

## Små företag på en stor marknad



Hur ett frihandelsavtal  
mellan EU och USA gynnar  
svenska småföretag

Författare: Anders Johnson

Foto: Ulrika Vendelbo och Håkan Olsén

**Svenskt Näringslivs vision är: "Företagsamma människor och konkurrenskraftiga företag i gemenskap leder Sverige till ökat välstånd".**

Vi representerar 49 medlemsorganisationer och omkring 60 000 svenska företag, varav 98 procent utgörs av små och medelstora företag.

Medlemsföretagen sysselsätter cirka 1,6 miljoner arbetstagare. Detta motsvarar 70 procent av den svenska privata sektorn.

Organisationens roll är att verka för företagens intressen samt skapa ett brett folkligt stöd för värdet och betydelsen av företagande. Grundläggande är att företagande är avgörande för ökad tillväxt och välstånd i Sverige.

Svenskt Näringsliv har sitt huvudkontor i Stockholm, 21 regionala kontor över hela Sverige och ett kontor i Bryssel.

## **Små företag på en stor marknad**

Hur ett frihandelsavtal mellan EU och USA  
gynnar svenska småföretag

# Innehåll

<b>Förord</b> .....	5
<b>Handeln med USA</b> .....	6
<b>Detta är frihandelsavtalet TTIP</b> .....	7
<b>Liv i luckan på Svalson</b> .....	10
<b>Pepparkakor från Nyåker</b> .....	14
<b>Ylle och yxor från Norrland</b> .....	16
<b>Vinschar från Vansbro</b> .....	20
<b>Ahlberg Cameras klarar strålande miljöer</b> .....	22
<b>Utan Tebex stannar tunnelbanan i New York</b> .....	24
<b>Hyvelbänkar från Stockaryd</b> .....	26
<b>Svetsning i Helsingborg</b> .....	28

# Förord

Vårt välstånd är beroende av internationell handel. Våra nära grannar i Europa är – till synes – våra största handelspartners. Men räknat i svenskt förädlingsvärde så är USA vår största utrikesmarknad. Det innebär att det var exporten till USA som genererade mer sysselsättning i Sverige än gentemot andra marknader. 2013 stod USA för hela 77 procent av Sveriges överskott i utrikeshandeln. USA är också det överlägset största mottagarlandet för svenska företags utlandsinvesteringar – 425 miljarder kronor 2012.

Mellan EU och USA går världens största handelsflöde, värt två miljarder Euro per dag. Nu pågår förhandlingar om ett frihandelsavtal – Transatlantic Trade and Investment Partnership (TTIP) – vars syfte är att öka det ekonomiska utbytet mellan EU och USA. Det skulle öka välståndet och sysselsättningen på båda sidorna av Atlanten. *Men ökad handel oss emellan är inte allt – vi vill att ett avtal ska förstärka de gemensamma värderingar och principer vi bekänner oss till. Marknadsekonomi, avtalsfrihet och fria samhällen är en del av detta, men också höga standarder för skydd av liv och hälsa.* Vi arbetar därför aktivt för att ett avtal ska bli verklighet.

Handeln med USA är inte bara en angelägenhet för de stora företagen. Många små företag exporterar till USA, eller skulle kunna göra det om hindren minskade eller försvann. Den här skriften ger några exempel på vad ett frihandelsavtal med USA skulle kunna innebära för dem.

Januari 2015

**Carola Lemne**

VD i Svenskt Näringsliv

## Handeln med USA

EU och USA är världens två största ekonomier med tillsammans över 800 miljoner invånare. EU står för 25 procent av världens samlade produktion och USA för 22 procent. De två regionerna står tillsammans för ungefär 30 procent av den internationella varuhandeln i världen och 40 procent av handeln med tjänster.

EU är den största aktören i världshandeln. EUs handel med omvärlden utgör drygt 15 procent av världens handel med varor och omkring 25 procent av den globala tjänstehandeln. EU är även världens största investerare och investeringsmottagare.

Mellan EU och USA går världens största handelsflöde, värt två miljarder euro per dag. Största varuområde är maskiner och transportfordon, näst störst är kemikalier. USA är den största mottagaren av direktinvesteringar från EU och EU är den största mottagaren av direktinvesteringar från USA.

Sverige är en av världens mest internationaliserade ekonomier. Den svenska exporten motsvarar i dag omkring 50 procent av Sveriges BNP mot ungefär 25 procent 1970 och 40 procent 1995.

Mellan 70 och 80 procent av Sveriges utrikeshandel sker inom EUs inre marknad som består av EU-länderna samt Norge, Island och Liechtenstein. Detta gäller både för exporten och importen, såväl av varor som av tjänster.

USA är Sveriges största export- och importmarknad utanför EUs inre marknad. Räknat i förädlingsvärde utgör handeln med USA tolv procent av den svenska exporten och sju procent av importen. Tjänstehandeln utgör omkring 60 procent av Sveriges handel med USA.

USA är det största landet vad gäller företagsinvesteringar i Sverige. Amerikanska företag sysselsätter ungefär 70 000 personer i Sverige. Sverige är den tolfte största nationen vad gäller företagsinvesteringar i USA, vilket gör Sverige till en av de största investerarna per capita. Ungefär 1 200 företag med svensk anknytning sysselsätter nära 200 000 amerikaner.

Många svenska storföretag bedriver en omfattande handel med USA. ABB, Autoliv, Ericsson, Sandvik, Skanska, Volvo AB och Volvo PV har länge haft USA som sin största marknad. För H&M och Ikea är den amerikanska marknaden näst störst.

Handeln med USA är också mycket viktig för många små och medelstora företag i Sverige. Flera företag är underleverantörer till storföretag som exporterar till USA. Men det finns också många mindre svenska företag som själva exporterar dit – allt ifrån pepparkakor till kameror för kärnkraftverk.

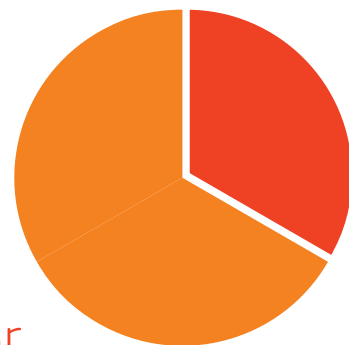
# Detta är frihandelsavtalet TTIP

Trots att EUs och USAs ekonomier redan är mycket integrerade så kan minskade handels hinder ge stora ekonomiska vinster för både européer och amerikaner – och för invånarna i övriga världen. Därför inleddes i juni 2013 förhandlingarna om Transatlantic Trade and Investment Partnership (TTIP) mellan EU och USA.

Förhandlingarna omfattar ett brett spektrum av frågor, bland annat tullar, tjänstehandel, regleringar, investeringar, immateriella rättigheter, offentlig upphandling och subventioner av statliga företag, arbetskraftens rörlighet, hållbar utveckling, regler om fungerande kontroller av handeln och tullsamarbete, konkurrens, energi- och råvarufrågor, handelsrelaterade aspekter på små och medelstora företag, kapitalrörelser och betalningar samt en institutionell ram, inklusive en tvistlösningsmekanism.

Syftet med TTIP är att på bred front öka integreringen mellan EUs och USAs ekonomier. Tanken är att dessa två parter, som båda är politiskt, ekonomiskt och tekniskt mycket utvecklade, och som redan har mycket starka ekonomiska band, ska kunna finna lösningar på några av dagens svåraste utmaningar för världshandeln.

En tredjedel av exporterande SME-företag ser tekniska regler som ett hinder för att exportera till USA. Frihandelsavtalet TTIP skulle undanröja de flesta hinder.



Källa: Ipsos 2014

Det har gjorts flera analyser av vilka vinster som TTIP kan ge. Resultaten varierar en hel del mellan olika bedömare. Men alla seriösa studier visar

- att handeln mellan EU och USA kommer att öka,
- att välbefindandet kommer att öka, både i EU och USA,
- att fler jobb kommer att skapas och arbetslösheten kommer att sjunka, både i EU och USA,
- att effekterna för världen som helhet kommer att vara positiva.

Även om tullnivåerna i dag är mycket låga, i genomsnitt kring fyra procent, så saknar detta inte betydelse. Det finns produkter som fortfarande är belastade med höga tullar. Både EU och USA har exempelvis höga tullar på vissa livsmedel. EU har också höga tullar på motorfordon.

Dessutom innebär även en liten tullsänkning en hel del med tanke på de enormt stora handelsflöden som går över Atlanten. En stor del av handeln består av priskänsliga insatsvaror och många av dessa ingår i omfattande produktionskedjor där tullar adderas vid varje gränsövergång. Varje år betalar europeiska företag närmare 100 miljarder kronor i tull i USA, och amerikanska företag betalar motsvarande belopp till EU.

Uppskattningar tyder på att cirka 20 procent av de vinster som kan uppstå genom ett ambitiöst frihandelsavtal kan hänföras till sänkta tullar. De stora vinstmöjligheterna ligger inom områden som inte direkt handlar om handelspolitik, till exempel olika former av standardisering samt regleringar kring miljö, säkerhet och hälsa. Företagens kostnader för dessa regelverk kan motsvara tullar på 10–20 procent.

Tanken är inte att sänka kraven inom dessa områden utan att systematiskt gå igenom de olika regelverk som finns i EU och USA för att se hur man kan minska företagens regelbörda. Både EU och USA har höga ambitioner inom miljö, säkerhet, hälsa och andra samhällsområden. Men regelverken och deras tillämpning har ofta utvecklats oberoende av varandra. Därigenom har det etablerats skilda krav i EU och USA, även om kravnivåerna är likvärdiga.

Minskade regelkostnader betyder relativt sett mer för mindre företag eftersom många typer av regelkostnader har karaktär av ”inträdesbiljett” på en marknad. Om det exempelvis krävs att en viss produkt genomgår ett särskilt test i USA, så kan ett stort företag ofta



slå ut den kostnaden på ett stort antal produkter medan ett mindre företag ofta levererar ett mindre antal produkter. Stora företag har också lättare att knyta till sig den expertis som behövs för att hantera regelproblem på olika marknader.

Vi ska i de följande kapitlen möta nio företag – från Piteå i norr till Helsingborg i söder – som alla exporterar till USA. Deras möjligheter och utmaningar på den amerikanska marknaden skiljer sig åt. Men alla har det gemensamt att ett ambitiöst utformat frihandelsavtal skulle innebära ökade exportmöjligheter och fler jobb i Sverige.

**57%** av de som upplever tekniska handels hinder som ett problem vid export anger att företagets export skulle öka om hindren försvann. Frihandelsavtalet TTIP skulle undanröja många tekniska handelshinder.

Källa: Ipsos 2014

## Liv i luckan på Svalson

Svalson ligger i Öjebyn utanför Piteå och är ett världsledande företag inom sitt segment. Företaget levererar årligen omkring 2 000 eldrivna skjutluckor för bland annat restauranger, balkonger, receptioner och som avskärmning på arbetsplatser.

Svalson har sina rötter i Norrbottens Industriservice som grundades i slutet av 1970-talet av maskiningenjören Bill Svensson och Hans Carlsson, som hade en bakgrund inom entreprenadbranschen. Företaget tillverkade bland annat kaminer och ryckte in som extrapersonal i företag som hade ont om folk.

År 1981 fick Bill Svensson en förfrågan från en arkitekt som bodde granne till honom. Det gällde att ta fram en smidig skjutlucka till en reception på en vårdcentral i Luleå. Receptionisten där hade slitit ut sina axlar och kunde därför inte längre öppna och stänga receptionens glaslucka manuellt. Svensson utvecklade en smidig skjutlucka med inbyggd elmotor, något som då var en unik produkt.

Samma år grundade Svensson och Carlsson företaget Svalson för att utveckla och tillverka eldrivna skjutluckor. Företagsnamnet togs från grundarnas efternamn. Svalsons första lucka används alltjämt på vårdcentralen i Luleå.

Bill Svenssons dotter Maud Spencer är vd sedan 2005. Hon började som säljare på Svalson 1999.

I dag har Svalson 40 anställda, därav fem säljare, tio ytterligare på kontoret och 25 i verkstaden. Årsomsättningen är cirka 50 miljoner kronor. Hälften av försäljningen går till Sverige och en fjärdedel till andra länder EU. Därtill exporterar Svalson bland annat till Australien, Japan, Kanada och USA.

Svalson har inga varulager. Allt är skräddarsytt och tillverkas på beställning. Leveranstiden är ungefär tre veckor. Förutom att Svalsons produkter skapar en bättre arbetsmiljö så höjer de också säkerheten. En stängd lucka är alltid en låst lucka och luckan går också att låsa i ett delvis öppet läge.

Det finns ingen annan konkurrent på världsmarknaden med en likvärdig produkt. Marknadspotentialen är därför hur stor som helst. Det gäller bara att övertyga kunderna om vad Svalson kan erbjuda. Den senaste produkten är en höj- och sänkbar inglasning. Den har flera användningsområden, bland annat som staket/vindskydd till restauranger, caféer, balkonger och altaner och som smart avskärmning till arbetsplatser.

Svalson har levererat eldrivna skjutluckor till bland annat Manchester Uniteds arena Old Trafford, NK, riksdagen, Luftfartsverket (Swedavia) samt till polisstationer, sjukvårdsinrättningar och offentliga byggnader över hela Europa. Åhléns City i Stockholm har



numera världens största skjutlucka framför en av sina entréer. En viktig kund är Diors butiker i Europa som använder Svalsons luckor i sina montrar och inomhusskyltfönster, vilket innebär att de anställda slipper hanteringar av nycklar.

Svalson har under många år haft en omfattande export över hela världen. Men det dröjde innan företaget gick in i Kanada och USA. Anledningen var de höga försäkringskostnaderna där. Det fanns dock en restaurang i Toronto, Hemingway, som låg på Svalson för att få köpa fasadöppning och väderskydd. Maud Spencer tvekade länge innan hon omkring 2008 började leverera till Kanada.

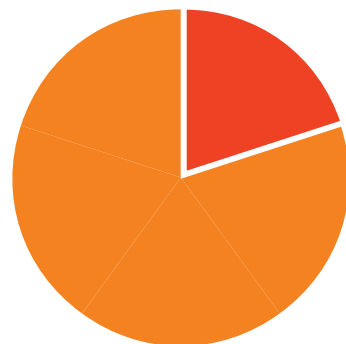
I samband med detta beslutade hon sig också för att ge sig in i USA. Med hjälp av Exportrådet hittade Svalson återförsäljare i Chicago och Miami. Företagsnamnet är i dag inregistrerat i 50 stater.

Men det finns en hake. Svalson säljer bara manuella staket till USA. Anledningen är att det skulle bli alltför riskabelt att exportera eldrivna produkter. För elprodukter finns komplicerade bestämmelser om standarder och certifiering. Svalson har därför bland annat tackat nej till att leverera till Diors butiker i USA.



## Ett av fem SME-företag ser tullarna som ett hinder för export till USA. Frihandelsavtalet TTIP skulle innebära att de flesta tullar försvinner.

Källa: Ipsos 2014



Det var svårt nog ändå att ta sig in på den amerikanska marknaden. Ett problem rör patentfrågor. Här finns klart protektionistiska inslag i USA där jurister och myndigheter ofta hänvisar till patent som visar sig helt irrelevanta.

Maud Spencer berättar också om hur de försåg alla instruktionsböcker och produkter för USA med utförliga varningstexter. Här använde Svalson naturligtvis amerikanska jurister. All export till USA går via Kanada där slutmontering sker. Då slipper Svalson tullkostnaden. Den är annars åtta procent, vilket är mer än vad transporten kostar. Dessutom skulle tullproceduren kunna innebära flera veckors fördröjning av leveransen.

Maud Spencer jämför med EU-medlemskapet som innebar att exporten till EU-länderna underlättades kraftigt. Samma sak skulle kunna bli fallet med det nya frihandelsavtalet TTIP.

Intresset för Svalsons produkter är stort i USA. Här finns ett väl utbyggt system med varumässor som är enkla, billiga och effektiva att utnyttja för säljande företag. Ett nytt frihandelsavtal skulle, enligt Maud Spencer, kunna innebära en fördubblad omsättning för Svalson. Det skulle inte bara innebära fler arbetstillfällen på Svalson utan även fler jobb i regionen för underleverantörer inom lackering, glasmästeri och elmotorer.

Det gäller bara att någon ny aktör inte hinner före med att etablera sig i USA.

# Pepparkakor från Nyåker

Bröderna Bengt och John Åström växte upp tillsammans med åtta syskon i en hårt arbetande jordbruksfamilj i Nyåkersbygden sydväst om Umeå. När de bägge bröderna var i femtonårsåldern skickades de på 1930-talet till södra Sverige för att läras upp till bagare. De drev var för sig flera bagerier runt om i Sverige innan de 1952 gick samman för att ta över Nyåkersbygdens lilla café och bageri. Detta räknas som starten för Nyåkers Pepparkakor.

Försäljningen i bageriet utökades med en brödbil som levererade kakor, tårter och bröd till gårdarna i bygden. Det var framför allt de goda pepparkakorna som efterfrågades. En modern bagerilokal uppfördes i Nyåker 1955. Pepparkakorna kunde nu stansas ut i rask takt med hjälp av en pedaldriven maskin.

År 1960 kom katastrofen. Bageriet brann ned till grunden. Bara dagarna innan hade bröderna tecknat ett rikstäckande avtal med varuhuskedjan EPA. Bageriet var i stort sett oförsäkrat. Men Bengt och John Åström gav inte upp. Sex månader efter branden stod ett nytt bageri i Nyåker klart.

Under 1960-talet blev Nyåkers en av de ledande tillverkarna av pepparkakor i Sverige. Företaget har i dag ett 60-tal anställda och omsätter cirka 90 miljoner kronor. 90 procent av försäljningen är pepparkakor där Nyåkers är störst i världen. Originalreceptet från 1952 används än i dag. De stora marknaderna är, förutom Norden, USA, Kanada och Japan. Nyåkers tillverkar även mandelkubb, kardemummaskorpor och ett tiotal andra småkakor.

Nyåkers har sitt huvudkontor i Umeå. Christoffer Öberg är vd i företaget sedan han 2012 tog över ledningen från sin far Lennart. Samma år som Christoffer tillträdde tillkom ytterligare en fabrik, nämligen en hypermodern anläggning i Bjurholm norr om Nyåker. Det var en mycket stor investering. Nyåkers var nu tvunget att satsa på expansion i stor skala för att kunna betala sina lån.

Det är mot denna bakgrund som den amerikanska marknaden är så viktig. Det är en stor marknad där det är möjligt att få ut ett bra pris för kvalitetsprodukter. Många där uppfattar pepparkakan som en slags hälsoprodukt. Nyåkers har i USA lanserat en rad olika smaker på pepparkakorna, bland annat apelsin, cappuccino, citron och pumpa (halloween!).

När Lennart Öhberg tillträdde som vd 1998 var Nyåkers omsättning 40–50 miljoner kronor. Sverige stod för 70 procent och övriga Norden för ungefär 30 procent av försäljningen. Året innan Christoffer tog över var omsättningen 80 miljoner. Sverige stod för 60 procent av försäljningen och USA för 20 procent. I dag står USA för 30 procent av försäljningen.

Den amerikanska marknaden innebär en rad utmaningar. Försäkringskostnaderna är höga. Även valutasvängningarna måste man försäkra sig mot. Hälften av försäljningen är e-handel. Varje delstat har sina standardmått för förpackningar och lastpallar.

Christoffer Öberg anser att tullar och andra juridiska regleringar inte innebär något större problem för Nyåkers. Men han påminner om det handelskrig som för några år sedan bröt ut med USA, där just pepparkakorna drogs in. Då var det Annas Pepparkakor i Tyresö som drabbades. I dag skulle det vara Nyåkers som skulle drabbas hårdast.

En utmaning som följer av att exportera till USA är att den amerikanska livsmedelsmyndigheten Food and Drug Administration (FDA) när som helst kan dyka upp för att göra stränga inspektioner i Bjurholm eller Nyåker.

Om handeln mellan EU och USA utvecklas i gynnsam riktning, där frihandelsavtalet TTIP kan spela en viktig roll, tror Christoffer Öberg att USA om tio år har gått förbi Sverige som Nyåkers största marknad. Men pepparkakorna kommer fortfarande att tillverkas i Nyåkersbygden.



## Ylle och yxor från Norrland

Adam Brånby är sedan 2009 vd i den familjeägda företagsgruppen Ekstigen. Här ingår bland annat två företag som exporterar till USA, Woolpower i Östersund och Gränfors Bruk i norra Hälsingland.

Woolpower har sina rötter i Vinetta som Kooperativa Förbundet startade i Östersund 1969 för att tillverka nylonstrumpbyxor. Företaget hade som mest drygt 530 anställda. År 1972 lanserade Vinetta en basgarderob för kvinnor med nio plagg i sju färger. Fram till 1976 hade över en miljon plagg sålts.

Under 1980-talet reducerades verksamheten på Vinetta och KF sålde successivt sitt ägande i företaget. Efter flera ägarbyten blev Adams far, Gabriel Brånby, 2002 delägare i företaget, som sedan 1999 hette Ullfrotté AB. Även Adam började då arbeta i bolaget. Det som gjorde Gabriel och Adam intresserade av företaget var det material, Ullfrotté Original, som Vinetta hade utvecklat i samarbete med svenska försvaret i början av 1970-talet.

Ullfrotté består av två tredjedelar ull och en tredjedel syntetmaterial som stickas till en frotté med öglor. Syntetmaterialet ökar hållbarheten och öglorna ökar isoleringsförmågan genom de luftfickor som bildas. De första Ullfrotté-plaggen började tillverkas 1972.

Efter att Gabriel och Adam hade kommit in i Ullfrotté AB inleddes en genomgripande omvandling av företaget. Produktutvecklingen tog fart. Företaget flyttade till nya lokaler i Östersund och bytte namn till Woolpower AB.

Woolpower är i dag helt inriktat på tillverkning av varma underställ, sockor, förstärkningsplagg och accessoarer som säljs under varumärket Woolpower. Företaget har 90 anställda och all produktion från garn till färdigsytt plagg sker i Östersund.

Woolpower är ett tillväxtföretag. Under de senaste åren har antalet anställda ökat med 20 personer. Det är mycket ovanligt med företag som tillverkar kompletta klädesplagg i Sverige. Kvalitetskraven är höga och i varje plagg anges namnet på den sömmerska som har sytt plagget.

Arbetskläderna dominerar försäljningen. Alla yrken där det fordras att man kan tjänstgöra utomhus i alla väder behöver ordentliga underställ, det kan gälla exempelvis poliser, militärer, byggnadsarbetare och skogsarbetare. Även personer med intresse för jakt och friluftsliv finns bland kunderna.

Omsättningen är 70 miljoner kronor. Ungefär 80 procent av försäljningen går på export till mer än 25 länder runt om i världen. Exporten till USA utgör ungefär fem till tio procent av omsättningen.





Adam Brånby säger att tullarna, som ligger mellan sju och 15 procent, beroende på vilken produkt det gäller, utgör ett problem för USA-exporten. Därtill kommer att när Woolpowers distributör i USA vill sälja till kunder i Kanada blir det ytterligare en tull att betala.

Vissa av Woolpowers produkter måste uppfylla särskilda säkerhetskrav, till exempel regler om flammhämmande material för elektriker och räddningstjänst. Säkerhetskraven håller i princip samma nivå i EU och USA men de tester som ska göras för att få certifieringar är utformade på helt olika sätt. Woolpower anser sig inte ha råd att göra de amerikanska testerna, särskilt som man i så fall måste göra regelbundna uppdateringar av testerna. Därför har Woolpower avstått från detta segment i USA.

Ett framgångsrikt frihandelsavtal skulle, enligt Adam Brånby, innebära att Woolpower skulle kunna sänka priserna i USA med tio till femton procent och dessutom lansera sina flammhämmande produkter där med stöd av sina europeiska certifieringar.

Gränsfors Bruk förvärvades av Gabriel Brånby i början av 1980-talet men företaget är mycket äldre än så.

Gränsfors ligger i Nordanstigs kommun. Här vid Gnarpåns forsar har ett dussin småindustrier drivits genom åren. Gränsfors Bruk grundades 1902 som ett smidesföretag inriktat på yxor, kofotar och annat smide. År 2005 avknoppades tillverkningen av andra produkter än yxor till ett eget företag, Gränsfors Smide. Även detta företag ägs av Ekstigen.

Gränsfors Bruk tillverkar enligt traditionella smidesmetoder i en smidespress från 1930. De handsmidda yxorna håller mycket hög kvalitet. Varje yxa signeras med smedens initialer som ett kvalitetssigill och en garanti. Produktionskostnaderna är högre än för de industritillverkade yxor man kan köpa i järnhandlar och byggvaruhus. Gränsfors Bruk är därför inriktade på en kvalitetsmedveten kundkrets.

Företaget har 30 anställda och omsättningen är 30 miljoner kronor. Företaget växer kontinuerligt. Det stora problemet är inte efterfrågan utan att kunna rekrytera duktiga smeder.

80 procent av produktionen exporteras till ett 30-tal länder. Tyskland och Norge är stora marknader. USA står för 20 procent av försäljningen. Härifrån hämtas också den hickory som används till yxskäften.

De handelshinder som finns för exporten till USA är framför allt tullar. Ett speciellt problem är de tullprocedurer som måste hanteras vid reklamationer, något som dessbättre är mycket sällsynt.

Adam Brånby anser att med ett nytt frihandelsavtal skulle priserna för Gränsfors produkter kunna sänkas på den amerikanska marknaden. Företaget, liksom de flesta företag som ägnar sig åt internationell handel, skulle också ha stor glädje av de indirekta effekterna. För det första skulle den internationella handeln växa, vilket skapar olika typer av spridningseffekter. För det andra skulle ett nytt frihandelsavtal innebära att det är EU och USA som i praktiken sätter världsstandarderna inom många områden för handeln. Detta gynnar företag i Sverige. En risk skulle annars vara att det exempelvis blir USA och Kina som tillsammans kommer överens om viktiga spelregler för handeln.

**66%** av företagen som anger att tullar upplevs som ett hinder bedömer att deras export till USA skulle öka om tullarna togs bort. Med frihandelsavtalet TTIP skulle de flesta tullar tas bort.

Källa: Ipsos 2014

## Vinschar från Vansbro

I dalametropolen Vansbro ligger Sepson som är ett internationellt framgångsrikt företag då det gäller tillverkning av vinschar för fordon.

Företaget har namn efter Sars Erik Pettersson. Han var smed i Mora och grundade företaget där år 1900 för att tillverka produkter för jord- och skogsbruket.

Efter en turbulent tid med olika ägare och en konkurs köptes företaget 1989 av Mats Elfsberg. Han hade erfarenhet från verkstadsindustrin, bland annat på Westlings Industri AB i Vansbro som tillverkade sågblad.

När Elfsberg köpte Sepson bedrev företaget verksamhet i Vansbro med sammanlagt 25 anställda. Tillverkningen var inriktad på vinschar.



De första åren på 1990-talet var tuffa beroende på den allmänna ekonomiska krisen då. Men därefter har företaget gått bra och det växer stadigt. Sepson har inte haft röda siffror på 12 år. Mats Elfsberg sålde företaget i januari 2014 till Lidan Marin AB i Lidköping som tillverkar vinschar för marina ändamål. Elfsberg är dock kvar som vd i Sepson.

I dag har Sepson 18 anställda som utvecklar, monterar och säljer vinschar. Alla komponenter köps från andra företag. Omsättningen är 100 miljoner kronor. Atlas Copco är en stor kund men 85 procent av försäljningen går på export. De viktigaste kunderna är fordonstillverkare eller fordonspåbyggare i bland annat Australien, Tyskland och Österrike. Dessa företag säljer sedan i sin tur fordonen till många länder varför Sepsons produkter finns över hela världen.

Mats Elfsberg drev verksamhet i USA på 1980-talet så han kan den marknaden rätt bra. Sepson hade innan han tog över företaget försökt komma in på den amerikanska marknaden men misslyckats. Elfsberg anser att USA är ett mycket intressant land, inte minst därför att halva världsmarknaden för bärgningsbilar – en viktig nyttjare av Sepsons vinschar – finns i USA och Kanada.

Sepson har dock ännu inte gett sig in på USA-marknaden. För att lyckas där måste man storsatsa och detta har företaget hittills inte haft tillräckligt med tid och resurser för. Den amerikanska marknaden är mycket tuff med hård konkurrens och låga priser.

Mats Elfsberg säger att USA är ett civiliserat land med hårda produktkrav: ”Problemet är bara att det är lite för gott om jurister där.” Den amerikanska skadeståndskulturen gör att företaget skulle behöva en dyr ansvarsförsäkring. Dessutom finns det en del byråkratiska hinder för att exportera till USA. Skillnader i standarder innebär också problem. Exempelvis skiljer sig standarden för dimensioneringen av bland annat lintrummor.

Mats Elfsberg anser att ett lyckat frihandelsavtal avsevärt skulle minska kostnaderna och riskerna för att exportera till USA. Då skulle Sepson definitivt vara intresserat av att satsa där. Han påminner om hur handeln inom EU kraftigt underlättades genom EU-medlemskapet:

”Det är enkelt att vara europé i dag. Handeln har blivit smidig. Det krävs inga speciella transporthandlingar eller tullhandlingar. Det är lika enkelt att leverera till Italien som till närmaste svenska stad. Att leverera till Norge kräver dock en väldig massa byråkrati.”

## Ahlberg Cameras klarar strålande miljöer

Ahlberg Cameras ligger i Görla industriområde i Norrtälje. Företaget utvecklar, tillverkar, installerar och servar kameror, belysning och inspektionsutrustning för miljöer i luft och vatten med stark radioaktiv strålning. Eftersom sådan strålning slår ut all elektronik fordras det särskilt utformade produkter för att klara en radioaktiv miljö.

Företaget grundades i Vallentuna 1981 under namnet Ahlberg Electronics. Grundaren Ulf Ahlberg hade arbetat som inspektör för svenska kärnkraftverk och varit med om att installera kameror i de första svenska kärnkraftverken. Han insåg att det här fanns stora möjligheter till produktutveckling.

Under de första 20 åren koncentrerade sig företaget på svenska och finska kärnkraftsanläggningar samtidigt som nya produkter utvecklades. Omkring 1990 flyttade Ahlberg Electronics till Norrtälje.

Under de senaste tio åren har företaget haft stora framgångar på den globala marknaden. Över 30 procent av alla kärnkraftsanläggningar i världen, över 150 stycken i 20 länder, har installerat utrustning från Ahlberg. Bland kunderna finns inte bara kärnkraftverk utan även bränslelager och andra starkt radioaktiva miljöer. Ahlberg lyckades exempelvis på tre veckor installera två övervakningssystem efter kärnkraftsolyckan i Fukushima 2011.

År 2012 köpte Brokk AB 70 procent av Ahlberg Electronics. Brokk ligger i Skellefteå och är världens ledande tillverkare av fjärrstyrda rivningsmaskiner. Företaget ingår i Lifco Group som ägs av Carl Bennet. I samband med detta efterträddes Ulf Ahlberg som vd av sonen Joakim Ahlberg och företaget bytte namn till Ahlberg Cameras.

Företaget har i dag en omsättning på cirka 50 miljoner kronor och 30 anställda. Ungefär 20 procent av omsättningen går till produktutveckling. Nyligen har företaget utvecklat inspektionsutrustning som mäter eventuell böjning av bränslestavarna. Sådana mätningar måste regelbundet göras eftersom säkerheten hotas om bränslestavarna blir för böjda. Tidigare var sådana kontroller relativt omständliga men genom Ahlbergs utrustning sker detta automatiskt när bränslestavarna hanteras.

Över 90 procent av Ahlberg Cameras försäljning är export. USA står för 45 procent av omsättningen. I North Carolina finns ett dotterbolag med tre anställda. Förutom flera amerikanska kärnkraftverk har Ahlberg Cameras ett prestigefyllt uppdrag, nämligen utrustning för saneringen efter Manhattan Project. Detta projekt drevs under 1940-talet i syfte att ta fram den första amerikanska atombomben. Den lagring som då gjordes av det radioaktiva avfallet lämnade mycket i övrigt att önska, varför saneringen av lagren är ytterst krävande.



De svenska säkerhetskraven för Ahlbergs produkter är internationellt sett mycket hårda. Detta betyder att Ahlberg Cameras inte har några problem med de amerikanska kraven. Däremot måste alla produkter genomgå de amerikanska testerna, vilket innebär en del kostnader.

Tullen för exporten till USA är fyra procent. Detta är, enligt Joakim Ahlberg, i sig inte något större problem. Men eftersom Ahlberg Cameras måste hålla ett lager av komponenter i USA för att snabbt kunna ge service så får man ligga ute med tullkostnader för dessa.

Joakim Ahlberg säger att företaget konkurrerar med kvalitet och snabb service dygnet runt. Allt som minskar handelshindren och olika kostnaderna för handel innebär naturligvis en stärkt konkurrenskraft.



## Utan Tebex stannar tunnelbanan i New York

Intill Ahlberg Cameras anläggning i Görle i Norrtälje ligger Tebex Kabelstammar, ett företag som tillverkar kablage och kabelstammar. Ahlberg Cameras är för övrigt en av Tebex kunder.

Tebex grundades 1955 som en ingenjörsfirma av uppfinnaren Bror Söderström. Företagsnamnet kommer från T och B, de första bokstäverna i förnamnen för sonen Torsten och för Bror själv.

Bror Söderström arbetade som teknisk konsult och ett viktigt uppdrag var att konstruera mjölkkanläggningar åt Alfa-Laval. Arbetet med dessa maskiner innefattade ett stort mått av kablagekonstruktion. Efter hand började Tebex också producera kablage åt Atlas Copco.

Raymond Fernström är vd i företaget sedan aktiebolagsbildningen 1976. Hans syster var gift med Torsten Söderström och Raymond började arbeta för Tebex 1972. Året därpå avled Bror Söderström. År 1976 lades den tekniska konsultverksamheten ner och i samband med detta ändrades namnet till Tebex Kabelstammar.

Tebex tillverkade huvudsakligen kablage och kabelstammar till Alfa-Laval. Men 1980 beslöt detta företag att själv ta över denna tillverkning. Tebex måste nu hitta nya kunder. Raymond Fernström säger i dag att detta lade grunden till Tebex senare framgångar eftersom det aldrig är bra för ett företag att vara så beroende av en enda kund. Att Alfa-Laval sedan återkom som kund 1995 gör inte saken sämre. Efter att Alfa-Laval delades upp i två olika företag 2002 är det DeLaval som är en viktig kund för Tebex.

Sedan 1990 ligger Tebex i Görle efter att tidigare ha verkat på annan plats i Norrtälje, nämligen i AGA:s gamla fabrik för tillverkning av biltelefoner.

Tebex har spetskompetens inom kablage och kabelstammar och är ett av de få företagen som klarar av att utveckla och tillverka både elektriskt och fiberoptiskt kablage. Företaget har 40 anställda och en omsättning på 44 miljoner kronor.

80 procent av försäljningen går till kunder i Sverige, bland annat DeLaval samt de medicin-tekniska företagen Gambro och GE Healthcare. Eftersom dessa företag och andra svenska kunder exporterar huvuddelen av sina produkter är Tebex indirekt starkt beroende av det svenska näringslivets exportmöjligheter.

Indien, Kina och Spanien hör till Tebex största exportmarknader. Exporten till USA är endast någon procent av omsättningen. Den var större innan 11 september-attackerna 2001 då luften gick ur den amerikanska marknaden.



Raymond Fernström anser att Tebex har en stor potential i USA och har nu ambitionen att åter bygga upp exporten dit. Det som i dag framför allt exporteras är kablage för fiberoptik till flera amerikanska tunnelbanesystem, bland annat i New York. Tebex har fått dessa order genom sina goda kontakter med Bombardier i Västerås. Det var Bombardier i Pittsburg som bad Västeråskontoret om tips på något företag som kunde kablage.

Enligt Raymond Fernström har Tebex den kompetens och den kvalitet som behövs för att kunna hävda sig väl på den amerikanska marknaden. Frihandelsavtalet TTIP kan minska byråkratin inom handeln med USA och skulle avsevärt underlätta för företags strävanden att öka exporten dit.



## Hyvelbänkar från Stockaryd

Mellan Sävsjö och Lammhult i Småland ligger samhället Stockaryd. Här har Sjöbergs tillverkat hyvelbänkar i mer än 80 år. Företaget har sina rötter i ett möbelsnickeri som Axel Sjöberg grundade på 1920-talet hemma på vinden i sitt hus i Mariedal. Verksamheten växte successivt med allt fler anställda. Bland de produkter som tillverkades fanns karosserier av trä för bilar och vattenpumpar av trä. Under andra världskriget gjordes enkla sängar för stadsbor som hade evakuerats till dessa trakter. Men framför allt sålde företaget ved för gengasaggregat till bilar under kriget.

År 1932 hade Axel Sjöberg börjat tillverka hyvelbänkar för industrier och hantverkare i närområdet. Några år senare kom Sigfrid Stenberg på besök till Sjöbergs. Han drev AB Sigfrid Stenberg i Nässjö som var ett av Sveriges mest betydelsefulla företag för tillverkning och försäljning av maskiner till snickeri- och möbelindustrin. Stenberg frågade om han kunde få beställa några bänkar, men det skulle vara en egen modell. Detta ledde till en order på hela tio bänkar, vilket var mycket på den tiden.

Vid 50 års ålder lämnade Axel Sjöberg över verksamheten 1947 till sina söner Torsten, Göte, Lage och Reinhold. Lage ville pröva sina egna vingar och lämnade bolaget 1953. Övriga bröder byggde ut och rationaliserade tillverkningen. Företaget tillverkade bland annat köksinredningar, inredningar för kyrkor samt trappor och hyvelbänkar.

Intresset från industrier och verkstäder att använda hyvelbänkar avtog på 1950-talet. Men då tog Stig Parkström från bolaget Skriv & Rit kontakt med Sjöbergs. Parkström ville köpa hyvelbänkar till skolor, vilket öppnade en ny och stor marknad för snickerifabriken.

År 1959 kom genombrottet i USA. En farbror till bröderna, Bo-Erland Sjöberg, reste till USA på ett år för att sälja hyvelbänkar. En hyvelbänk ställdes ut på en designutställning i Sacramento, Kalifornien. Den belönades med guldmedalj och Torsten Sjöberg fick resa upp till Stockholm för att ta emot medaljen ur den amerikanske ambassadörens hand. Nu ökade försäljningen ytterligare. Under några år var tillverkningen av hyvelbänkar omkring 25 000 per år.

Företaget heter numera AB Bröderna Sjöbergs Industrier och tillverkar hyvelbänkar för träslöjdsalar samt hyvelbänkar och arbetsbänkar för hemmfixare och för barn. Under senare tid har företaget även utvecklat ett sortiment för skolans textilsalar.

Torsten Sjöbergs son Johan Sjöberg är styrelseordförande i Bröderna Sjöbergs Industrier. Han började på företaget som 15-åring i mitten av 1960-talet och blev sedan delägare. I början av 1980-talet såldes dock företaget till Hexagon. Efter ytterligare ett ägarbyte 1990 lämnade Johan Sjöberg företaget och kom året därpå till Svenssons i Lammhult som han utvecklade till ett stort möbelhandelsföretag.

År 2009 återköpte Johan Sjöberg tillsammans med sin sväger Jan Möllefors det snickeri-företag som hans farfar hade grundat. Företaget var då rätt nedgången efter tio år utan några större investeringar. Man slog samman tre snickeriföretag och bildade AB Bröderna Sjöbergs Industrier.

Nu inleddes en period med rationaliseringar. Stora maskininvesteringar har inneburit att arbetsgången per tillverkad produkt har halverats. Produkterna har utvecklats för att bättre passa till olika målgrupper.

Sjöbergs har 20 anställda, varav 16 i tillverkningen. Omsättningen är 35 miljoner kronor. Ungefär hälften av försäljningen går på export till cirka 25 länder, framför allt till Europa och USA men även till Japan och Kina. Företaget är marknadsledande på alla marknader där det är etablerat.

USA står för cirka 25 procent av försäljningen och här har företaget tre lager. Framför allt säljer Sjöbergs hyvelbänkar till stora fackhandelskedjor men även till e-handelsföretaget Amazon. I USA finns, enligt Johan Sjöberg, inga konkurrenter av betydelse. Men det fordrar hårt arbete och ett avancerat tekniskt stöd för att etablera sig och expandera i USA. Därför är det viktigt att de handelspolitiska regelverken är enkla, stabila och förutsägbara.

Ju lägre handelshinder, desto större export och desto fler jobb i Sverige, hävdar Johan Sjöberg. Därför skulle ett ambitiöst frihandelsavtal som TTIP-avtalet vara bra för Sjöbergs.



## Svetsning i Helsingborg

Linde Metallteknik är en familjeägd företagsgrupp i Helsingborg med verksamhet inom affärsområdena mekanisk tillverkning, materialhantering och elektroteknik.

Gruppen har sitt ursprung i en smidesverkstad som grundades av Gunnar Linde 1944. Hans son Per Linde blev civilingenjör 1971 och var vd fram till 2009. Nu är han senior advisor.

Linde Metallteknik har cirka 60 anställda och en omsättning på 70 miljoner kronor. Företaget tillverkar stål- och maskindelar med inriktning på specialsveitsning. Järnvägsindustrin är en viktig kund och en rad järnvägsbolag i Europa är slutkunder.

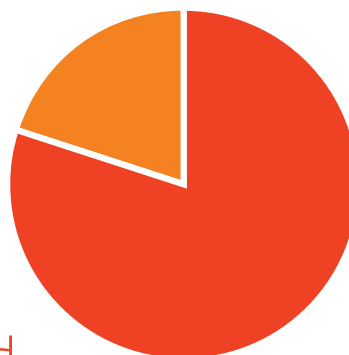
Exporten till USA utgör ungefär 30 procent av omsättningen. Linde tillverkar exempelvis utrustning för rökgasrening åt Alstoms dotterbolag i USA. En annan kund är Höganäs som Linde samarbetar med för att tillverka pulvervärmare för användning i USA.

De hårda reglerna om produktansvar är ett stort problem då man gör affärer med USA, till exempel när det gäller pulvervärmare. Den utrustningen innehåller slangar med 150 grader het olja. Slangarna kan gå sönder om utrustningen inte hanteras korrekt, vilket fordrar komplicerade skrivningar om hur pulvervärmarna ska hanteras. Därtill måste företaget teckna dyra försäkringar.



Vissa av Linde Metalltekniks produkter kan kopieras relativt enkelt, varför priset är en viktig konkurrensfaktor. I dessa fall utgör de tullar som finns mellan EU och USA en konkurrensnackdel.

Per Linde pekar på ett stort problem som har funnits för exporten till USA, nämligen den bristande samordningen då det gällde testningen av tryckkärl. Tidigare var företaget tvingade till att göra tester både inom EU och i USA, vilket fordrade massor av testprotokoll. Nu har reglerna harmoniserats. EU accepterar de amerikanska testresultaten och vice versa, vilket har inneburit en avsevärd förbättring. Detta visar den potential som finns med frihandelsavtalet TTIP som systematisk kan genomdriva harmoniseringar av regler inom en rad olika områden.



E-handel utgör en stor potential för handeln med USA. 8 av 10 företag uppger att de inte ännu eller i liten omfattning bedriver e-handel med kunder i USA. Frihandelsavtalet TTIP skulle underlätta e-handeln över Atlanten.

Källa: Ipsos 2014



**Anders Johnson** är skriftställare med inriktning på näringslivs-historia. Han har bland annat författat *Globaliseringens tre vågor – Sveriges internationalisering under 150 år* (Globaliseringsrådet 2008) och *Transatlantiskt partnerskap – vad, hur och varför?* (Svenskt Näringsliv 2014).



**[www.svensktnaringsliv.se](http://www.svensktnaringsliv.se)**

Storgatan 19, 114 82 Stockholm

Telefon 08-553 430 00