 30 bolag i ett 15-tal länder. Planen är att öka produktionen med 35 procent till 2015.



LKAB logistik – IORE-lok.

MALMEN

Den vanligaste järnmalmen i världen består av omagnetisk hematitmalm. I LKAB:s gruvor är det mineralet magnetit som dominerar. Magnetiten har ett högt järninnehåll och är magnetisk, vilket är en stor fördel genom mindre energitillförsel i förädlingsprocessen och lägre koldioxidutsläpp jämfört med andra malmsorter. Drygt 80 procent av LKAB:s järnmalmsförsäljning är i form av pellets, centimeterstora kulor.



LARS-ERIC AARO

FYRA EIFFELTORN OM DAGEN

FOTO: FREDRIC ALM

LKAB producerar cirka 90 procent av järnmalmen inom EU. Det innebär att vi varje dag året runt uppfordrar järn motsvarande fyra Eiffeltorn ur Kirunagruvan, som är världens största underjordsgruva för järnmalm, och motsvarande två Eiffeltorn ur världens näst största, som ligger i Malmberget strax utanför Gällivare.

Vår globala nisch är marknadsföring av en funktionell produkt, en klimatsmart järnmalmsspellet med hög kvalitet kombinerad med kunskap och service. Pelletsmarknaden utgör drygt 10 procent av den totala järnmalmemarknaden. Som en av världens största pelletsleverantörer är vårt mål att alltid leverera produkter i världsklass, inget annat duger.

Tack vare teknik, innovationer och forskning i framkant samt långsiktiga och nära kundrelationer har LKAB kontinuerligt lyckats utveckla sina processer och produkter. För att vara konkurrenskraftiga måste vi driva vår produktion storskaligt och effektivt. Konkurrenterna har betydligt lägre fasta kostnader då de stora järnmalmssgruvorna i världen främst domineras av gigantiska dagbrott i Brasilien och Australien.

LKAB:s marknadsstrategi är att ge mer kundnytta än konkurrenterna, att leverera det vi kallar för Performance in Ironmaking eller effektivitet i järnframställning hos våra kunder. Denna differentieringsstrategi kräver med nödvändighet en uthållig och intensiv satsning på FoU för att bygga kunskap om kundernas processer och produktionsstruktur.

Vår största marknad är Tyskland, där en stor del av våra kunder i sin tur levererar till bilindustrin. Under 2012 har vi emellertid fått full utdelning på vår flexibilitetsstrategi, att ha upparbetade kundkontakter när baskunder tar mindre volym. Vi har flyttat volymer mellan kunder och ändrat i vårt produktutbud. Resultatet är att vi fortfarande säljer allt vi kan producera.

Sedan 30 år tillbaka finns vi i Mellanöstern och Nordafrika, där framställningen av järn sker med hjälp av naturgas istället för med kok som en traditionell masugn. Vår extremt rena och klimatsmarta järnmalmsspellets lämpar sig särskilt väl för denna så kallade direktreduktionsprocess. De senaste åren har priset på naturgas fallit dramatiskt i USA, tack vare en kraftigt ökad utvinning av skiffergas. Därför märker vi nu av en ökad efterfrågan på LKAB:s produkter även i Nordamerika.

Det land som har störst påverkan på exportmarknaden för järnmalm är Kina. Sedan 2009 har LKAB etablerat en permanent närvaro där i form av kundrelationer med en handfull kvalitetsmedvetna stålverk. Kina står för över 50 procent av världens stålproduktion. Med en utpräglad differentieringsstrategi är det nödvändigt för LKAB att finnas i Kina för att förstå marknads- och tekniska trender.

Marknaden för järnmalm har vuxit med nästan 250 procent de senaste 10 åren. Ju fler människor som tar steget in i medelklassen och efterfrågar ett eget kylskåp, tvättmaskin och kanske bil, desto större blir efterfrågan på stål och i förlängningen på järnmalm. Kina har idag ett importberoende på 70 procent, som väntas öka till 80 procent år 2020.

LKAB planerar en ökning av leveranskapaciteten med drygt 35 procent till 37 Mt järnmalmssprodukter årligen från 2015. Vi planerar att starta tre nya gruvor i form av dagbrott i närheten av samhället Svappavaara, drygt fyra mil sydost om Kiruna.

För LKAB är det affärskritiskt att vara en betydande leverantör hos varje kund. Om LKAB:s produkter har för liten andel hos en stålkund, kan respektive kund inte längre uppleva det mervärde som vi levererar i våra produkter. Utan tillväxt är risken stor att LKAB tappar marknadsandelar och att konkurrenter tar vår plats.

Då Kinas importberoende förväntas öka, tror branschbedömare på en fortsatt god efterfrågan på högkvalitativa järnmalmssprodukter. Industrialisering, välståndbyggnad och urbanisering, främst i Asien, byggs på stål och ger ett ökat behov av järnmalm i världen. LKAB har investerat mer än 30 miljarder kronor i verksamheten under 2000-talet och fortsätter att investera cirka fem miljarder kronor per år de närmaste åren. Syftet är att bygga ett större och starkare LKAB som kan möta en marknad som är mer i balans, den dagen högkostnadsgruvorna i Kina är ersatta av långkostnadsproducenter i bl a Australien. Priserna har sjunkit under 2012 och vi kommer otvivelaktigt stöta på gupp i gatan på vår tillväxtresa. Men så länge välståndet i världen ökar och allt fler människor kan ta steget ur fattigdom så kommer det att behövas järnmalm. Därför är framtidsstron i LKAB fortsatt stark. □

LARS-ERIC AARO

LARS-ERIC AARO Vd och koncernchef LKAB

Molnet minskar kostnader och underlättar e-handel

– MEN OKLARA REGELVERK OCH OLIKA STANDARDSKAPAR HINDER

TEXT: NICLAS SAMUELSSON · FOTO: SHUTTERSTOCK

Cloud computing, eller molntjänster, gör att företag kan effektivisera verksamheten och minska utgifterna. Datormoln i form av externa servrar för informationslagring, processkraft och dataprogram minskar företagets kostnader för såväl hård- som mjukvara. Detta är inte minst användbart vid elektronisk handel. Men molntjänster kan även drabbas av handelshinder.

Molnet är ett sätt att erbjuda IT-funktioner som datalagring, processkraft och program som tjänster över internet. Detta görs genom att man använder externa och ofta avlägsna servrar. Var informationen och programmen lagras är ofta okänt för användaren och lagringsplatsen behöver inte heller vara statisk. Det kan därför uppfattas som att informationen finns någonstans "bland molnen". Själva begreppet "molnet" kommer dock från internets barn-dom, då nätverket ofta ritades som ett moln. Vanliga molntjänster är e-postprogram, sociala nätverk, mobilapplikationer, lagringsutrymmen samt musik-, film- och fototjänster.

– Den teknik som molnet bygger på gör att företag kan vara en länk i en global produktionskedja för IT-baserade tjänster, som kan delas upp i flera steg och utföras i olika delar av världen. Till exempel kan ett bolag i USA tillhandahålla själva infrastrukturen, som ett företag i Japan sedan bygger en plattform på vilken de i sin tur erbjuder ett europeiskt företag som utvecklar mobilappar. Man kan säga att molntekniken underlättar en global



arbetsfördelning och bidrar till att nya typer av tjänster och lösningar utvecklas, säger Susanna Kinnman, utredare på Kommerskollegium.

Fördel för små företag

Spotify och Voddler är andra exempel på företag som använder sig av molnet för att bedriva handel med olika delar av världen – då främst till privatkunder. Men det är framför allt mer företagsinriktade molntjänster som blir vanligare. När ett företag väljer att lägga ut exempelvis sitt tidsredovisningssystem eller kundregister hos en utländsk molntjänstleverantör innebär det att man importerar en tjänst. På så sätt underlättar molnet den internationella handeln med tjänster.

– I dag blir det allt vanligare att nystartade företag väljer att köpa färdiga eller skräddarsydda IT-lösningar hos externa molnleverantörer. E-handelsföretag använder sig exempelvis ofta av olika webblösningar för fakturering, beställning och kundtjänst som baseras på molnet.

Även om det främst är tjänster som kan förmedlas digitalt, så har den internationella handeln med varor också gynnats av molnet. Särskilt små företag kan tack vare molntjänster marknadsföra sina varor på utländska marknader på ett sätt som tidigare inte var möjligt, fortsätter Susanna.

Oklarheter skapar hinder

När data passerar nationsgränser kan det dock uppstå olika typer av handelshinder. Enligt Kommerskollegiums rapport Hur gränslöst är molnet? kan bland annat lagar som rör hantering och lagring av personuppgifter ställa till besvär för molnbaserade företag. Det är vanligt att länder begränsar förvaring av personuppgifter till länder med liknande lagstiftning eller ställer krav på att e-handelsföretag bara använder servrar som finns i det land där man



är verksamt. Enligt Susanna är det dock inte lagarna i sig som utgör hindren.

– De är snarare en förutsättning för att någon ska vilja använda sig av molnet. Det gäller bara att lagarna är utformade så att de är så lite handelsstörande som möjligt, samtidigt som man uppnår exempelvis rättssäkerhet och skydd av personuppgifter, säger hon och pekar på några andra hinder som kan finnas.

– Molnleverantörers olika standarder vad gäller tekniska lösningar och hur olika typer av molntjänster definieras kan fungera som hinder för internationell handel i molnet.

Andra hinder handlar om skillnader i regelverk och oklarheter kring vad som gäller när kund, företag och dataserver finns i olika länder med olika lagar. Detta kan även gälla regler som rör immaterialrätt, som upphovsrätt, varumärkeskydd och patent, eller frågor som rör beskattning och konsumenträtt med mera.

Internationella avtal lösningen

För att komma förbi dessa hinder måste internationella överenskommelser och riktlinjer skapas på olika områden. Det handlar exempelvis om lagar och regler för hantering och lagring av data, immaterialrätt och brottsbekämpning. Även tekniska hinder som uppstår genom skillnader när det gäller hantering av e-legiti-



FOTO: PRIVAT

mation, e-fakturor och liknande områden kan minskas genom internationella avtal. Detta kan bland annat uppnås genom överenskommelser i exempelvis världshandelsorganisationen WTO, eller via bilaterala frihandelsavtal.

– Inom EU pågår det ett omfattande arbete på detta område. Bland annat håller man på att ta fram en strategi som ska underlätta användandet av molntjänster över nationsgränser. När man ingår regionala avtal är det dock viktigt att inte barriärer höjs mot tredje land, avslutar Susanna. □

MOLNET

USA STÖRST PÅ MOLNTJÄNSTER

USA är i dag världens största marknad för molntjänster. Utvecklingen ligger generellt sett före EU, särskilt när det gäller det privata användandet. Till exempel görs fyra gånger så många lagliga nedladdningar av musik via molnbaserade applikationer och program i USA. Detta beror delvis på bristen på lagligt utbud i Europa och att EU till viss del består av 27 olika marknader istället för en.

USA satsar även i större utsträckning på forskning och utveckling inom informations- och kommunikationsteknik. Den amerikanska staten har också tagit fram en strategi för användning av molntjänster i den federala statsinfrastrukturen. Enligt deras egna beräkningar kan detta leda till besparingar på 75 procent av dagens utgifter, från åttio miljarder dollar till tjugo miljarder dollar.

KÄLLA: KOMMERSKOLLEGIUMS RAPPORT HUR GRÄNSLÖST ÄR MOLNET? (2012).

HANDELSSTATISTIK 2012

– ÖKAD EXPORT TILL DE STÖRSTA MARKNADERNA

TEXT: MAGNUS PAMP • FOTO: SHUTTERSTOCK

Varuexporten till nio av Sveriges tio största exportmarknader, undantaget USA, ökade under 2012 års första hälft enligt Kommerskollegiums rapport om Sveriges utrikeshandel. Värdet av den samlade varuexporten världen över sjönk emellertid något. Istället ökade exporten av tjänster högst markant, vilket medförde att den totala exporten steg med 2,2 procent.

Samtidigt som ekonomin kärvar för ett flertal skuldtyngda sydeuropeiska länder, går det alltjämnt någorlunda bra för flertalet nordeuropeiska ekonomier. Under 2012 års första sex månader exporterade Sverige varor värda 607 miljarder kronor. Om vi jämför dessa siffror med varuexporten för samma period 2011 motsvarar det en värdeminskning på 0,5 procent. Merparten av varorna, 72 procent, exporterades till Europa.

Guld till Schweiz

EU-länderna är den allra största exportmarknaden för svenska varor – och till den sålde vi varor för 345 miljarder kronor, vilket utgjorde 57 procent av den totala svenska varuexporten. Vår varuexport ökade till samtliga de största svenska mottagarländerna inom EU, varav den största värdeökningen kom från Storbritannien som ökade med 3,6 miljarder kronor. Här såg vi främst en rejäl ökning inom mineraloljeprodukter, vilken ensam var lika stor som hela värdeökningen till Storbritannien. Till landet skedde också öknings inom varugrupper som tillbehör till motorfordon samt hel- och halvfabrikat av metaller förutom järn och stål. Värdeökningens mässigt efter Storbritannien kom Danmark och Finland som ökade med 1,9 respektive 1,8 miljarder kronor. Till flertalet av våra mindre exportmarknader inom EU minskade dock exporten, speciellt till de länder som tyngs av eurokrisen.

Riktat vi blicken mot de europeiska länderna utanför EU ser vi exempelvis att exporten ökade till Schweiz och Norge, med 31 respektive 7,8 procent. Ökningen till Schweiz bestod i huvudsak av den exportökning av icke-monetärt guld på över 800 procent som gjordes, vilket motsvarade en värdeökning med nästan 2,1 miljarder.

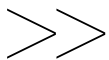
Exporten av telekomutrustning till Japan fördubblades nästan

Det väldiga landet i öster, Kina, är de svenska företagens största exportmarknad i Asien. Landet tog emot 3,3 procent av vår varuexport, vilket var en ökning med 0,5 procent. Ökningen kom främst på maskinsidan och inom medicinska och farmaceutiska produkter. Värdet av det vi exporterade till Kina var nästan 20 miljarder kronor eller 27 procent av den totala exporten till Asien.

Totalt sett dalade dock exporten (till Asien) med



Oljebehållare och lagringstank av mineralolja.



5,3 procent och kom att utgöra 12 procent av vår totala export. Ser vi till våra övriga stora asiatiska mottagarländer ökade exporten till Japan med 23 procent och till Saudiarabien med 5,5 procent. Ökningarna till Japan försiggick bland annat inom kemiindustrin. Noterbart är även värdeökningen på 1,6 miljarder inom verkstadsprodukter där exporten av telekomutrustning nästan fördubblades och stod för cirka hälften av ökningen. Exporten av järnmalm ökade kraftigt till Saudiarabien, och vi kan också notera att exporten av motorfordon ökade med en femtedel.

I Afrika är Egypten en av regionens största ekonomier och en stor handelspartner inte bara för Sverige utan även för EU som helhet. Vår varuexport till Egypten steg med 30 procent. Ökningen kom från varugrupper som livsmedel, sågade trävaror och järnmalm, papper och papp, samt maskiner och apparater. Exporten av svenska varor till Afrika minskade dock som totalt sett med 9,7 procent.

Kanada importerade svensk mineralolja i mängder

I Amerika är USA är vårt största enskilda exportland och landet utgjorde vår fjärde största exportmarknad – en marknad som tog emot 6,5 procent av vår totala export. Exporten minskade dock med 3,5 procent eller 1,4 miljarder kronor. Brasilien och Kanada, våra näst största och tredje största amerikanska exportmarknader, utgjorde vardera omkring en procent av vår export. I dessa länder skedde exportökningar med 4,5 procent till Brasilien där ökningen främst skedde inom råvaror och bränsle och med 9,4 procent till Kanada dit exporten av mineraloljor ökade kraftigt.

Resevaluta flödade in från Norge

Tjänsteexporten är en betydande del av vår svenska export och utgör en tredjedel av den totala exporten. Därför är det glädjande att se att exporten av tjänster ökade med 9,3 procent. Den positiva förändringen beror till största delen på ett ökat inflöde av resevaluta, något som kan bero på att gränshandeln med Norge har ökat.

Inom tjänsteexporten hittar vi till exempel turism, transporter och IT, men också företelsor som transaktioner mellan svenska företag och deras utländska dotterbolag. Tjänstegruppen övriga affärstjänster ökade kraftigt, och inom den gruppen hittar vi den stora posten merchanting, det vill säga försäljningsmarginalen för varor som köps och säljs i utlandet av svenska företag, men som aldrig passerar svensk gräns. □

LÄS HELA RAPPORTEN!

HELA RAPPORTEN från Kommerskollegium om den svenska handelsstatistiken under 2012 års första halvår kan du läsa på www.kommers.se. Sök där på handelsstatistik 2012. Du kan också fördjupa dig i exporten till varje enskild land genom att läsa landfaktabladen som du hittar under www.kommers.se/statistikblad.



Lossning av järnmalm.

Fortsatt svag utrikeshandel

Exportstatistik från SCB

Varuexporten uppgick under september till 95,1 miljarder kronor och varuimporten till 87,6 miljarder. Det ger ett handelsnetto på 7,5 miljarder kronor.

Utrikeshandeln med varor gav ett överskott på 7,5 miljarder kronor under september enligt preliminära beräkningar. För september 2011 var överskottet 9,5 miljarder kronor.

Varuexportens värde under september uppgick till 95,1 miljarder kronor och varuimportens till 87,6 miljarder. Varuexporten och varuimporten har därmed minskat i värde med 13 respektive 12 procent jämfört med september 2011. Handeln med länder utanför EU gav ett överskott på 11,7 miljarder kronor medan EU-handeln gav ett underskott på 4,2 miljarder.

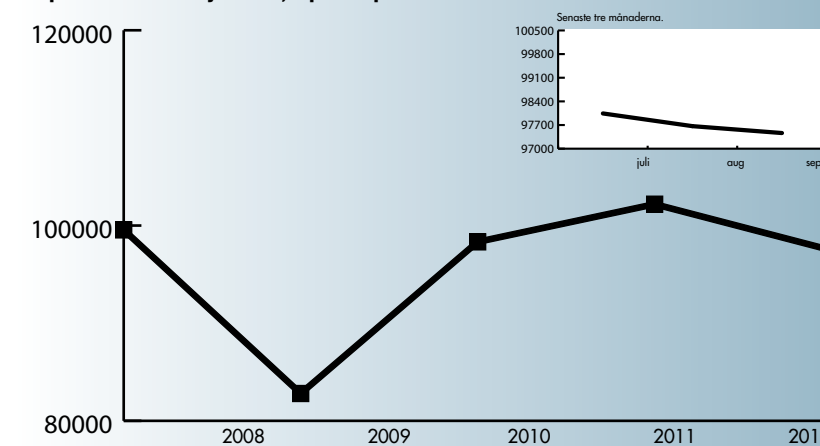
Antalet vardagar i september var två mindre jämfört med september 2011.

Rensat för säsongpåverkan visar handelsnettot ett överskott på 6,6 miljarder kronor för september 2012 och 6,3 miljarder för augusti 2012. För juli var motsvarande värde 6,2 miljarder kronor.

Handelsnettot för januari - september 2012 gav ett överskott på 59,6 miljarder kronor

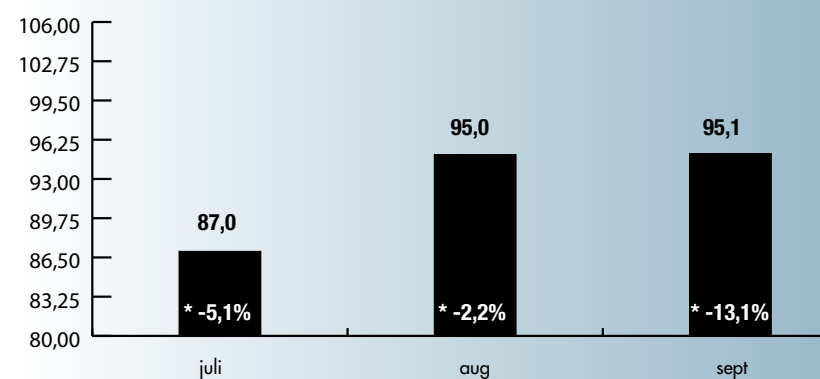
Hittills under året har värdet för varuexporten minskat med 2 procent medan varuimportens värde minskat med 3 procent jämfört med motsvarande period förra året. Värdet av varuexporten under denna period uppgick till 885,7 miljarder kronor och värdet av varuimporten till 826,1 miljarder. Handelsnettot för januari - september 2012 gav därmed ett överskott på 59,6 miljarder kronor. För motsvarande månader 2011 noterades ett överskott på 55,3 miljarder. □

Export av varor. Miljoner kr, löpande priser. Trend

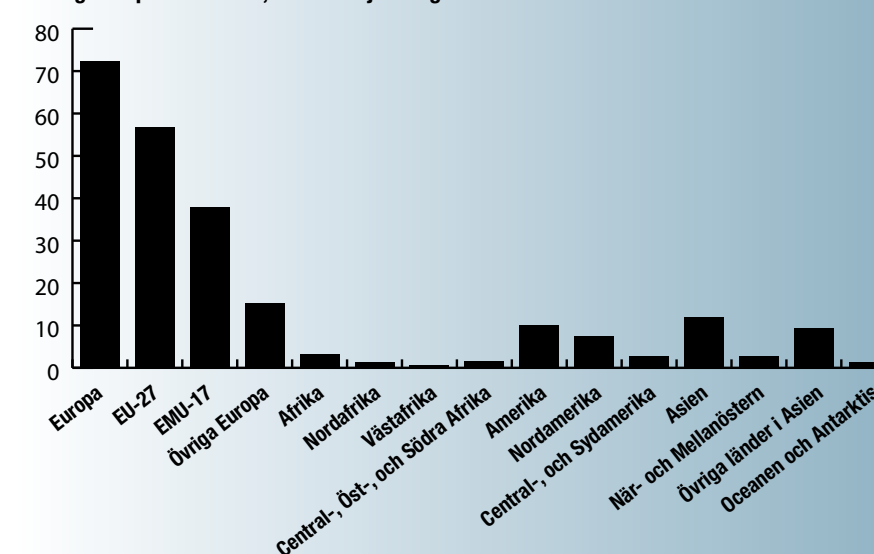


Varuexport. Värde i miljarder SEK

* Förändring i värde jämfört med förra året



Sveriges export i världen, andel i % juli-aug 2012



Brand Sweden blir verklighet

– FÖR CLEANTECH STUDENTER FRÅN GEORGE WASHINGTON UNIVERSITY

TEXT: ANNA HELM, FREDRIK NYBY • FOTO: ASHLEY DILWORTH

Om någon för tjugo år sedan hade frågat utbytesstudenten Anna Helm om hur livet skulle se ut 2012, så hade hon inte svarat; "Jag kommer arbeta som universitetslektor i internationell ekonomi på George Washington University." Tanken då var nämligen att ett år som utbytesstudent skulle leda till nya erfarenheter, som hon skulle använda efter att ha tagit examen från Internationella ekonomlinjen vid Lunds Universitet. Hon skulle ut i näringslivet och jobba internationellt. Men sällan blir livet som man tänkt sig.



– När du hamnar i en situation mellan två kulturer – om man har tur med en fot i varje – så kan fantastiska saker hända. I mitt fall innebar mitt jobb på George Washington University att jag fick chansen att utveckla en kurs, "CleanTech and Marketing Strategy: The Swedish Experience", inom vårt Global MBA Program. Det föreskriver att alla studenter i programmet måste ta en kurs inom ramen för vårt Consulting Abroad Program, berättar Anna Helm.

Studenterna tar en sju veckor lång kurs på hemmaplan i Washington DC och spenderar sedan två veckor i ett annat land. Under "hemmaperioden" fokuserar de på en industri eller ett ämne inom internationell ekonomi samt lär sig om landet de kommer att besöka vad gäller affärskultur, historia, ekonomi etcetera.

De får även coaching i teambuilding, international consulting och international market research för att produktivt kunna engagera sig

i ett konsultprojekt för värdlandets företag.

Genom ett samarbete med Swedish-American Chambers of Commerce (SACC) och Handelskammaren Mälardalen har MBA-studenter från George Washington University under tre år fått möjligheten att jobba med konsultuppdrag för svenska CleanTech-företag. Projektet har centerats kring utvecklingen av företagens strategier kring den amerikanska marknaden. Studenterna har undersökt hur företagen på bästa sätt kan ta sig in eller expandera på USAs mycket fragmenterade och komplicerade marknad.

Studenterna har hittills gjort ett fantastiskt arbete för tolv svenska företag (2010: *ClimateWell, IB Cleaning, I Tech, Swebo Bioenergy och Taurus Energy* – 2011: *Heliospectra, Secoil, Vida International och Zpecta* – 2012: *ClimaCheck, Cortus, och Stamo Maskin*). Nedan några uttalanden från studenterna som beskriver hur uppskattat och bra samarbetet har varit:

Några av höjdpunkterna studenterna ofta nämner är besöket på Vafab i Västerås, där de på nära håll fick se hur biogas produceras från organiskt hushållsavfall. Från ett

amerikanskt perspektiv förefaller det förstås fantastiskt att de kommunala bussarna i staden körs på avfall. Studenterna uppskattar även att få tillgång till imponerande personer inom management på stora, välkända svenska företag som ABB, IKEA, och H&M, samt i Sveriges riksdag.

– Under dessa tre år har nästan 60 MBA-studenter från George Washington Universitys Global MBA Program fått lära känna Sverige på nära håll. När jag ser tillbaka på dessa tjugo år i USA, så känns det fantastiskt att kunna återknyta banden till Sverige på ett så meningfullt sätt, meddelar Anna Helm och tipsar om mer information på www.annahelm.com.

Ett uttalande från Anders Bergström på Zpecta stärker win-win förhållandet mellan företag och studenter:

– With more than 30 years experience from international business in more than 70 countries world-wide. I find this report one of the best and most professional I've ever seen, well on par with reports from international consultancy firms. We are astonished by the comprehensiveness and professionalism expressed in the written and oral report, we expected a lot but the report exceeded all our expectations! □

"The Consulting Abroad Project to Sweden was a truly unique and rewarding experience. Stamo Maskin was an unparalleled host! They shared their national and business cultures freely and made our visit and work so enjoyable!"

Greg Viola

"The most memorable company visit in Sweden would undoubtedly be to the engineering heavyweight and pride of Västerås, ABB. The field trips in Sweden with the central theme of Sustainability and CleanTech have definitely widened my horizon."

Rakesh Nair

"The two weeks spent touring Sweden's sustainability sector, working with fabulous leaders at an innovative renewable energy company, and absorbing the culture of Sweden was an unbelievable experience that I will not soon forget."

Scott Weiss

Kunskapsutbyte

USA – SVERIGE INOM CLEANTECH

TEXT: FREDRIK NYBY • FOTO: ANNA HELM

Krav och utmaningar för ett effektivt och långsiktigt miljöskydd har blivit en global fråga som kontinuerligt ökar i betydelse. Handelskammaren Mälardalen stod före sommaren som värd när 18 MBA-studenter inom Cleantech från George Washington University besökte Västerås. Besöket pågick i flera dagar med Swedish-American Chambers of Commerce of the USA, SACC, som samarbetspartner. Studenterna har arbetat med fyra svenska företag varav ett är Stamo Maskin i Västerås, specialiserade på omrörningsteknik inom miljösektorn.

– Vi intresserade oss för Handelskammarens utbytesinitiativ och startade ett samarbete med studenterna om att göra en marknadsplan för våra produkters inträde på den amerikanska marknaden. I mitten av mars hade vi vårt första Skype möte med 5 av studenterna och arbetet påbörjades, berättar Åsa Miettinen, Chief accountant på Stamo Maskin.

Under maj månad kom alla studenter till Sverige och gick igenom sina rapporter för respektive företag. Utbytet avslutades med en gemensam träff där alla företag och studenter samlades på den Amerikanska Ambassaden i Stockholm för att ta del av analyserna samt ta emot de färdiga rapporterna.

Presentationen och arbetet som studenterna utfört har givit Stamo Maskin en bra överblick inför deras inträde på den amerikanska marknaden.

– De klargjorde för oss hur den nuvarande



Stamo Maskin (Åsa Miettinen längst fram) och studenter på Amerikanska Ambassaden.

biogasindustrin ser ut i USA samt visade på vilket område som var bäst för oss att börja arbeta på. Många av tipsen var saker vi redan visste men som vi gärna ville ha bekräftade, samtidigt som flera aspekter var helt nya för oss. De gav oss konkreta råd på hur vi ska bemöta amerikanska kunder samt hur vi bör utforma vår presentation så att vår produkt känns pålitlig och intressant på den amerikanska marknaden.

Åsa och hennes kollegor är nöjda med utbytet och ser fram mot ytterligare samarbeten med både Handelskammaren och amerikanska studenter.



STAMO MASKIN AB

STAMO MASKIN AB grundades år 1949 i Västerås och har sedan dess konstruerat, tillverkat och utvecklat omrörare för varierande applikationer inom olika processindustrier. Företaget specialiserar sig på kundanpassade produkter för industrier som vattenrening, biogas, rökgasrening, papper- och pappersmassa, gruvdrift, kemi, livsmedel samt läkemedel. I takt med att bland annat marknaderna för vattenrening samt biogas expanderat under åren har även Stamo vuxit till att bli en etablerad leverantör i Sverige, Europa samt övriga världen.

MENTAL TRÄNING

— FÖR EFFEKTIV INTERNATIONELL FÖRSÄLJNING

TEXT: MAGNUS PAMP · FOTO: CHRISTIAN GUSTAVSSON

2008 blickade coachen och företagsutvecklaren Øisten Solberg tillbaka på sin IT-karriär. Han hade precis sålt bolaget som han startat sjutton år tidigare och drivit upp till över 100-miljoner i omsättning, 100 anställda och betydande internationell försäljning. Drömtillvaron han såg framför sig var att investera i mindre verksamheter, inneha några styrelseposter och utföra stimulerande utvecklingsprojekt. Med andra ord; en tidig pension med guldkant hägrade på gården i Helgeboda utanför Charlottenberg. Istället tog livet en annan vändning.



En gnistrande februaridag 2010 flög han med sin skoter rakt in i en massiv tall. Vid ankomsten konstaterade ambulanspersonalen att Øisten var hjärndöd. Under sju timmar genomgick han sedan en hjärnoperation. Historien kunde ha slutat i ett töcken där Øisten efter veckor inte kunde skilja på verklighet och dröm. En välvillig själ på sjukhuset satte emellertid en dag på Øisten hans hörlurar och kopplade in hans iPod. Bland all musik hade Øisten några hypnosinläsningar med en annan mental tränare. Rösten från tränaren tycktes tala direkt till honom och Øisten sjönk in i ett avslappnat tillstånd. I det inre rum som han tagit sig till med hjälp av hypnosen började situationen klarna för honom. Idag nästan tre år senare är Øisten en eftertraktad säljcoach och mental tränare.

Mental träning vägen tillbaka – och framåt

– När jag kom ut från sjukhuset fick jag veta att skadorna jag fått i nacken med all sannolikhet skulle leda till att jag blir rullstolsbunden inom ett par år, säger Øisten Solberg.

I samma veva mötte jag en man med glimten i ögat och en positiv livsinställning; Thor Ole Fongaard. Thor Ole hade motivationskurser som inspirerar både säljare och ledare. Det som var speciellt med honom var att han också arbetade med NLP, en teknik inom mentalträning jag själv brukade använda.

– Träningen hos Thor Ole och det system som han hade startat gjorde att jag oväntat snabbt kom tillbaka till arbetslivet. Under resans gång blev jag helt övertygad om att kopplingen mellan vårt medvetna och vårt undermedvetna är otroligt stark, och att vi verkligen kan påverka vad vi tänker. Jag blev så inspirerad att jag bestämde mig för att jobba tillsammans med Thor Ole.

Säljträning som ger bestående resultat

Idag brinner Øisten för att kombinera sina gedigna erfarenheter inom internationell försäljning och företagsutveckling med mental träning som fokuserar på utvecklingshämmande föreställningar. Tillsammans med Thor Ole Fongaard driver han företaget Bättre Resultat som fokuserar på coachning,

utbildning och träning inom försäljning och ledarskap.

– Min erfarenhet av säljträning och motivationskurser är att de har snabb effekt, men att du efter ett tag är tillbaka på samma prestationsnivå som innan kursen, säger Øisten. Thor Ole har utvecklat ett system där man blandar traditionell sälj- och ledarträning med NLP-tekniker och mental träning från bland annat de internationella coacherna Michael Niell och Robin Sharma. Nyckeln är att du jobbar med de saker som stoppar dig utvecklingen. Ofta handlar det om irrationella föreställningar som blivit sanningar som du upprepar för dig själv varje dag. När du sett och ändrat dessa får du bestående säljresultat.

Förstå din exportmarknad – träna på att närma dig kunden

– För att lyckas med ett säljgenombrott på en exportmarknad måste du vara rejält förberedd och ha relevant information, säger Øisten. Affärsklimat, företagskulturer och allmän praxis kan skilja både i stort och i smått. Det som är avgörande i Sverige kanske



inte alls har samma betydelse i ett annat land. När vi tror att snabbhet och effektivitet är konkurrensfördelar föredrar vissa länder flexibilitet och personliga, nästan familjära relationer. Framgången hänger på hur du förstår din tilltänkta marknad, att du uttrycker dig rätt och att du skaffar dig bra liader. Vi hjälper till att träna upp säljtekniken och att fokusera på rätt saker.

– På Bättre Resultat vänder vi oss till företag som vill öka sin lönsamhet och omsättning genom merförsäljning till befintliga kunder eller bearbetning av nya marknader. Företag som omsätter mellan 20 och 500 miljoner SEK är huvudfokus, men vi riktar oss även till entreprenörer, enmansföretagare och mindre bolag som vill etablera bra rutiner vad det gäller försäljning och kundbearbetning.

Vill du nå framgång? Träna varje dag!

Det lyser om tävlingsmänniskan Øisten när han berättar om försäljningens toppar och dalar. Han triggas av motstånd och vill hela tiden bli bättre. Han anser att försäljning är som vilken resultatsport som helst.

– För att bli bra en säljare måste du träna varje dag, hävdar Øisten. Du måste också

konkurrera varje dag, och blir du till sist världsmästare måste du fortsätta att träna. Självklart finns det en olympiad i försäljning också – en giganternas kamp som vi kallar för lågkonjunktur. Märkligt nog äger vanligtvis också den rum ungefär vart fjärde år. Då är det viktigt att du är tränad inför uppgiften. Det är när konkurrenterna skär ned som du ska vara som bäst, och som det är möjligt att ta marknadsandelar.

Øistens intresse för mental träning, tankens kraft och hur invanda föreställningar formar livet började faktiskt när lågkonjunktturen härjade som värst 1991. Samtidigt som Øisten insåg att marknaden hade tvärdött skulle Kung Olav begravas, och radion flödade ut sorgemusik.

– Då var det inte lätt att hålla humöret uppe, säger Øisten. Istället för att ta mig i kragen satt jag på kontoret i Oslo försjunken i dystra tankar. Plötsligt slog det mig – ”Tänk om konkurrenterna också deppar, och det är nu jag har möjligheten att expanderar om jag tar mig samman?”. Det ögonblicket blev en vändpunkt. Nu vet jag att de som lyckas bäst är de som har god säljkonjunktur i både goda och dåliga tider. □

VAD HINDRAR DIG FRÅN ATT NÅ DIT DU VILL?

NLP, Neurolingvistisk Programmering, är en samling modeller och tekniker som syftar till att skapa förändring i hur vi reagerar och agerar. Neuro åsyftar våra sinnen och hur vi använder dem för att tolka information. Lingvistik handlar om de ord och uttryck vi använder, och vilken effekt det har på oss själva och andra. Programmering avser våra olika mönster och hur vi kan förändra dessa.

– Det fina med NLP är att ju mer du slappnar av desto fortare kommer resultatet, säger Øisten. Alla vet att en öppen och ärlig relation med kunden lönar sig i längden. För att lyckas fullt ut måste du också vara ärlig mot dig själv. Du vet ofta vad du vill, men du vet inte vad som undermedvetet håller dig tillbaka. Genom NLP kan du identifiera faktorer som faktiskt har skapat mönster hos dig. När du når den insikten kan du satsa all din kraft på att nå ditt mål.

TÄVLING!

FRAMGÅNGSRIKA SVENSKA FÖRETAGARE

TEXT: CHARLOTTE KALIN • FOTO: CARIN LANN



Från vänster: Maud Spencer, Charlotte Kalin och Pernilla Stålhane.

Maud Spencer, VD och delägare i företaget Svalson från Öjebyn, och Pernilla Stålhane, VD och delägare i företaget Pallmax från Enskede är de första svenska kvinnliga företagsledarna att bli uttagna till den internationella handelskammartävlingen International Women's Entrepreneurial Challenge (IWE) som gick av stapeln i Barcelona, 28-30 oktober, där de också vann varsitt pris och en plats i det eftertraktade mentorprogrammet.

IWE är en unik tävling och ett mentorshipsprogram som en handfull handelskammare i världen bjudits in att delta i genom

att nominera framgångsrika internationella kvinnliga företagare. En ny handelskammare bjuds varje år in att delta och få möjligheten att nominera framgångsrika internationella kvinnliga företagare att tävla. I år bjöds Chamber Trade Sweden, en ny plattform för de svenska handelskammarnas internationella arbete, in i den exklusiva IWE gruppen, som första nordiska handelskamarorganisation. IWE initierades bland annat av Barcelona Chamber of Commerce och Manhattan Chamber of Commerce i New York och har sedan dess tagit in handelskammare från bland annat Indien, Sydafrika och Peru som medlemmar.

Huvudmålet med IWE är att sporra redan framgångsrika internationella kvinnliga företagare att expandera och växa ytterligare genom att etablera ett globalt kvinnligt nätverk. Genom IWE's mentorskapsprogram matchas och uppmuntras företagsledare att expandera företaget.

"Det är spännande att vara med i IWE som vi tror kan bli en tillgång för svenska kvinnliga internationella företagare att stärka sina internationella nätverk. Vi behöver fler internationella kvinnliga företagare som förebilder", säger Charlotte Kalin som är ansvarig för IWE i Sverige och VD för Chamber Trade Sweden. □

HANDELN MELLAN ISRAEL OCH SVERIGE VÄXER

TEXT: FREDRIK NYBY • FOTO: VIVEKA DEGERFELDT

I början av november besökte Israels nya ambassadör, Isaac Bachman, Handelskammaren Mälardalen och Västerås.

Syftet med besöket var att stärka relationerna mellan näringslivet i Mälardalen och Israel inom områden som IT, entreprenörskap och innovation. På programmet stod företagsbesök som varvades med presentationer och diskussioner på Mälardalens högskola, besök på Automation Center och lunch på Västerås slott med seminarium om high-tech-nyföretagande i Israel där landshövding Ingemar Skogö var värd.

Under lunchen talade ambassadören bland annat om likheterna mellan Sverige och Israel i fråga om folkmängd, styrelseskick, export, högteknologiskt inriktade företag inom vetenskap, medicin och innovation samt FoU-satsningar. Han pekade också på vikten att dra nytta av varandras erfarenheter. Ambassadören drog ner skratt när han påpekade att i Mälardalens äldre historiska byggnader kan man sitta och umgås medan man i Israel måste göra utgrävningar för att hitta dem.

– Sveriges export av varor till Israel motsvarade drygt 3 miljarder kronor förra året. Importen därifrån var ca 980 miljoner och handeln mellan länderna växer, konstaterade Agneta Berliner, Handelskammaren Mälardalens platschef i Västerås.

Delegationen från Israels ambassad hade med sig två spännande gäster. Den ene var Karin Mayer Rubinstein, vd för IATI (Israels branschorganisation för företag inom högteknologi och life science) som bland annat blivit utsedd till en av Israels mest inflytelserika företagsledare av Forbes Magazine. Professor Yesha Sivan, Harvardutbildad rektor



Israels ambassadör, Isaac Bachman och landshövding Ingemar Skogö.

för utbildningen Management Information Systems (MIS) vid Tel Aviv-Yaffo College, var den andre.

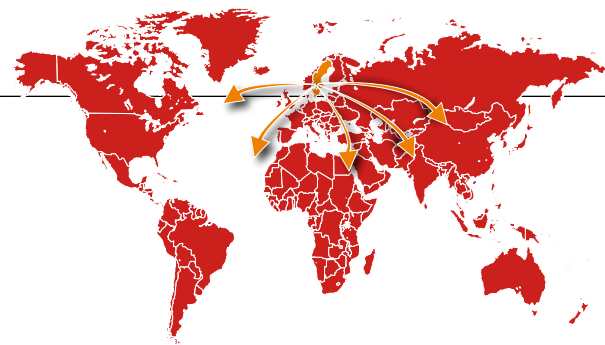
Från Västmanlands näringsliv deltog ett antal representanter från främst high-tech-företag som önskade knyta kontakter med den israeliska delegationen. Israel har störst andel

högteknologiföretag per capita i världen efter USA, så det finns onekligen stora möjligheter för både ökat samarbete och handelsutbyte.

– Flera utav de svenska företagen uttryckte att de gärna ser en fortsättning på dagen för att hitta konkreta affärsmöjligheter med israeliska företag, sade Viveka Degerfeldt, Handelskammaren Mälardalen. □

UT I VÄRLDEN

Från Sverige till övriga världen



CYBAERO RYCKER UT I VÄRLDEN

TEXT: MAGNUS PAMP · FOTO: ARKIV CYBAERO

Ett rytmiskt vinande ljud hörs. Över den flodvågsdrabbade staden hovrar en obemannad helikopter. Det nationella katastrofteamet är på plats, och tack vare videokameran som hänger under den fyra meter långa helikoptern, får de en snabb överblick över skadornas omfattning. Oavbrutet registrerar helikoptern värdefull information som t.ex. gör att teamet automatiskt får nya kartor. Katastrofhjälp är bara ett av många användningsområden inom vilket det Linköpingsbaserade utvecklingsföretaget CybAeros obemannade luftfarkoster förväntar sig en kommande exportframgång.

Obemannade helikoptrar utvecklades ursprungligen främst för militära spaningsuppdrag, där exempelvis helikoptrar försedda med video- och värmekameror skickas ut längs vägarna för att säkra framkomligheten för fordonskolonner. En metodik som också drevs fram ytterligare av händelseutvecklingen med vägblockeringar och bakhållsöverfall i Afghanistan. Idag är dock den globala marknaden på väg att öppna sig för CybAero – där både statliga och privata intressenter har fått upp ögonen för de obemannade luftfarkosternas användbarhet.

Outtröttliga ögon vidarebefordrar allt

Med sex timmars drifttid kan den obemannade helikoptern flyga 200 kilometer – en fullt tillräckligt lufttid och räckvidd för att kunna utföra en mängd uppgifter. När vi samtalar med Leif Erlandsson, CybAeros VD, ser han bevakning av skogsbränder och spaningsupp-



drag efter försvunna personer som möjliga tillämpningar. Helikoptern blir som han säger "inte trött", och kan dessutom flyga både i mörker och under väderleksförhållanden där räddningstjänstspersonal många gånger får avbryta sitt arbete.

Vidare lyfter Leif fram inspektionsrelaterade service- och felsökningsuppdrag som att avsyna kraftledningsgator, pipelines och industriella egendomar, där en obemannad helikopter kan förse markbunden personal med relevant information. Andra tillämpningar kan enligt honom vara att upptäcka algbloomingar och oljeutsläpp, att mäta topografi vid t.ex. dagbrott och att kartlägga skadeomfattningen efter stormar och jordbävningar.

500 potentiella kunder världen över

När vårt samtal går över till exportfrågor och CybAeros globala marknader säger Leif att han inte ser att företaget har någon egentlig

CYBAERO AB

FINNS I: Linköping

ANTAL ANSTÄLLDA: 20 stycken

OMSÄTTNING: 2011, cirka 15 miljoner SEK.

EXPORTANDEL: I princip alla kunder finns utomlands.

GRUNDADES: 2003 av privata ägare.

UTVECKLAR, TILLVERKAR OCH

SÄLJER: Obemannade helikoptrar med kringutrustning.

BÖRSINTRODUCERADES: 2007 på NASDAQ First North lista.

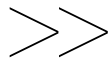
ÖVRIGT: Grunden till företaget lades i början av nittiotalet genom ett forskningssamarbete mellan Totalförsvarets Forskningsinstitut och Linköpings Universitet.



CybAeros obemannande 3,5 meter långa Apid 60-helikopter användes 2010 av den svenska marinen på HMS Carlskrona för att spana efter pirater i Adenviken mellan Jemen och Somalia.



Katastrofhjälp är bara ett av många användningsområden för CybAeros obemannade luftfarkoster.



hemmamarknad. Istället anser han att världen är deras arbetsfält, eftersom kunderna som hittills kan komma i fråga måste ha en del ekonomiska muskler. En enskild helikopter kan enligt Leif kosta 6 till 10 miljoner beroende på utförande och utrustningen den förses med. Han berättar också att de har identifierat cirka 500 potentiella kunder världen över som har uttryckt sitt intresse för att inom en treårsperiod gå vidare med någon form av satsning på obemannade luftfarkoster. Dessa har enligt Leif även de ekonomiska resurser som krävs.

– Mestadels har våra helikoptrar köpts av kunder som försvarsmakten i Förenade Arabemiraten, säger Leif. På senare tid har vi också etablerat väldigt intressanta samarbeten med stora internationella företag. För den spanska säkerhetskoncernen Indra Sistemas räkning har vi utvecklat helikoptern Pelicano som är helt skräddarsydd för den spanska marinen. Vi har levererat ett mindre antal enheter och hoppas på fler beställningar från Spanien framöver.

– Sommaren 2010 knöt vi ett avtal med EADS som räknas som ett av de största bolagen inom rymd- och flygsektorn med sina cirka 120 000 anställda. På EADS uppdrag har vi genomfört ett antal utvecklingssteg för Tanan 300, en obemannad helikopter som är större än de vi tidigare tagit fram. När vi under den inledande fasen var nere i Paris och demonstrerade en av våra helikoptrar för EADS, så flög den utan problem

genom snöovädret som lamslog stora delar av Europa.

– I somras levererade vi två helikoptrar till ytterligare en viktig exportkund. Tyvärr tillåter inte sekretessen runt detta att jag namnger kunden.

Hög tillförlitlighet baserad på standardteknik

CybAero AB är ett börsnoterat bolag på NASDAQ First North lista. Ett drag som har gett bolaget det kapital de har behövt för att utveckla sina helikoptrar. Idag har man i huvudsak två konkurrenter, varav en är giganten och flygspecialisten SAAB Aero. Leif ser dock att alla tre bolagen har hittat sina nischer inom området. CybAero har specialiserat sig på att utveckla robusta helikoptrar som så långt som är möjligt baseras på etablerad teknik och standardprodukter. Förutom att kostnaderna hålls nere, får kunden enligt Leif en produkt som aldrig behöver stå stilla, eftersom service, underhåll och reservdelshantering kan skötas även i mer otillgängliga trakter.

– Hittills har vi inte leverat så många system, säger Leif Erlandsson. CybAero är fortfarande ett utvecklingsbolag som nu genomgår en metamorfos för att bli ett industribolag så att vi kan ta tillväxten när den kommer. Vi ser framför oss att marknaden vaknar ordentligt under 2013.

– En viktig aspekt för oss är de begränsande regler som gäller för obemannade

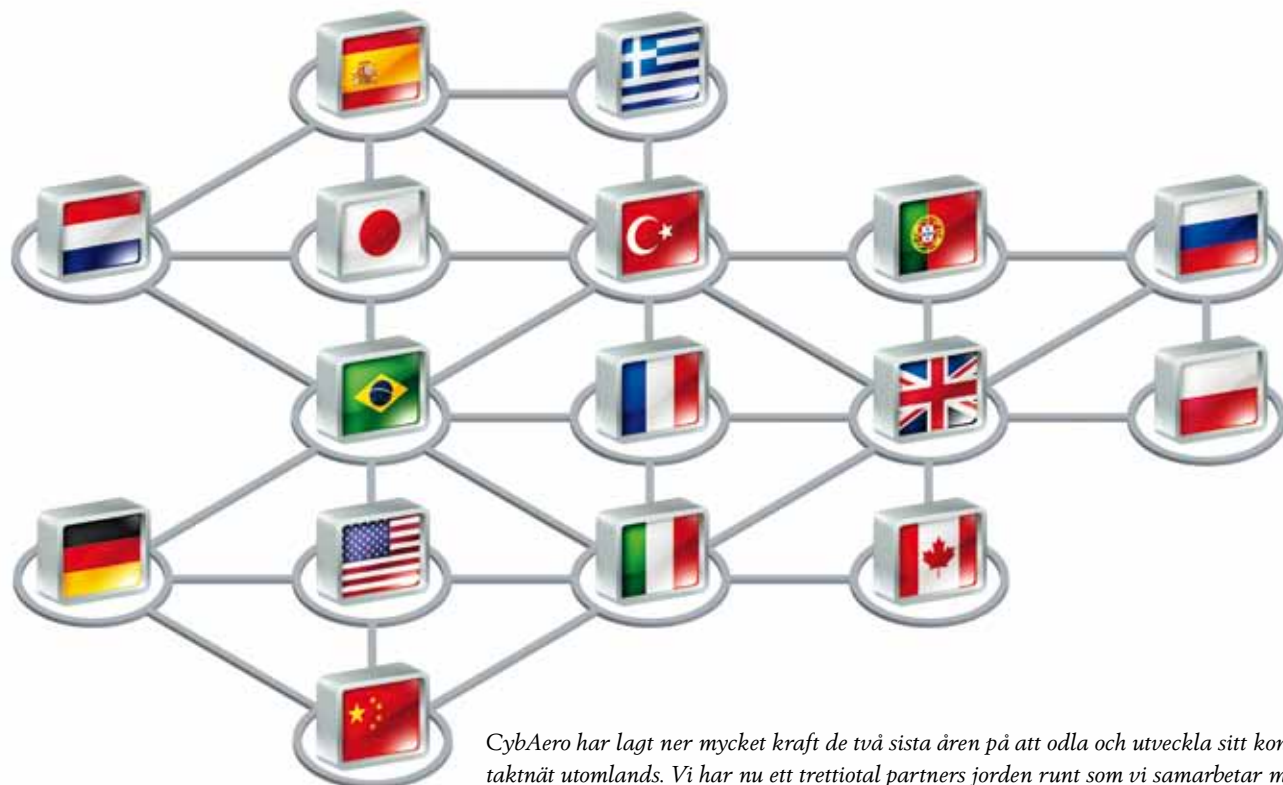
farkoster inom kontrollerat luftrum. Om reglerna ändras 2015 som vi hoppas kommer vi att bli väldigt konkurrenskraftiga på den civila marknaden.

Målet är att få potentiella kunder till en flyguppvisning

Som ett litet företag har det varit viktigt för CybAero att hela tiden välja personal med rätt kompetens. Den försäljningsorganisation som företaget har byggt upp med Leif Erlandsson i spetsen har därför genom erfarenheter och tidigare uppdrag ett stort kontaktnät ute i världen.

– Vi har lagt ner mycket kraft de två sista åren på att odla och utveckla vårt kontaktnät utomlands. Som primärt mål har vi haft att bygga upp ett nät av representanter på de utländska marknader som vi finner mest intressanta. Vi har nu ett trettiotal partners jorden runt som vi samarbetar med.

– Mässor har varit en väg för oss att nå ut till både blivande partners och kunder. Dessa är i många fall ett måste när man som vi vill visa upp en för många branscher ny produkt. Det viktigaste med alla säljmöten är dock för oss att få slutkunden att komma till oss för en demonstration. I många fall sår vi då ett frö där kunden sedan hemma mer och mer inser vidden av vad våra obemannade helikoptrar kan göra i deras verksamhet. I flera fall har folk fått idéer om användningsområden som vi inte har tänkt på. □



CybAero har lagt ner mycket kraft de två sista åren på att odla och utveckla sitt kontaktnät utomlands. Vi har nu ett trettiotal partners jorden runt som vi samarbetar med.



HANDELSKAMMAREN MITTSVERIGE

SEMINARIUM NÄTVERK OCH INTERNATIONELLT AFFÄRSMANNASKAP

- Affärsrelaterade nätverk, kartläggning och utveckling av deltagarnas egna nätverk
- Svenskar i världen – en analys
- Varför bli internationella?
- Direktexport vs utlandsetablering
- Tillväxtmarknader vs mogna marknader
- Strategier för marknadsföring och försäljning utomlands.
- Praktiska exempel

DATUM: 19-20 augusti

FÖR MER INFO: berit.sjodin@midchamber.se

MELLANSVENSKA HANDELSKAMMAREN

AFFÄRSKULTURPUB FOKUS USA 5 DECEMBER

Affärskultur som verktyg för framgångsrika affärer – nyttja din osynliga affärsresurs!

Har du funderingar på att göra affärer i eller med USA? Gör du kanske affärer med USA redan idag men vill lära dig mer om normer, osynliga koder, kommunikation, förhandlingsteknik och Do's & Don'ts? Har du kanske erfarenhet av att göra affärer med USA och är villig att dela med dig av dessa erfarenheter till andra företagare i Dalarna för ett starkare näringsliv? Vi inleder med en översikt av viktiga faktorer för att lyckas med affärer i USA. Det blir presentationer från Exportrådets kontor i USA, samt av Swedish-American Chambers of Commerce Sweden. Efter introduktionen finns möjlighet till att ställa frågor och boka enskilda konsultationer för annat tillfälle. Har du inte möjlighet att närvara på plats denna dag kan du ändå ta del av seminariet via Internet. Meddela vid anmälan så får du instruktion och kod.

PLATS: Pitcher's i Falun, alt. "hemma" vid din egen dator

DATUM: 5 december

ANMÄLAN TILL: aktiviteter@mhk.cci.se.

Senast 3 december

MELLANSVENSKA HANDELSKAMMAREN

I samarbete med Interim Management International AB kan Mellansvenska Handelskammaren erbjuda kompetent, pålitlig och fungerande service för företag som har intresse av export eller utökade affärer med Indien. Vi kan hjälpa dig att hitta regionchefer, säljchefer, marknadschefer, VD, återförsäljare, produktion, att bilda ett bolag eller joint venture...

FÖR MER INFORMATION: catarina.hallenberg@mhk.cci.se, eller Håkan Kingstedt, 0705-917963

MELLANSVENSKA HANDELSKAMMAREN

DIPLOMKURS STYRELSEARBETE I FALUN VÅREN 2013 MED RAOUL HASSELCREN

Mellansvenska Handelskammaren erbjuder en ny möjlighet för alla som vill uppdatera sin kunskap i modernt styrelsearbete.

Kraven på företags styrelsearbete ökar. Ett aktivt och professionellt styrelsearbete är ett viktigt medel för att utveckla företaget. Företagets konkurrenskraft ökar om styrelsen är rätt sammansatt, gör rätt saker och har rätt arbetsformer. Handelskammaren har därför skapat en utbildning för ett nytt och annorlunda styrelsearbete. Cirka 1000 personer har genomfört utbildningen.

Kursen vänder sig till t ex ägare och ledning i ägarledda företag, ledningsgruppen, framtidsnamn i företaget, till dig som har styrelseuppdrag för företags eller offentliga organs räkning. Och naturligtvis till alla er som vill eller kan komma i fråga för styrelseuppdrag i aktiebolag.

PLATS: Utbildningen genomförs i Falun

DATUM: 1 april 2013

TID: 8.00-17.00

FÖR MER INFO: anders.franck@mhk.cci.se

Tel 026-662081 eller 070 586 66 16

Den här e-postadressen skyddas mot spambots.

Du måste tillåta JavaScript för att se den.

VÄSTERBOTTENS HANDELSKAMMARE

HUR TAR JAG NÄSTA STEG I MIN EXPORT-SATSNING? – LUNCHSEMINARIUM I SKELLEFTEÅ

Västerbottens Handelskammare bjuder tillsammans med Tillväxt Skellefteå och Exportrådet in till ett inspirerande lunchmöte om hur små och medelstora företag kan utveckla sina internationella affärer.

TID: Tisdag 4 december 11.00 - 13.00

PLATS: Stadshotellet i Skellefteå

ANMÄLAN: emma.arvidsson@ac.cci.se



People
committed
to paper

Delar du vår passion för papper?

Mycket har förändrats sedan Holmen Paper startade för 400 år sedan. Hantverk har blivit high-tech, men en sak består: vår passion för papper. Det är den som driver oss att ständigt utveckla och anpassa våra produkter efter kundernas olika behov och omvärldens allt snabbare förändringar. Det är passionen för papper som gjort oss till en av Europas idag ledande tillverkare av tryckpapper.