



REDOVISNING AV STATENS UPPDRAG TILL BUSINESS SWEDEN

SVERIGES EXPORT- OCH
INVESTERINGSRÅD
Verksamhetsåret 2021

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

FÖRORD	3
SAMMANFATTNING RESULTAT 2021	5
1 BUSINESS SWEDENS VERKSAMHET OCH DE STATLIGA UPPDRAGEN	8
1:1 Kort om Business Sweden	8
1:2 Statliga uppdrag	9
1:3 Närvaro på utlandsmarknader/ Institutionell närvaro	10
1:4 Intäkter och Finansiering	11
2 DEN EXPORTFRÄMJANDE VERKSAMHETEN	14
2:1 Inledning	14
2:2 Grundläggande exportservice	15
2:3 Småföretagsprogrammet.....	20
2:4 Riktat exportfrämjande	25
2:5 Resultatuppföljning av den exportfrämjande verksamheten.....	34
3 DEN INVESTERINGSFRÄMJANDE VERKSAMHETEN	41
3:1 Investeringsfrämjandet	41
3:2 Resultatuppföljning av den investeringsfrämjande verksamheten	44
3:3 Samverkan inom investeringsfrämjandet.....	49
3:4 Kommunikation och marknadsföring inom investeringsfrämjandet	51
4 ÖVRIGT	55
4:1 Business Swedens arbete med informationssäkerhet.....	55
4:2 Statliga utredningar och uppföljningar.....	55
4:3 Jämställdhet.....	55
4:4 Hållbarhet	56
4:5 Marknadskommunikation och digitalisering	57
Bilaga 1. REGERINGS- OCH REGERINGSKANSLIUPPDRAG.....	59
Bilaga 2. ÄNDRINGSBESLUT RIKTLINJER.....	59
Bilaga 3. STÖRRE ÖVRIGA UPPDRAG FRÅN MYNDIGHETER OCH STATLIGA AKTÖRER UNDER 2021	60

FÖRORD

Business Swedens statliga uppdrag gör skillnad!

2021 var ännu ett exceptionellt år, så även för Business Sweden. Pandemin har präglat den ekonomiska utvecklingen under hela året. Det statliga uppdraget till Business Sweden har under denna period varit utomordentligt viktigt eftersom det både utgjort ett stabilt kassaflöde under en osäker tid – men framför allt gjort att många företag med Business Swedens hjälp kunnat bibehålla en internationell närvaro, anpassa sig till både pandemin och nya regelverk i kölvattnet av den pågående tekniska kapprustningen.

Men allra främst har Business Swedens statliga uppdrag bidragit till att svenska företag har kunnat fånga de möjligheter som den globala omställningen till hållbarhet har inneburit och börja närma sig de stora affärspotentialer som ligger i de många omställnings- och återhämtningsprogram som presenterades över världen under året. Dessutom har det i många fall varit avgörande för att utländska investeringar har kommit till Sverige, i hård konkurrens med andra länder.

För Business Sweden har pandemin inneburit både osäkerhet om intäktsläget, och en viss omstyrning av tjänsterna till än mer handfast hjälp med att stötta svenska företag som redan var närvarande i utlandet eller hade påbörjat en etablering. Samtidigt har efterfrågestyrda tjänster som småföretagsrådgivning minskat i omfång både på grund av en kortsiktig effekt av Business Swedens organisatoriska förändringar och på att många småföretag snarare fokuserade på att hantera pandemirisker i dagens verksamhet än att planera för framtida internationell expansion.

Inte bara pandemin utmanade företagande och handel. Halvledarbrist, containerkris, geopolitiska spänningar, ökande protektionism höll tillbaka världshandeln. Samtidigt ökade takten i omställningen till hållbarhet tvärs hela näringslivet under året. Trycket från både kunder och investerare drev på både teknisk utveckling och kommersialiseringen av hållbara produktionsmetoder och klimatsmarta produkter och tjänster. För Business Sweden innebar det en snabbt växande efterfrågan på att skapa plattformar och mötesytor för svenska företag som under svensk flagg vill profilera sin utveckling mot hållbarhet. Den av både företagen och svenska förhandlingsteamet uppskattade mötesplats som etablerades under COP26 blev sinnebilden för detta.

Business Sweden har på så sätt bidragit till jobb och tillväxt i Sverige. Det syns också i våra löpande utvärderingar. Under året medverkade Business Sweden exempelvis till att 47 utländska investeringar etablerades i Sverige. Dessa investeringar bidrog till 1 727 planerade jobb första verksamhetsåret samt 4,9 miljarder kronor i investeringsvolym.

Även Business Swedens riktade satsningar till små och medelstora svenska företag ger goda effekter. De utvärderingar som analysinstitutet Damvad gör av de senaste årens verksamhet visar att företag som får råd av oss i Småföretagsprogrammet har 30% högre exportomsättning, 9% högre överlevnadsgrad och anställer 7% fler medarbetare tre år efter deltagandet jämfört med en kontrollgrupp bestående av företag som inte tagit del av Business Swedens stöd. Hos företag utan tidigare erfarenhet av exportverksamhet ökar sannolikheten att företaget i fråga bedriver exportverksamhet med 18% tre år efter deltagandet. Den ökade ekonomiska aktiviteten i företagen ger också samhällsekonomiska effekter. Tre år efter deltagandet motsvarar den ökade ekonomiska aktiviteten hos samtliga deltagande företag i Småföretagsprogrammet en ökning av omsättningsnivåer på 15,6 miljarder kronor, 9 000 skapade jobb, och 1,66 miljarder kronor i skatteintäkter.

Likasa uppvisade våra riktade främjarinsatser under året ett tydligt bidrag till samhälls-ekonomi där de strategiska satsningarna för att svenska företag ska vinna de allra största globala affärerna bidrog till närmare 8 miljarder kronor i affärsvärde till svenska bolag och

många nya arbetstillfällen under 2021. Sedan starten 2016 har svenska bolag vunnit affärer värda runt 70 (50) miljarder kronor, varav 28 (20) miljarder kronor i värde som tillfallit svenska bolag inom koncernen.

De goda resultaten och det nära kundsamarbetet bidrar också till en fortsatt hög kännedom för varumärket Business Sweden. 83% av vår målgrupp känner till oss; och 50% (50) har en positiv bild av Business Sweden. Dessutom är både kunder och medarbetare positiva, med ett kundnöjdhetsindex på 86 (86) och medarbetarnöjdhetsindex på 80 (77).

Efter två år av exceptionella utmaningar inom den internationella handeln återhämtar sig nu världen från pandemin. Business Sweden kommer under året att utveckla sin förmåga att stötta svenska företag i de tre stora trender som påverkar handel och investeringar; 1. De många stora omställningsprogrammen – från Build Back Better i USA till Next Generation EU samt Gati Shakti i Indien; 2. Hantera det snabbt växande intresset för Sverige som investeringsland, inte minst i anslutning till toppmötet Join Sweden i juni; 3. Hantera de utmaningar som det allt mer spända geopolitiska läge medför för handel. I alla de områdena har svenska företag mycket stora möjligheter och Business Sweden en unik chans att bidra till sitt syfte – att bidra till ökad svensk tillväxt och högre sysselsättning genom att underlätta för svenska företag att exportera och internationalisera sin verksamhet, och att stötta utländska investeringar till Sverige.

För att fullt ut lyckas med våra ambitioner kommer några principer vara viktiga. Vi ska fortsätta att globalisera vårt sätt att arbeta så att varje uppdragsgivare alltid får den bästa kunskap som vi besitter, var i världen den än finns. Vi ska bli mer närvarande för mindre företag genom att etablera oss och framför allt verka på fler orter så att vi kan nå företag i hela Sverige. Vi ska bli mer enhetliga i sättet som vi arbetar för att säkerställa kvalitet och kunna hitta unika lösningar där sådana krävs. Och vi ska förenkla processer och effektivisera system för att öka effektiviteten i våra leveranser.

Vårt uppdrag – att underlätta tillväxt och bidra till jobb – har sällan varit mer stimulerande än nu när hela världen står inför en enorm omställning till hållbar utveckling och smart teknik där svenska företags lösningar behövs. Samtidigt har uppdraget heller aldrig varit viktigare än nu, när öppenhet, utbyte och handel dagligen utmanas av protektionism, aggression och stängda gränser.

Stockholm, 24 februari 2022

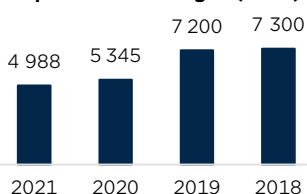
Jan Larsson
VD, Business Sweden

SAMMANFATTNING RESULTAT

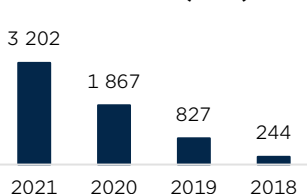
I övergripande form och i enlighet med återrapporteringskraven i riktlinjebeslut för det statliga uppdraget under 2018-2021, resulterade insatserna i det följande. Jämförelsesiffror med tidigare år är inte rakt av jämförbara då vissa tjänster har vidareutvecklats och utvärderingsmetoder förändrats.

GRUNDLÄGGANDE EXPORTSERVICE	2021	2020	2019	2018
Besvarade marknads- och exporttekniska frågor	4 988	5 345	7 200	7 300
Deltagare i exporttekniska webinarier	3 202	1 867	827	244
Besök på de exporttekniska webbtjänsterna	46 700	46 600	97 000	66 000
Rapporterade handelshinder	84	75	52	58
Publicerade rapporter av analysavdelningen	12	13	10	10

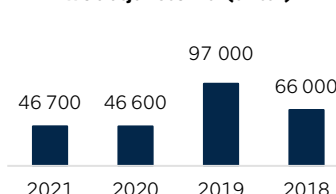
Besvarade marknads- och exporttekniska frågor (antal)



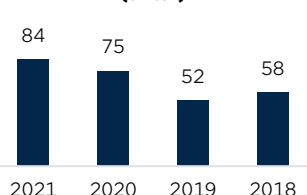
Deltagare i exporttekniska webinarier (antal)



Besök på de exporttekniska webbtjänsterna (antal)



Rapporterade handelshinder (antal)

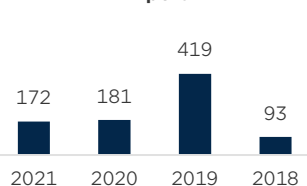


Publicerade rapporter av analysavdelningen (antal)

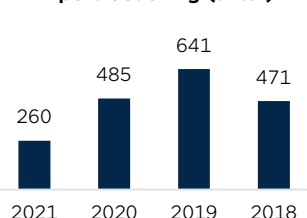


SMÅFÖRETAGSPROGRAMMET	2021	2020	2019	2018
GoGlobal / Online Steps to Export	172	181	419	93
Export Coaching	260	485	641	471
Export Project	168	172	198	195
Catalystprojekt	30	30	30	30
"Förväntar sig göra nya affärer"	79%	70%	66%	71%
"Har gjort affärer"	32%	43%	35%	44%

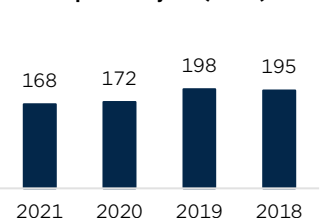
GoGlobal / Online Steps to Export



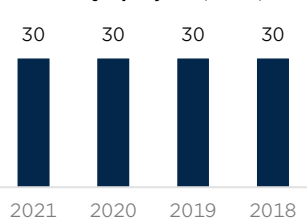
Export Coaching (antal)



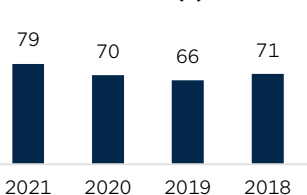
Export Project (antal)



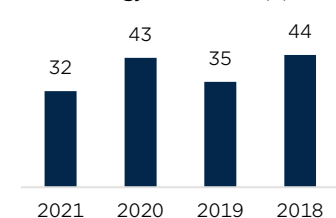
Catalystprojekt (antal)



"Förväntar sig göra nya affärer" (%)



"Har gjort affärer" (%)

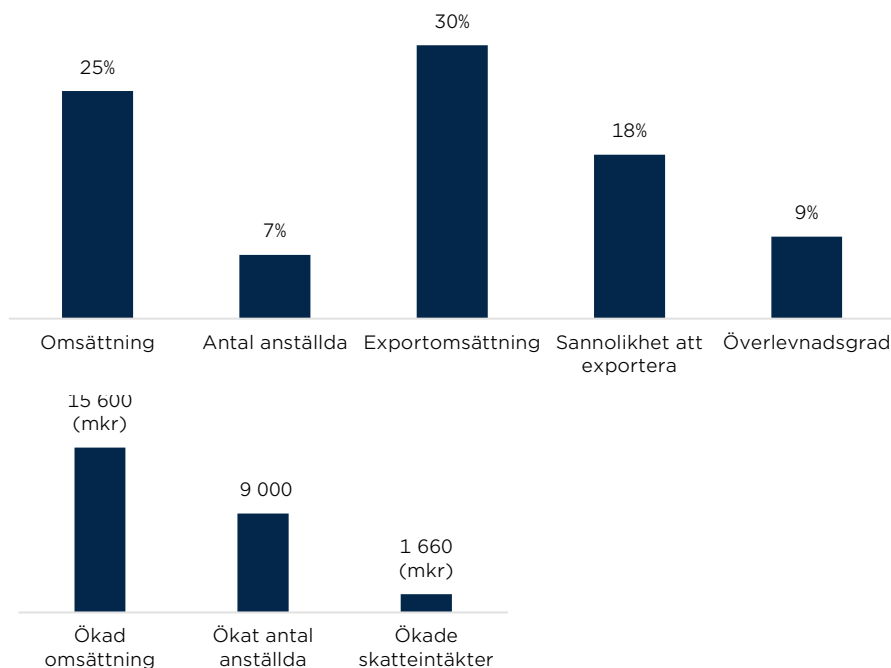


EFFEKTUTVÄRDERING SMÅFÖRETAGSPROGRAMMET 2011-2019*

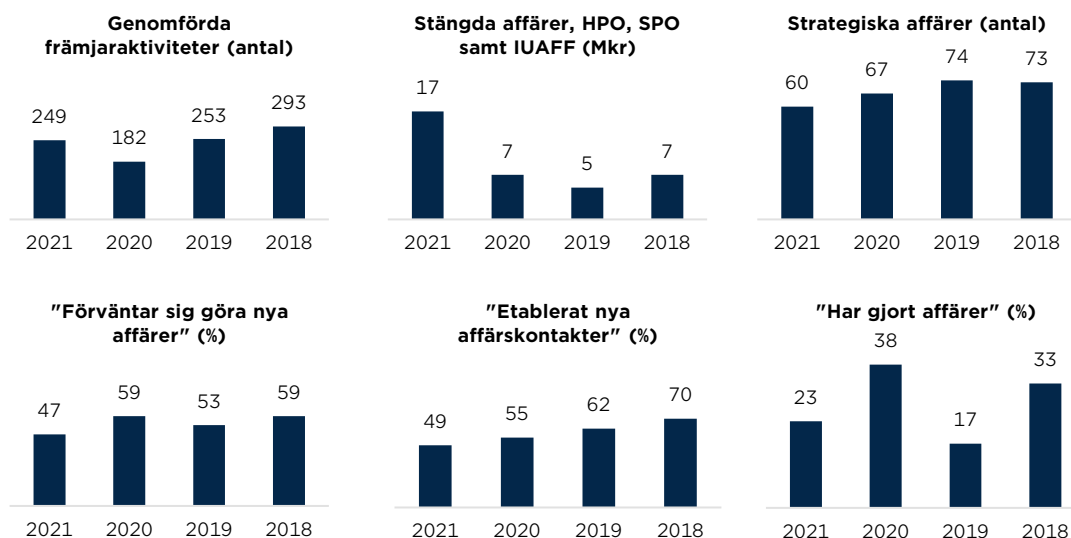
I jämförelse med en kontrollgrupp hade de företag som deltagit i programmet:

Tre år efter deltagandet motsvarar den ökade ekonomiska aktiviteten hos de deltagande företagen:

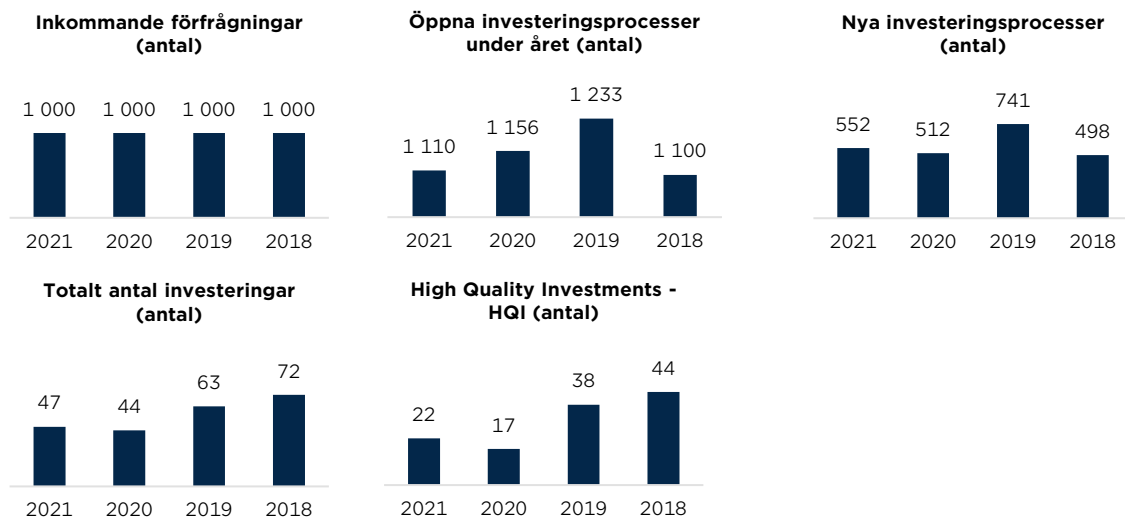
Ökat sina omsättningsnivåer	25%	Ökning av omsättningsnivåer	15 600 Mkr
Ökat antal anställda	7%	Den ökade ekonomiska aktiviteten i	
Ökat exportomsättning	30%	företagen medför även spridningseffekter:	
Sannolikhet att exportera	18%	Skapade arbetstillfällen	9 000
Högre överlevnadsgrad	9%	Skapade skatteintäkter	1,66 Mkr



RIKTAT EXPORTFRÄMJANDE	2021	2020	2019	2018
Genomförda främjaraktiviteter i marknaderna	249	182	253	293
Stängda affärer (HPO, SPO samt IUAFF) Mkr	17	7	5	7
Strategiska affärer	60	67	74	73
"Förväntar sig göra nya affärer"	47%	59%	53%	59%
"Etablerat nya affärskontakter"	49%	55%	62%	70%
"Har gjort affärer"	23%	38%	17%	33%



INVESTERINGSFRÄMJANDET	2021	2020	2019	2018
Inkommande förfrågningar	1 000	1 000	1 000	1 000
Öppna investeringsprocesser under året	1 110	1 156	1 233	1 100
Nya investeringsprocesser	552	512	741	498
Totalt antal investeringar	47	44	63	72
High Quality Investments (HQI)	22	17	38	44

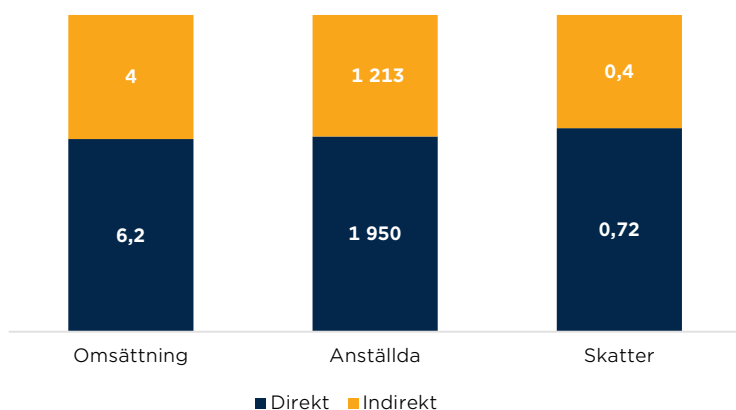


EFFEKTUTVÄRDERING INVESTERINGSFRÄMJANDET 2009-2020

Studien avgränsas till 228 nyetableringar som skett under perioden 2009-2020. Totalt antal investeringar under perioden är ca 800 st. 2 år efter etablering i Sverige beräknas dessa nyetableringar skapa:

Direkt skapade jobb	1 950	Indirekt skapade jobb	1 200	Totalt skapade jobb	3 200
Direkt omsättning	6 200 Mkr	Indirekt omsättning	4 000 Mkr	Total omsättning	10 200 Mkr
Direkta skatteintäkter	700 Mkr	Indirekta skatteintäkter	400 Mkr	Totala skatteintäkter	1 100 Mkr

Skapade värden på samhällsnivå två år efter nyetablering



1 BUSINESS SWEDENS VERKSAMHET OCH DE STATLIGA UPPDRAGEN

Business Swedens uppgift är att stimulera ekonomisk tillväxt och sysselsättning genom att stödja och främja svensk export och internationalisering samt utländska företagsinvesteringar i Sverige eller samarbeten med svenska företag som tillför kapital, kompetens och marknader till det svenska näringslivet.

(Ur avtalet mellan svenska staten och Sveriges Allmänna Utrikeshandelsförening om Sveriges export- och investeringsråd)

1:1 KORT OM BUSINESS SWEDEN

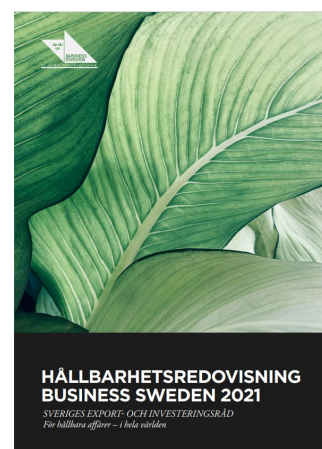
Business Sweden bildades den 1 januari 2013 genom en sammanslagning av Exportrådet och Invest Sweden. Organisationen har två huvudmän, svenska staten och det svenska privata näringslivet. Staten representeras av Utrikesdepartementet och näringslivet av Sveriges Allmänna Utrikeshandelsförening (SAU). Uppdraget från huvudmännen är att stimulera ekonomisk tillväxt och sysselsättning genom att stödja och främja svensk export och internationalisering samt utländska företagsinvesteringar i Sverige eller samarbeten med svenska företag som tillför kapital, kompetens och marknader till det svenska näringslivet.

Business Sweden ska enligt avtalet ha institutionell närvaro på utländska marknader för att hjälpa svenska företag att öka sin export i utlandet och för att öka utländska investeringar i Sverige. Business Sweden ska även ha egen regional närvaro i Sverige eller på annat sätt stödja och samverka med företag och andra lokala och regionala aktörer. Business Sweden ska samarbeta med andra aktörer, som med offentliga medel genomför eller låter genomföra export- eller investeringsfrämjande insatser.

Business Sweden är etablerat med 42 kontor i 37 länder och samarbetar där med svenska ambassader, konsulat, handelskamrar samt andra lokala nätverk till gagn för svensk internationalisering. I Sverige finns Business Sweden på fyra orter (Malmö, Göteborg, Stockholm och Luleå). Sammantaget arbetade i medeltal 427 personer vid Business Sweden under 2021.

Business Sweden leds av en styrelse som består av minst åtta ledamöter. Hälften av ledamöterna utses av regeringen, den andra hälften av Sveriges Allmänna Utrikeshandelsförening (SAU). Styrelsen utser inom sig ordförande och vice ordförande. Beslut i övergripande frågor om verksamheten fattas av parterna representerade i ett representantskap. Till representantskapet ska vardera parten utse högst fyra ledamöter, däribland statssekreteraren med ansvar för utrikeshandelsfrågor och ordföranden i SAU. Sammanträde i representantskapet ska hållas minst en gång per år. Styrelsen och VD avger årligen en årsredovisning. Business Sweden publicerar även en årlig hållbarhetsredovisning. Hållbarhetsrapport och årsredovisning finns tillgängliga på www.business-sweden.com.

Business Swedens verksamhet finansieras i huvudsak genom statliga medel, intäkter från företags- och organisationskunder i den marknadsprissatta konsultverksamheten, företagsintäkter från statligt delfinansierade tjänster i exportfrämjandet, övrig finansiering från särskilda uppdrag samt det årliga bidraget från Svenskt Näringsliv. Kombinationen av det statliga uppdraget och de konsulttjänster som erbjuds företag på marknadsmässiga villkor gör att Business Sweden kan möta behoven från svenskt näringsliv i alla faser av internationaliseringsprocessen oavsett företagsstorlek.



Det statliga uppdraget är en förutsättning för Business Sweden att erbjuda och utföra de privata konsultuppdragen. På samma vis förstärker de företagsspecifika uppdragen det statliga uppdraget då de möjliggör en större närvaro på utlandsmarknaderna vilket är till nytta för både den exportfrämjande och den investeringsfrämjande verksamheten.

1:2 STATLIGA UPPDRAG

OM UPPDRAGET FÖR EXPORT- OCH INVESTERINGSFRÄMJANDE VERKSAMHET

Riksdagen beslutar om anslagen 2:3 Exportfrämjande verksamhet och 2:4 Investeringsfrämjande, utgiftsområde 24, för det kommande budgetåret. Regeringen meddelar därefter bestämmelserna för anslagen i regleringsbrev till Kammarkollegiet som ansvarar för utbetalning av medlen. Regeringen delger därpå Business Sweden beslutet genom att ange de riktlinjer inklusive budgetmedel som reglerar den statliga delen av den export- respektive investeringsfrämjande verksamheten vid Business Sweden för det kommande året.

Enligt riktlinjerna ska Business Sweden årligen redovisa och kommentera det gångna årets genomförande och utfall i de statliga uppdragen i förhållande till vad som angetts i riktlinjerna (denna skrivelse). Business Sweden ska därtill tertialvis eller enligt överenskommelse göra en avstämning med Utrikesdepartementet med fokus på de statliga uppdragen och samarbetet mellan Utrikesdepartementet och Business Sweden. Därutöver och i syfte att kontinuerligt driva och avpassa verksamheten för det statliga uppdraget har Utrikesdepartementet och Business Sweden en stående och nära dialog. Business Sweden samråder också med Utrikesdepartementet avseende utformningen av olika tilläggsuppdrag från övriga delar av Regeringskansliet och andra offentliga aktörer. Den avstämningen görs för att säkerställa att utformningen av dessa tilläggsuppdrag motsvarar huvuduppdragsgivarens förväntningar och är i linje med Business Swedens uppgift och verksamhet.

UPPDRAGET AVSEENDE EXPORTFRÄMJANDE VERKSAMHET

Regeringens årsuppdrag till Business Sweden inom den exportfrämjande verksamheten syftar till att stärka svenska företags export och expansion i utlandet och därmed bidra till ökad, sysselsättning och hållbar tillväxt i hela landet genom ökad export. Årsuppdraget för 2021 avseende exportfrämjande verksamhet omfattar följande tre verksamhetsområden:

- **Grundläggande exportservice**
- **Småföretagsprogram**
- **Riktat exportfrämjande**

Därtill har Business Sweden tilldelats ett antal ytterligare uppdrag via ändringsbudgetar. Dessa insatser och resultat redovisas i respektive resultatavsnitt nedan.

UPPDRAGET AVSEENDE INVESTERINGSFRÄMJANDE VERKSAMHET

Regeringens årsuppdrag till Business Sweden avseende investeringsfrämjande verksamhet syftar till att attrahera och underlätta utländska ny- och expansions-investeringar i Sverige och därmed bidra till ökad sysselsättning och hållbar tillväxt i hela landet genom ökade investeringar.

PROGRAMLEDNING – STYRNING, UPPFÖLJNING OCH ÅTERRAPPORTERING

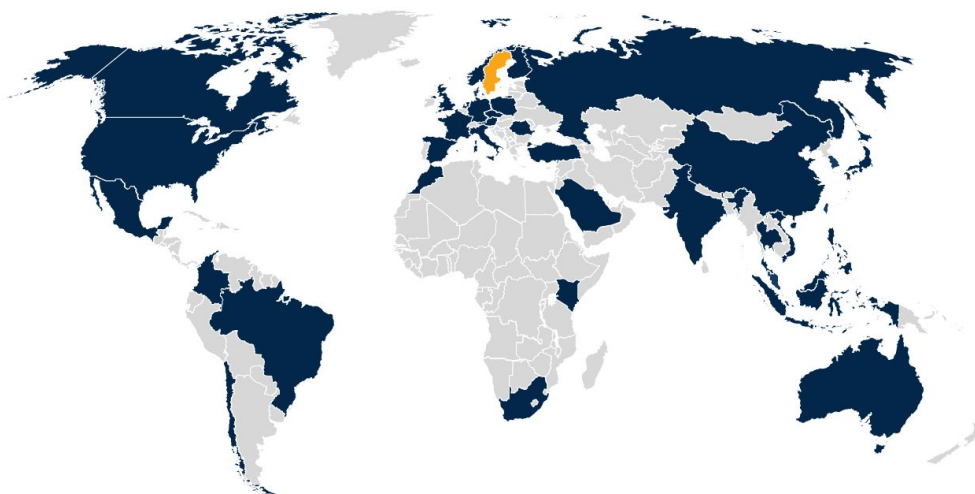
Arbetet med att utveckla, styra, följa upp och återrapportera Business Swedens statliga uppdrag leds av en Stockholmsbaserad programledning. För att säkerställa och underlätta uppdragets genomförande och återrapportering av de tjänster som utförs inom det statliga uppdraget tas instruktioner fram och kommuniceras inom Business Sweden.

1:3 NÄRVARO PÅ UTLANDSMARKNADER/ INSTITUTIONELL NÄRVARO

Utlandsverksamheten är starkt prioriterad inom ramen för de statliga uppdragen. Utlandskontoren har en central roll i att hjälpa svenska företag att öka sin export, expandera i utlandet och öka utländska investeringar i Sverige.

(Riktlinjer för Business Swedens statliga uppdrag)

Under 2021 bedrev Business Sweden sin verksamhet med i genomsnitt 427 (444) anställda vid 42 (42) kontor på 37 (37) utlandsmarknader samt vid 4 (4) kontor i Sverige (Stockholm, Göteborg, Malmö och Luleå), se tabell 1. Business Sweden ser kontinuerligt över utlandsnärvaron i syfte att driva en ändamålsenlig och efterfrågad verksamhet. För att underlätta utbytet av resurser mellan existerande kontor och på marknader där Business Sweden inte har en fysisk närvaro, har kontor grupperats samman i marknadsområden där det bedöms behövas för att stötta svenska företag.



EUROPA	1	Stockholm	Sverige	AMERICA	24	Toronto	Kanada	
	2	Göteborg	Sverige		25	Mexico City	Mexiko	
	3	Malmö	Sverige		26	Chicago	USA	
	4	Luleå	Sverige		27	New York	USA	
	5	Helsingfors	Finland		28	San	USA	
	6	Oslo	Norge		29	Santiago	Chile	
	7	Köpenhamn	Danmark		30	Sao Paulo	Brasilien	
	8	Paris	Frankrike		31	Bogota	Colombia	
	9	Milano	Italien		APAC	32	Delhi	Indien
	10	Madrid	Spanien			33	Bangalore	Indien
	11	London	Storbritannien			34	Bangkok	Thailand
	12	Berlin	Tyskland			35	Singapore	Singapore
	13	Wien	Österrike			36	Jakarta	Indonesien
	14	Haag	Nederländerna			37	Hanoi	Vietnam
	15	Warszawa	Polen			38	Kuala	Malaysia
	16	Prag	Tjeckien			39	Manilla	Filippinerna
	17	Moskva	Ryssland			40	Beijing	Kina
MEA	18	Casablanca	Marocko	41		Shanghai	Kina	
	19	Dubai	UAE	42	Hongkong	Kina		
	20	Riyadh	Saudiarabien	43	Taipei	Taiwan		
	21	Johannesburg	Sydafrika	44	Seoul	Sydkorea		
	22	Nairobi	Kenya	45	Tokyo	Japan		
	23	Istanbul	Turkiet	46	Sydney	Australien		

Tabell 1. Länder där Business Sweden har kontor per den 31 december 2021.

1:4 INTÄKTER OCH FINANSIERING

För årsuppdraget avseende export- och investeringsfrämjande till Business Sweden har följande anslag beräknats: 266 500 000 kronor till exportfrämjande verksamhet och 67 772 000 kronor i grunduppdrag till investeringsfrämjande, samt 25 000 000 kronor i tilläggsuppdrag som engångssatsning, också för investeringsfrämjande. Årsuppdraget för exportfrämjande avser respektive områden: *Grundläggande exportservice* 107 500 000 kronor, *Småföretagsprogram* 78 000 000 kronor och *Riktat exportfrämjande* 81 000 000 kronor.

(Riktlinjer för Business Swedens statliga uppdrag)

BUSINESS SWEDENS INTÄKTER

Business Swedens intäkter består av upparbetade medel från de statliga grunduppdragen samt från andra statliga uppdrag, myndigheter och statliga aktörer samt intäkter från företag. Företagsintäkterna består av medel från företagskunder i den marknadsprissatta konsultverksamheten, företagsintäkter från statligt delfinansierade tjänster i exportfrämjandet, finansiering från övriga uppdrag samt det årliga bidraget från Svenskt Näringsliv. Medel intäktsförs från och med att ett projekt har inletts och i takt med att arbetet genomförs.

Business Swedens totala intäkter under 2021 uppgick till 712 miljoner kronor. Det motsvarar en intäktsökning om 7% från fjolåret (663 miljoner kronor). De statliga grunduppdragen utgjorde 48% (52) av intäkterna. Tillsammans med de övriga statliga tilläggsuppdragen utgjorde de 56% (57) av intäkterna. Andelen av intäkterna för de statliga uppdragen inklusive företagsintäkter från statligt delfinansierade tjänster samt intäkter från Svenskt Näringsliv uppgick till 60% (63).

	2021	2020	2019
Det statliga uppdraget Exportfrämjande	265	281	296
Grundläggande exportservice	108	105	121
Småföretagsprogram	77	84	82
Riktat exportfrämjande	80	92	92
Det statliga uppdraget Investeringsfrämjande	78	66	80
Investeringsfrämjande	77	65	73
Intäkter från partners och staten	1	1	7
Övriga uppdrag regering, departement och andra statliga aktörer	60	55	91
Exportuppdrag inom ramen för livsmedelsstrategin	19	19	30
Uppdrag från UD FH avseende projektexport	10	10	19
Övriga särskilda uppdrag från Regeringskansliet	1	1	1
Uppdrag från myndigheter och andra statliga aktörer	30	25	42
Svenskt Näringsliv	9	9	9
Företagsintäkter	300	251	320
Privat andel av delvis statligt finansierade tjänster och program	45	33	69
Ej statligt finansierade tjänster	255	219	251
Totalt	712	663	796

Tabell 2. Fördelningen mellan Business Swedens intäktskällor (mkr)

Intäkter exportfrämjandet

Det statliga exportfrämjande uppdraget exklusive medfinansiering från företag fördelades under 2021 vid Business Swedens utlandskontor enligt tabell 3 nedan. Beloppen omfattar de tre verksamhetsområdena inom exportfrämjandet: *Grundläggande exportservice*, *Småföretagsprogrammet* och *Riktat exportfrämjande*. Av de totala intäkterna inom den exportfrämjande verksamheten om 265 miljoner kronor fördelades och projektsattes 170 miljoner kronor till verksamheten vid utlandskontoren och 95 miljoner kronor till verksamheten i Sverige. För enskilda marknader kan intäkterna variera från år till år beroende på intäkter av engångskaraktär såsom större delegationer eller andra omfattande projekt. Företagens efterfrågan från tidigare år påverkar också landets tilldelning av medel för innevarande år.

MARKNAD	2021	2020	2019	MARKNAD	2021	2020	2019
Australien	2 960	4 361	3 406	Mexiko	3 213	3 955	3 875
Baltikum	0	709	1 413	Nederländerna	3 970	3 052	3 145
Brasilien	3 897	4 264	5 903	Norge	1 901	2 561	1 815
Chile	2 476	2 148	2 108	Polen	3 086	3 896	5 028
Colombia	2 300	3 306	2 077	Ryssland	2 883	3 067	3 131
Danmark	2 493	2 550	2 194	Saudiarabien	2 288	2 482	2 566
Filipinerna	2 116	3 585	3 127	Singapore	8 213	4 713	3 929
Finland	1 871	2 468	1 817	Spanien	2 875	3 050	2 902
Frankrike	3 088	3 751	3 177	Storbritannien	7 125	5 643	6 346
Förenade Arabemiraten	8 929	7 123	6 049	Sydafrika	10 032	4 426	3 289
Indien	16 784	13 780	10 411	Sydkorea	3 835	3 885	4 068
Indonesien	4 076	4 094	3 750	Taiwan	2 138	3 360	2 821
Iran	0	276	459	Thailand	1 722	2 235	2 012
Italien	4 621	4 944	4 157	Tjeckien	1 851	2 870	1 880
Japan	5 218	5 860	6 433	Turkiet	2 198	2 530	2 784
Kanada	2 645	2 646	2 112	Tyskland *inkl. Hannover	7 828	7 109	16 821*
Kenya	4 634	4 736	4 574	Ungern	0	309	496
Kina inkl. Hongkong	8 521	9 513	11 027	USA	15 984	13 023	11 121
Malaysia	1 916	2 006	2 363	Vietnam	2 413	3 043	3 187
Marocko	3 739	3 554	3 077	Österrike	3 770	3 810	2 843
				Totalt	169 609	164 691	163 692

Tabell 3. Fördelning av intäkter för årsuppdraget Exportfrämjande per marknad 2021 (tkr)

Intäkter investeringsfrämjandet

Upparbetade intäkter från det statliga uppdraget för investeringsfrämjandet inklusive medfinansiering från partners och staten fördelades på investeringsområden respektive region enligt tabell 4 nedan.

INVESTERINGSOMRÅDE	APAC	Americas	EMEA	Sverige	Invest Totalt
Smart Industry	495	838	1 165	2 480	4 978
New Materials	6 987	1 805	1 000	4 369	14 161
Smart Energy	464	704	1 877	2 055	5 100
Smart Transportation	1 065	1 292	3 582	3 099	9 038
Life Science	1 630	2 147	1 680	2 520	7 977
Digital Technologies	4 309	3 070	872	4 295	12 546
Creative Industries	760	166	116	2 289	3 331
Expand & Retain	0	0	0	1 638	1 638
High Potential Investments (HPI)	754	0	600	1 200	2 554
Basic Invest Service (BIS)	1 098	281	595	1 000	2 974
Other - No specific Business Area	1 813	542	973	4 330	7 658
Join Sweden	0	0	0	1 425	1 425
Communication	0	0	0	4 636	4 636
Total 2021	19 375	10 845	12 460	35 336	78 016
<i>Total 2020</i>	<i>18 387</i>	<i>9 058</i>	<i>8 861</i>	<i>29 122</i>	<i>65 428</i>
<i>Total 2019</i>	<i>20 644</i>	<i>10 469</i>	<i>8 667</i>	<i>40 302</i>	<i>80 082</i>

Tabell 4. Fördelning av intäkter för årsuppdraget Investeringsfrämjande per marknad och investeringsområde 2021 (tkr)

STATENS FINANSIERING AV DE STATLIGA UPPDRAGEN

Statens samlade finansiering för årsuppdraget via det årliga riktlinjebeslutet för export- respektive investeringsfrämjande verksamhet, vid Business Sweden under 2021, var 359 272 000 (334 272 000) kronor. Till 2021 års finansiering tillkommer den utgående balansen från föregående år. Utgående balanser uppstår som ett resultat av att projekt och finansiering har inkommit under verksamhetsåret och har av interna eller externa skäl inte hunnit projektsättas och levererats fullt ut under budgetåret, alternativt att uppdraget löper över flera år. Detta medför att intäkter i tabell 2 ovan (Fördelningen mellan Business Swedens intäktskällor) skiljer sig från de medel staten finansierade för den export- och investeringsfrämjande verksamheten under 2021. Tabell 5 nedan redogör för ingående balans, erhållen finansiering, upparbetade intäkter respektive utgående balans 2021. Detta illustrerar Business Swedens medelshantering och periodisering av intäkter.

IB, Ingående balans 2021-01-01	EXPORT- FRÄMJANDET	INVESTERINGS- FRÄMJANDET	ÖVRIGA STATLIGA UPPDRAG	SVENSKT NÄRINGS- LIV	SUMMA
IB, Ingående balans 2021-01-01	47	17	6	0	70
+ Erhållen finansiering	267	92	30	9	398
+ Erhållen finansiering via ändringsbudget	10	0	0	0	10
Total statlig finansiering 2021	324	109	36	9	478
- Upparbetade intäkter från staten, 2021	-265	-77	-30	-9	-381
- Återbetald finansiering till staten	0	0	-1	0	-1
UB, Utgående balans 2021-12-31	59	32	5	0	96

Tabell 5. Ingående balans, erhållen finansiering, upparbetade intäkter samt och utgående balanser (mkr)

FINANSIERING AV ÖVRIGA REGERINGSUPPDRAG

Utöver den finansiering som Business Sweden erhåller från staten för genomförande av de statliga grunduppdragen, tilldelas Business Sweden tilläggsuppdrag från regeringen. För 2021 uppgick dessa tilläggsuppdrag till 30 miljoner kronor (34 miljoner kronor). Översikt av dessa uppdrag redovisas separat i Bilaga 1 – Regerings- och Regerings-kansliuppdrag 2021.

2 DEN EXPORTFRÄMJANDE VERKSAMHETEN

2:1 INLEDNING

Årsuppdraget till Business Sweden inom den exportfrämjande verksamheten syftar till att stärka svenska företags internationalisering och därmed bidra till ökad export, sysselsättning och hållbar tillväxt i hela Sverige.

(Riktlinjer för Business Swedens statliga uppdrag)

Det statliga uppdraget till Business Sweden inom den exportfrämjande verksamheten är indelat i tre verksamhetsområden med specifika tjänster:

- **Grundläggande exportservice**
Förfrågningar och information, exportteknisk rådgivning, utbildningar och seminarier, webb och nättjänster, rapportering av handelshinder, generellt näringslivsfrämjande på internationella marknader, analyser och omvärldsbevakning, lokal samverkan och samarbete, institutionell närvaro, programledning m.m.
- **Småföretagsprogram**
Exportrådgivning till små och medelstora företag utförd i Sverige och på utlandskontoren innefattande kompetensutveckling för företag och information om internationella marknader liksom affärsfrämjande insatser på utlandsmarknader samt samverkan med relevanta aktörer inom ramen för den regionala exportsamverkan.
- **Riktat exportfrämjande**
Exportförberedande insatser på internationella marknader, riktade främjandeaktiviteter på utvalda marknader, internationellt upphandlade affärer samt identifiering och bearbetning av strategiska affärer.

I diagrammet nedan visas en översikt av hur intäkterna för de tre verksamhetsområdena fördelades på olika delområden under 2021:

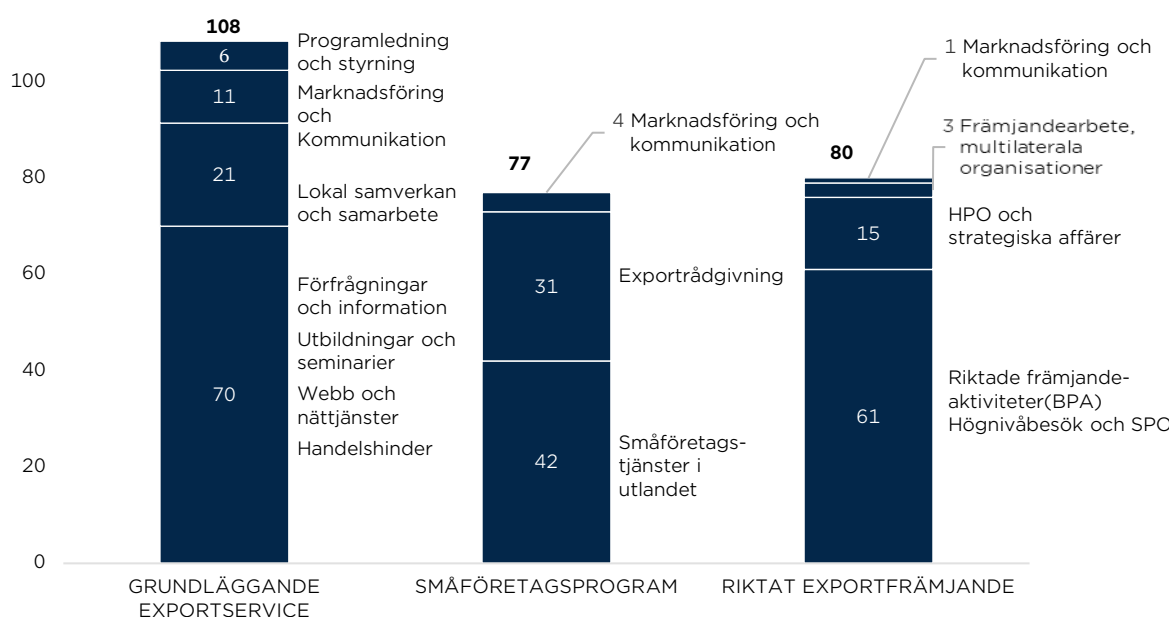


Bild 1. Intäkter för uppdragets tre verksamhetsområden inom exportfrämjande 2021 (mkr)

2:2 GRUNDLÄGGANDE EXPORTSERVICE

Business Sweden ska tillhandahålla *Grundläggande exportservice* omfattande; förfrågningar och information, exportteknisk rådgivning, utbildningar och seminarier, webb och nättjänster, handelshinder, analyser och omvärldsbevakning, lokal samverkan och samarbete, institutionell närvaro, programledning m.m.

(Riktlinjer för Business Swedens statliga uppdrag)

Det statliga uppdraget till Business Sweden avseende *Grundläggande exportservice* utförs vid utlandskontoren och i Sverige. Verksamheten och tjänsterna vänder sig till företag, särskilt små och medelstora, men även till andra intressenter inom export och internationalisering. Verksamheten syftar till att öka kunskapen hos svenska företag om förhållanden och möjligheter på internationella marknader i syfte att stimulera dem till att utnyttja sin och marknadens potential.

FÖRFRÅGNINGAR OCH INFORMATION, EXPORTTEKNISK RÅDGIVNING, UTBILDNINGAR OCH SEMINARIER

Business Sweden erbjuder inom ramen för det statliga uppdraget grundläggande marknadsinformation och exportteknisk rådgivning. Verksamhet sker genom att svara på frågor från företagen, identifiera affärsmöjligheter för svenska företag samt producera faktamaterial om marknader, branscher och specifika ämnesområden. Rådgivningstjänsterna är avgiftsfria och erbjuds av såväl huvudkontoret i Stockholm som av Business Swedens utlandskontor. Rapporter och studier görs tillgängliga på Business Swedens webbplats. Prioriterade frågeställare är svenska företag som exporterar eller ska etablera sig utomlands. Förfrågningarna inkommer till Business Sweden per telefon, e-post samt frågeformulär och chat via webbsidan. Förfrågningar besvaras normalt inom 24 timmar.

Förutom rådgivning vid direktkontakt hänvisas företagen till Business Swedens digitala guider, och FAQ-tjänster. Dessa tjänster utvecklas kontinuerligt för att företagen själva ska kunna finna den information de behöver snabbt och enkelt. Det innebär att den personliga rådgivningsverksamheten kan fokusera på mer komplexa frågeställningar. Därutöver genomförs ett antal kurser i exportregler.

Totalt registrerades 4 988 (5 345) inkommande marknads- och exporttekniska frågor under 2021. Frågor som inkommer till Avdelningen för exportteknik vid Stockholmskontoret utgör 62% (60) av den totala mängden registrerade inkommande frågor under 2021. Totalt minskade antal registrerade frågor med 7% varav frågor till Avdelningen för exportteknik vid Stockholmskontoret minskade med 4% och frågor till utlandskontoren med 10%.

Komplexiteten och riskerna inom den internationella handeln fortsätter att öka för de enskilda företagen. Många frågor har berört det fraktkaos som råder med brist på containrar och kraftigt ökade fraktkostnader. Företagen har kontaktat Business Sweden då de drabbats av utestående förfallna fordringar när centralbanken i importlandet ställt in betalningar i USD eller EUR. EKN har också nedgraderat flera länder p.g.a. högre risker.

Även frågor kopplade till leverantörsdeklarationer har varit ett stående inslag under 2021. Det är allt viktigare för företagen att säkra sina leveranskedjor ur ett frihandelsperspektiv. Inte minst brexit har medfört att många företag som säljer till Storbritannien kräver leverantörsdeklarationer från sina underleverantörer inom EU, däribland svenska företag.

Ett flertal länder, däribland Saudiarabien och Egypten, har infört komplicerade tull- och/eller produktkravförfaranden som tvingar exporterande företag till omfattande registrering.

Andra frekventa frågeställningar under 2021 rörde EU:s nya momsregler, frihandelsavtalet mellan Storbritannien och EU liksom Kinas krav på att företag som exporterar livsmedel till den kinesiska marknaden måste genomgå en omfattande registreringsprocess. Många företag har också hört av sig till Business Sweden med anledning av att vissa banker som ett led i sina insatser mot penningtvätt beslutat att stoppa utlandsbetalningar för sina företagskunder till/från drygt 50 länder.

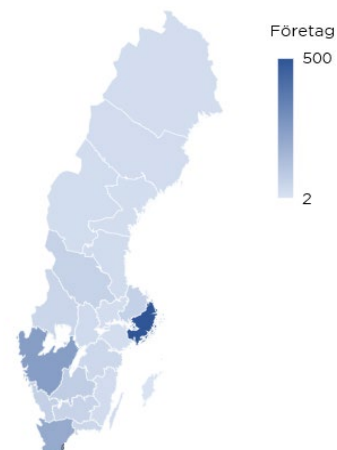


Bild 2. Geografisk fördelning företag* som tagit del av exportrådgivning 2021. Avser frågor från företag som registrerats i Superoffice Service.

*Analysen baseras på ca 1 600 företag som har identifierats av ca 5 000 inkommande frågor.

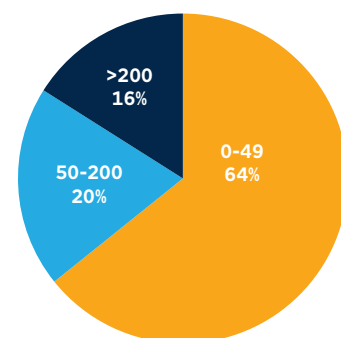


Bild 3. Storleksfördelning företag* (antal anställda) som tagit del av exportrådgivning 2021. Avser frågor från företag som registrerats i Superoffice Service.

*Analysen baseras på ca 1 600 företag som har identifierats av ca 5 000 inkommande frågor.

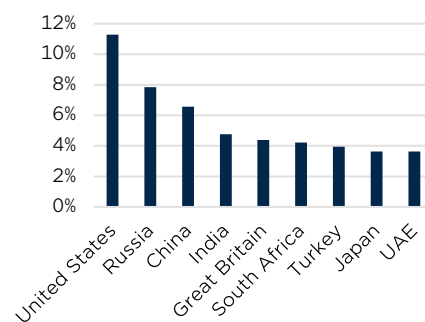


Bild 4. Marknader med flest antal förfrågningar. Avser frågor registrerade i Superoffice Service

Business Sweden arbetar aktivt med att nå ut till företag för att erbjuda exportteknisk rådgivning och för att informera företagen om hur Business Sweden kan stötta dem ytterligare. Under 2021 har totalt 3 202 (1 867) personer deltagit i olika informativa event. Business Swedens exporttekniska rådgivare har deltagit som föreläsare vid 22 (10) olika kostnadsfria externa möten och seminarier, de flesta digitala. Vid dessa tillfällen har Business Sweden nått ut med exportteknisk information till 922 deltagare (410). Som exempel kan nämnas Tulldagarna i Stockholm och Göteborg och ett flertal utbildnings-träffar för livsmedelsföretag. Inom Team Sweden-samarbetet har Business Sweden föreläst om exportfinansiering tillsammans med Almi, EKN och SEK på Linköpings Universitet, Jönköping International Business School och Blekinge Technology Institute. Under året har Business Sweden dessutom genomfört 7 olika events inom temat Internationell e-handel i samarbete med Regional Exportsamverkan i följande regioner: Skåne, Blekinge, Uppsala, Örebro/Mälardalen, Stockholm och Västmanland/Västerås

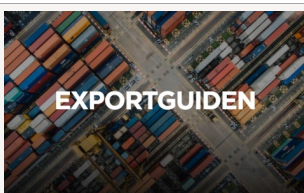
Business Sweden har också arrangerat 13 (16) kostnadsfria exporttekniska webinarier och digitala event för 1 605 (1 067) deltagare. Ämnen som hanterats har t. ex. varit: Nytt frihandelsavtal med Storbritannien, Brexit för e-handlare, Hållbar logistik, Leveransvillkor och risk, PEM-regler och den årligen återkommande Frihandelsdagen.

Business Sweden har som brukligt genomfört utbildningar i praktiskt exportarbete och internationell handel för företag under det gångna året, de flesta digitala men under hösten även som klassrumsutbildning i Business Swedens lokaler. Utbildning sker kring exportdokument, frihandelsregler, leveransvillkor, utlandsbetalningar, finansiering, produktkrav, logistik, transportkunskap, brexit samt e-handel. Dessa utbildningar finansieras helt med avgifter från deltagande företag. Under 2021 har 394 (390) personer deltagit vid dessa utbildningar

Exporttekniska avdelningen har även genomfört 6 större digitala internutbildningar för närmare 300 kollegor under året med anledning av att utmaningar inom de exporttekniska ämnena påverkar samtliga marknader i allt högre grad.

WEBB OCH NÄTTJÄNSTER

Business Swedens nättjänster är verktyg som erbjuds i syfte att svenska exportföretag ska lyckas bättre i sina exportaffärer. Business Sweden erbjuder därför både avgiftsfria och avgiftsbelagda webbtjänster. De avgiftsfria tjänsterna inkluderar Exportguiden, e-handelsguiden och Livsmedelsguiden. Livsmedelsguiden och e-handelsguiden kräver registrering och har tillsammans drygt 3 000 registrerade användare. Bara e-handelsguiden har 2 500 registrerade användare, en ökning med närmare 500 jämfört med föregående år. Exportguiden kräver ingen registrering.



Information om varje exporttekniskt moment med checklistor samt tips och råd om hur man lättast går tillväga i sina exportförberedelser.

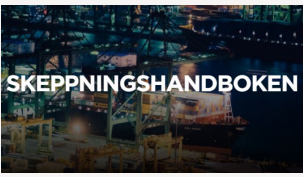



Information om lokala lagar, regler, köpbeteenden och e-handelstrender i 29 länder både inom och utanför EU. Syftet med guiden är att göra det enklare och säkrare för svenska företag att sälja över nätet till kunder i andra länder och därmed få företag att bli framgångsrika globala e-handelsaktörer.



Information om olika länders importreglering, krav på märkning, EU-information och förslag på översättningshjälp. Livsmedelsguiden finansieras inom ramen för tilläggsuppdraget för livsmedellexport.

Business Sweden erbjuder även två avgiftsbelagda webbtjänster inom området exportteknik: Skeppningshandboken och Frihandelsguiden. Guiderna är tidskrävande att hålla uppdaterade och därför finansierade genom prenumerationsavgifter. Innehållet i guiderna gynnar dock fler än bara prenumeranterna då guiderna också används som intern kunskapskälla vid exportteknisk rådgivning.

	<p>Information om allmänna exportregler liksom specifik landinformation om bestämmelser för export till 190 länder. Det finns även information om lämpliga betalningsformer, möjlighet till kreditförsäkringar, finansiering och inkassorutiner i 60 länder.</p>
	<p>Information som företagen behöver för att kunna utnyttja de förmåner som gäller vid export till länder med vilka EU har frihandelsavtal.</p>

Antal besök på de exporttekniska webbtjänsterna (inklusive avgiftsbelagda tjänster) var 46 700 (46 600) under 2021.

HANDELSHINDER

Inom ramen för *Grundläggande exportservice* ska Business Sweden bistå Kommerskollegium och utlandsmyndigheterna med att identifiera och rapportera handelshinder som uppmärksammas. Under 2021 har Business Swedens utlandskontor rapporterat 84 (75) handelshinder. Se tabell 6 nedan för specifikation av antal handelshinder per marknad. Bland de hinder som rapporterats kan nämnas bl.a. dyra och komplicerade import-, test-, registrerings-, märknings-, licens- och certifieringskrav. Även importförbud, höjda tullar, skatter och andra avgifter framkommer i rapporteringen. Med fortsättning även under 2021 noteras även ett antal hinder som har haft direkt koppling till pandemin, dessa rör framförallt inreseförbud för affärsresande och exportförbud av skyddsutrustning och medicinska produkter. Till de branscher som omnämns särskilt ur hinderperspektivet kan räknas livsmedels-, fordons-, läkemedel/medicinteknik, telekom- och transportbranschen.

LAND	2021	2020	2019	LAND	2021	2020	2019
Japan	13	11	4	Marocko	2	3	1
Mexiko	8	2	1	Vietnam	1		
Saudi arabien	8	1	4	Singapore	1		
Ryssland	6	5	1	Brasilien		11	3
Turkiet	6		5	USA		7	7
Kina	6	2	13	Singapore		3	1
Indonesien	5	7		Etiopien		3	
Sydkorea	5	4	1	Kenya		2	
Hongkong	4	1	2	Tunisien		2	
Colombia	4			Norge		2	
Malaysia	3			Australien		1	2
Sydafrika	2	2	1	Elfenbenskusten		1	
Algeriet	2	2	1	Tanzania		1	
Förenade Arabemiraten	2	1		Uganda		1	
Filipinerna	2			Colombia			4
Nigeria	2			Mercosur			1
Taiwan	2						

Tabell 6. Antal rapporterade handelshinder per land

I Business Swedens olika webbguider och som nämnts ovan, såsom Skeppningshandboken och e-handelsguiden, kan företagen få information om de praktiska aspekterna av exportproceduren. Bland annat hanteras där exportrestriktioner, rådande dokument-, produkt- och certifieringskrav liksom tullförhållanden och övriga exportvillkor, både inom och utanför

det som definieras eller rapporteras som handelshinder. Detta innebär att företagen får stöd i en rad handelshinderrelaterade frågor, förutom de handelshinder som årligen rapporteras till Kommerskollegium.

OMVÄRLDSBEVAKNING

I Business Swedens statliga uppdrag ingår att främja en aktuell bild av Sverige i utlandet och som gynnar svenska intressen, samt att bistå Utrikesdepartementet och andra berörda departement med information om svensk exportutveckling. Omvärldsbevakningen är en viktig del i att utbilda och upplysa svenska företag, främst små och medelstora, om händelser, utveckling och trender i omvärlden som påverkar deras möjligheter att öka sin globala försäljning och utländska företag att investera och expandera i Sverige.

Under 2021 har Business Sweden deltagit som talare eller som paneldeltagare i omkring 100 externa aktiviteter. Deltagandet omfattar seminarier, rundabordssamtal, paneldiskussioner och konferenser anordnade av Team Sweden, universitet/forskningsinstitutioner, tanke-smedjor, intresseorganisationer, handelskamrar och näringslivet i Sverige och i utlandet. Business Sweden har i samarbete med Tillväxtverket fortsatt med seminarier serien #GoInterLab. Seminarier serien tar sin utgångspunkt i forskning kring företagens internationalisering. Fokus vid dessa seminarier är att lyfta forskningsresultat, studier och teoretiska modeller relevanta för representanter i främjandeorganisationer. Ett digitalt lunchseminarium modererat av Business Sweden har anordnats under 2021 på temat: "Hastigheten i företagens internationalisering – risker och möjligheter" med 85 registrerade deltagare. Det faktiska on-linedeltagandet är svåruppskattat, då en organisation som deltar med flera deltagare endast registreras som en individ. Seminarierna riktar sig i första hand till aktörer inom regional exportsamverkan men är öppna för alla.

Business Sweden har under 2021 presenterat omvärldsanalyser för Utrikesdepartementet, EKN, SEK, aktörer inom regionala exportsamverkan, Vinnova, Sveriges ambassader och konsulat samt kungahuset. De analyser som Business Sweden tar fram skapar också intresse hos affärspress och medför att Business Sweden efterfrågas som expert inom internationalisering.

Inom ramen för uppdraget utför Business Sweden analyser, enkät- och intervjuundersökningar inom utrikeshandel, utländska direktinvesteringar och internationalisering, liksom analyser av den makroekonomiska utvecklingen och andra globala trender som påverkar affärsklimatet. Nedan redogörs för ett antal av de viktigare analyserna och rapporterna som Business Sweden publicerade under 2021.

Globala Ekonomiska Utsikter

Business Swedens rapport "Globala Ekonomiska Utsikter" presenteras halvårsvis och ger en överblick av utvecklingen på Sveriges viktigaste exportmarknader samt prognoser för svensk export och den ekonomiska tillväxten i olika länder och regioner. Rapporten innehåller en översiktlig analys av den svenska ekonomins utveckling, men med huvudfokus på den makroekonomiska utvecklingen i de tre viktigaste regionerna för svensk export: Europa, Asien och Nordamerika. De stora svenska exportmarknaderna så som Tyskland, USA och Kina analyseras mer djupgående. Rapporten innehåller även ett appendix med de senaste makroekonomiska utfallen och prognoserna för 36 marknader.

Exportchefsindex

Business Swedens "Exportchefsindex" tar temperaturen på svenska exportföretag och fungerar som en viktig konjunkturindikator på svensk export. Resultatet bygger på intervjuer med exportchefer i drygt 200 företag och publiceras fyra gånger per år (februari, maj, augusti och november). Konjunkturinstitutet har i en utvärdering av Exportchefsindex bedömt att dess prognosvärde är robust. Dessutom finns Business Swedens Exportchefsindex med i Statistiska centralbyråns sammanställning av indikatorer om konjunkturläget i Sverige.

Sveriges handel med varor och tjänster

Business Swedens analys av svensk internationell handel visar hur svensk utrikeshandel har utvecklats. Analysen omfattar såväl varor som tjänster och görs per segment och marknad. Analysen görs årligen.



Global export

Business Sweden publicerar rapporten "Global Export" en gång per år. FN:s databas UN Comtrade har använts för att ta fram varuexportssiffror för Sveriges viktigaste exportmarknader. I analysen sätts den svenska exporten i relation till "världsmarknaden", vilken i den här analysen omfattar ett urval av för Sverige viktiga handelspartners. Analysen publicerades i december 2021.

Globala direktinvesteringar

Business Sweden publicerar årligen en rapport om utvecklingen av de internationella direktinvesteringarna (Foreign Direct Investment, FDI). Årets rapport "Krasch och återstart – Direktinvesteringar i den globala och svenska ekonomin" ger facit över förra årets krasch för företagens utländska direktinvesteringar samt berättar om vändningen och uppgången. Därtill ges en framtidsspaning för de tre närmaste åren. Rapporten presenterar statistik över utländska direktinvesteringar i Sverige och direktinvesteringar globalt. Rapporten publicerades i juli 2021.

Global Business Climate Survey 2021

Global Business Climate Survey som lanserades i augusti 2020 är en global analys av resultaten från lokala undersökningar genomförda på 22 marknader i världen. Rapporten är ett komplement till lokala Business Climate Surveys och ger svenska företag som står inför en utlandssatsning en unik inblick i hur affärsklimatet skiljer sig åt i olika regioner.

ÖVRIGA RAPPORTER OCH ANALYSER (URVAL)

Rätt plats för produktion – Industriföretagens vägval på en regionaliserad världsmarknad
Business Swedens rapport "Rätt plats för produktion" analyserar den snabbt stigande trenden mot marknadsnära tillverkning. I rapporten konstateras att kompetens, uppkoppling, hållbarhet och resiliens i produktionskedjan är nyckelfaktorer som spelar in i företagets alltmer komplexa lokaliseringsbeslut. Rapporten publicerades i juni 2021.

Market information

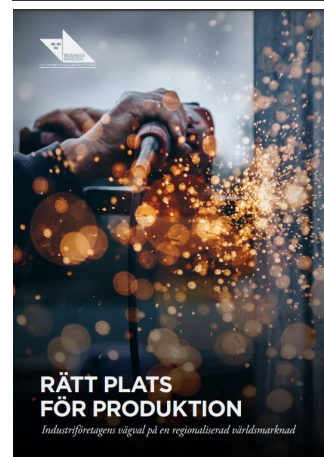
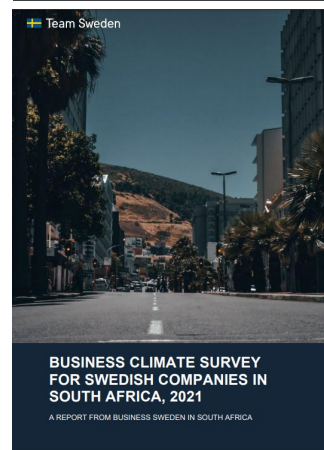
I tillägg till det analysarbete som bedrivs vid Stockholmskontoret, genomförs årligen ett stort antal marknadsspecifika analyser, rapporter, kundcase, verktyg, artiklar m.m. av Business Swedens utlandskontor. Dessa syftar till att hjälpa svenska företag på respektive marknad och analyserna utgör en viktig grund och förutsättning för Business Swedens arbete med att stötta svenska företag på de lokala marknaderna. Informationen finns tillgänglig för svenska företag via hemsidan www.business-sweden.se.

Global Executive Brief

En rapport som sammanfattar pandemins ekonomiska och affärsmässiga effekter för att ge en uppdaterad bild av världsläget. Rapporten är nedbruten per marknad och visualiserar aspekter som nedstängningar, grad av återhämtning, logistikutmaningar och inte minst vilka statligt finansierade investeringar som görs och som därmed utgör affärsmöjligheter för svenska företag. 6 uppdateringar har gjorts och marknadsförts i riktade kommunikationskampanjer i sociala medier och via mailutskick. Produkten har idag cirka 1550 fasta prenumeranter i form av ledande befattningshavare hos företag och andra intressenter.

LOKAL SAMVERKAN OCH SAMARBETE

Inom uppdraget *Grundläggande exportservice* sker även koordinering och samarbete med Utrikesdepartementets geografiska enheter i Stockholm samt med utlandsmyndigheterna. Koordineringen och samverkan avser planering och genomförande av främjandeaktiviteter som exempelvis delegationsresor och besök, mässor liksom allmänt Sverigefrämjande. Dialog och samverkan sker även med andra främjaraktörer såväl lokalt som regionalt i Sverige liksom i utlandet (t.ex. handelskammare) och är också en viktig del i denna verksamhet.



2:3 SMÅFÖRETAGSPROGRAMMET

Business Sweden ska erbjuda avpassat stöd för svenska små och medelstora företags export (*Småföretagsprogrammet*), där Business Sweden ska; i Sverige och utomlands erbjuda små och medelstora företag tjänster som är särskilt anpassade till deras behov och förutsättningar samt samverka med relevanta aktörer inom ramen för den regionala exportsamverkan.

(Riktlinjer för Business Swedens statliga uppdrag)

Inom *Småföretagsprogrammet* erbjuds små och medelstora företag särskilt avpassade tjänster och kompetensutveckling som täcker hela internationaliseringsprocessen; från grundläggande exportinformation till konkret sälj- och marknadsstöd på plats ute på en eller flera utlandsmarknader. Små och medelstora företag omfattas och deltar även i Business Swedens övriga exportfrämjande insatser men *Småföretagsprogrammet* är särskilt utformat för att möta små och medelstora företags utmaningar och möjligheter och riktar sig enbart till dem. Inom Business Swedens övriga exportfrämjande verksamhet deltar de små och medelstora företagen i och tar del av exportteknisk rådgivning, fysiska och digitala utbildningar, analyser och omvärldsbevakning inom ramen för den *Grundläggande exportserVICEN*. Likaså deltar de små och medelstora företagen i och omfattas av främjandet av exempelvis stora strategiska affärer, delegationsresor och mässbesök inom det *Riktade exportfrämjandet*.

Av nedanstående sammanställning framgår det totala antalet genomförda projekt och antal företag som deltagit i insatserna inom *Småföretagsprogrammet* under 2021. En detaljerad beskrivning av tjänsterna följt av resultaten av verksamheten ges under respektive tjänst nedan.

TJÄNST	ANTAL PROJEKT		ANTAL FÖRETAG	
	2021	2020*	2021	2020*
Export Coaching	260	485	260	485
Export Validation	235	170	208	155
Export Project	168	172	147	139
Catalyst	30	30	30	30
Totalt	693	867	645**	809**

Tabell 7. Översikt *Småföretagsprogrammet* 2021. *Siffrorna ej helt jämförbara då nya tjänster ersatt tidigare

**Totalen utgör ej unika företag, då ett företag kan ha tagit del av flera tjänster.

EXPORTRÅDGIVNING

Som ett resultat av medverkan i regeringsuppdraget att med Almi och övriga aktörer inom Team Sweden utveckla den regionala exportsamverkan justerades delar av Business Swedens *Småföretagsprogram* under 2021. För Business Swedens del innebar detta att stödet till små och medelstora företag kom att inriktas mot ett tydligare och starkare stöd i den internationella affären. Vidare innebar detta att den kostnadsfria rådgivningen till små och medelstora företag som tidigare genomförts i Sverige via de regionala exportrådgivarna överfördes till Business Swedens nyformade globala affärsekosystem och coachingen genomfördes både i Sverige och på utlandskontoren. Denna justering genomfördes med syfte att fokusera Business Swedens insatser till det stadie i företagens internationella expansion där Business Swedens kompetens och resurser utnyttjas maximalt i förhållande till övriga Team Sweden aktörer inom den regionala exportsamverkan. Business Swedens roll i den regionala exportsamverkan kom därmed under 2021 att utvecklas mot att än starkare kunna koppla samman företagen med deras affärsmöjligheter i omvärlden. Justeringen genomfördes som en insats för att genomföra uppdraget via ändringsbudgeten 2019 om att i samverkan med Almi utveckla erbjudanden för att möta små och medelstora företags konkreta behov av stöd och potential till internationalisering. Följande fyra exportrådgivande tjänster har erbjudits små och medelstora företag under 2021:

GoGlobal, är Business Swedens sedan mars 2021 nylanserade digitala verktyg och en vidareutveckling efter företagens önskemål av det tidigare digitala verktyget *Online Steps to Export*. *GoGlobal* är kostnadsfritt att använda för företag och organisationer oavsett storlek, men det har framför allt utvecklats med fokus på de mindre produktions- och

tjänsteföretagens förutsättningar och behov. Verktöget finns också att tillgå för övriga Team Sweden aktörer i deras stöd till företagen inom regional exportsamverkan. Verktöget har haft 172 aktiva användare under året. Business Sweden ser över möjligheterna att synliggöra verktöget via kanaler för att nå ut till fler företag.

Export Coaching är rådgivning som utförs av Business Sweden både i Sverige och på utlandskontoren. Rådgivningen är avgiftsfri och syftar till att stödja små och medelstora företag att ta fram en exportplan för deras internationalisering. För att ett företag ska erbjudas *Export Coaching* krävs att de utvalda företagen möter vissa inom tjänsten uppställda krav vad avser ambitioner och resurser för internationalisering. Rådgivningen skräddarsys efter företagets specifika behov. Under 2021 har 350 företag visat intresse för *Export Coaching* var av 260 företag tagit aktiv del av tjänsten.

Leap Coaching är Business Swedens verktyg för att leverera exportrådgivning till start-up/scale-up företag. Insatsen genomförs i grupper om ca fyra företag och består av tre workshops med individuell rådgivning mellan workshoparna. Sammantaget tar en *Leap Coaching* åtta timmar att gå igenom. Totalt har 58 start-up/scale-up företag deltagit i *Leap Coaching* under 2021

Export Validation är Business Swedens exportrådgivning där företagen ges möjlighet att ställa marknadsspecifika frågor. *Export Validation* utförs och levereras av Business Swedens utlandskontor där företag får möjlighet till avgiftsfritt stöd upp till 16 timmar/marknad. Ett företag kan välja att validera flera marknader samtidigt eller en marknad åt gången. Det totala avgiftsfria stödet uppgår till 32 timmar för att validera flera marknader. Totalt har 235(170) *Export Validation* levererats till 208(155) företag under 2021.

I tillägg till de exportrådgivande tjänster som Business Sweden erbjudit små och medelstora företag inom ramen för ordinarie verksamhet för *Småföretagsprogrammet*, erhöll Business Sweden via ändringsbudget 2021 10 miljoner kronor som en engångssatsning för att förstärka den regionala exportrådgivningen i hela Sverige. Med dessa medel påbörjade Business Sweden under hösten en uppbyggnad av en förstärkt och långsiktig regional närvaro i Sverige.

EXPORT PROJECT

Export Project är en tjänst som skräddarsys utifrån företagets specifika behov vad avser en etablering på en eller flera utlandsmarknader. Tjänsten finansieras till hälften av det statliga uppdraget.

Under 2021 genomfördes totalt 168 (172) *Export Projects*. Antalet unika företag som tagit del av tjänsten uppgår till 147 (139). EMEA är den region där flest projekt utförts. De flesta företagen kommer från de svenska regionerna Stockholm, Västra Götaland och Skåne. Inom denna tjänst är tendensen att allt fler företag väljer att undersöka möjligheterna för internationalisering på flera marknader samtidigt.

Export Projects					
Australien	5 (3)	Indonesien	4 (5)	Singapore	4 (3)
Baltikum	0 (1)	Italien	13 (15)	Spanien	4 (5)
NL/Benelux	2 (4)	Japan	9 (13)	Sydafrika	1 (3)
Brasilien	2 (2)	Kanada	4 (2)	Taiwan	5 (4)
Chile	1 (1)	Kenya	2 (2)	Thailand	4 (2)
Colombia	0 (1)	Kina	8 (12)	Tjeckien	3 (7)
Danmark	3 (6)	Korea	8 (5)	Turkiet	0 (0)
Filippinerna	1 (2)	Malaysia	5 (0)	Tyskland	12 (12)
Finland	5 (5)	Mexiko	1 (3)	UK	7 (7)
Frankrike	8 (4)	Norge	2 (3)	USA	8 (7)
Fören. Arabemiraten	5 (1)	Polen	4 (10)	Vietnam	3 (3)
Hongkong	2 (0)	Ryssland	3 (1)	Österrike	10 (5)
Indien	8 (8)	Saudi arabien	1 (3)	Totalt	168 (172)

Tabell 8. Fördelning av Export projekt per land 2021 (2020)

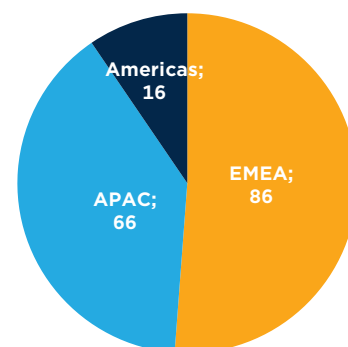


Bild 5. Fördelning av *Export Projects* (antal) per region 2021.

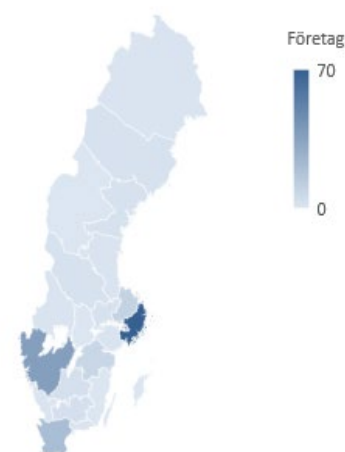


Bild 6. Geografisk fördelning företag som tagit del av *Export Project* 2021

Export Project Multicompany är satsningar där små och medelstora företag erbjuds att i grupp delta i aktiviteter. Det kan röra sig om marknadssatsningar, mässhdeltagande eller delegationer med upp till 50% subvention. Under 2021 har *Export Project Multicompany* genomförts i Kina, Sydkorea, Dubai och USA. I Sydkorea deltog 4 svenska företag på mässan "H2 Mobility & Energy Show". Syftet var att introducera svensk energikompetens med hjälp av de fyra företagen. I projektet "Go-to-China and East Asia Fashion Lifestyle Program" introducerades 8 företag till Kina och den östasiatiska marknaden genom seminarier och lokal rådgivning.

RIKTADE SATSNINGAR MOT START-UPS OCH SCALE-UPS

Därtill har ett antal riktade satsningar gjorts mot start-ups och scale-ups för insatser med fokus på klimat- och miljövänliga lösningar med medel via ändringsbudgeten 2019. Detta har gjorts i samverkan med inkubatorer och science parks.

Catalyst

Catalyst är en tjänst som riktar sig till de mest innovativa tillväxtföretagen som snabbt vill starta sin globala expansion. För att ett företag ska få medverka behöver företaget presentera och få sin affärsidé godkänd av en extern kommitté. Utvalda företag får möjligheten att genomföra ett subventionerat projekt på en utvald marknad. Under 2021 genomfördes totalt 30 (30) *Catalystprojekt*. De flesta företagen kommer från de svenska regionerna Stockholm, Västra Götaland och Skåne.

Catalyst					
Australien	0 (0)	Japan	1 (1)	Sydkorea	0 (0)
Brasilien	0 (0)	Kanada	0 (0)	Singapore	0 (0)
Danmark	2 (1)	Kenya	1 (0)	Tyskland	3 (3)
Finland	0 (0)	Marocko	1 (2)	UK	5 (5)
Frankrike	1 (1)	Mexiko	1 (1)	USA	10 (11)
Fören. Arabemiraten	0 (0)	Nederländerna	2 (2)	Österrike	0 (0)
Hongkong	0 (0)	Norge	1 (1)		
Italien	1 (1)	Polen	1 (1)	Totalt	30 (30)

Tabell 9. Marknader där *Catalystprojekt* har utförts 2021 (2020)

Talangattraktion

Under 2021 har Business Sweden fortsatt med genomförandet av uppdraget att attrahera utländska talanger och entreprenörer inom start-up- och scale-upbolag till Sverige via ett acceleratorprogram. Uppdraget tilldelades Business Sweden i samband med ändringsbudgeten 2019 och avser en pilotsatsning om 6 miljoner kronor under perioden 2020-2022. Uppdraget genomförs i samverkan med Vinnova.

Efter det inledande uppstartsåret (2020) då stora delar av denna satsning kraftigt begränsades av pandemin, har arbetet kunnat påbörjas med större kraft under 2021 och följande projekt har drivits i samverkan med svenska aktörer för att attrahera utländska talanger till svenska start-up och scale-upmiljöer.

MobilityXLab (fokusmarknad Indien). Ett unikt kluster med stor internationell dragningskraft för hållbara transporter har växt fram i Västsverige. Via acceleratorprogrammet har Business Sweden på plats i Indien kunnat bistå *MobilityXlab* med att marknadsföra *MobilityXlab* och kontakta indiska aktörer för att etablera sig vid *MobilityXlab*. Dessa insatser ledde bl.a. till att ansökningarna till *MobilityXlab* ökade med 89%. *MobilityXlab* har även deltagit i de av Business Sweden arrangerade "Sweden Impact Days" samt de av Vinnova arrangerade "Sweden Innovation Days". Båda evenemang med global spridning mot start-upbolag. En dialog pågår nu mellan Business Sweden, Vinnova och *MobilityXlab* för att utveckla detta samarbete under 2022, närmast gentemot den afrikanska kontinenten.

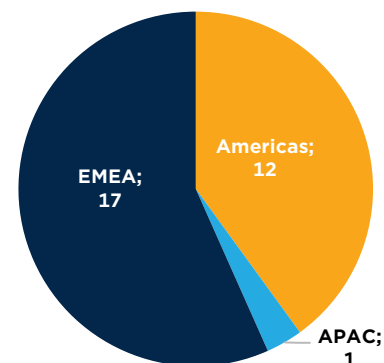


Bild 7. Fördelning av *Catalystprojekt* per region

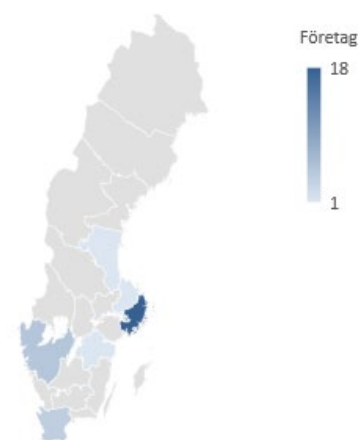


Bild 8. Geografisk fördelning företag som tagit del av *Catalyst* 2021.

AstraZeneca BioVentureHub AB (fokusmarknad Indien) – AstraZeneca BioVentureHub i Mölnlycke möjliggör för talangfulla medtechbolag att skala upp sin verksamhet och samtidigt dra nytta av expertis liksom att visa på nya möjliga arbetssätt. Via acceleratorprogrammet har Business Sweden kunnat bistå AstraZeneca BioVentureHub AB med att via matchmaking event och uppföljande verksamhet i Indien etablera och koppla samman attraktiva internationella industriella start-upbolag med den svenska läkemedels- och bioteknikindustrin, främja investeringar i Sverige samt bygga upp expertis inom uppskalning av start-upbolag inom life science området. Inom ramen för detta arbete har Business Sweden varit i kontakt med över 50 start-upbolag i Indien, där 25 bolag har valt att inleda skarpa dialoger med AstraZeneca BioVentureHub AB om ett kommersiellt partnerskap. AstraZeneca BioVentureHub AB har även deltagit i flera av Business Swedens ”Sweden Impact Days” samt Vinnovas ”Sweden Innovation Days” med global spridning, något som troligen bidrar till fler ansökningar framgent.

STUNS – Testa Center (fokusmarknader Tyskland och Schweiz). Via acceleratorprogrammet har Business Sweden bistått Testa Center vid STUNS i Uppsala att attrahera innovativa utländska små och medelstora life science bolag till Sverige. Fokus sätts i detta projekt på utvalda tyska och schweiziska innovationsbolag. Genom att verka för att dessa bolag etablerar sig vid Testa Center i Uppsala förväntas de kunna skapa intressanta värdekedjor och investeringar i Sverige liksom samarbeten, köp av högkvalificerade tjänster samt stå för värdefull kompetensöverföring. Detta projekt har ännu inte kunnat drivas med full kraft på grund av pandemin men projektet fortsätter under 2022 för att utvecklas mot målsättningarna.

Mälardalens Högskola (fokusmarknad USA). Under 2021 påbörjades ett samarbete med Mälardalens högskola för att attrahera små och mellanstora teknikledande företag inom industriell IT, automation och elektrifiering från Silicon Valley till Automation Regionen i Mälardalen där bland annat Synerlarp och Electrification Hub återfinns som betydande aktörer. Projektet är nu i fas med att paketera erbjudanden för att via Business Swedens kontor i Silicon Valley under 2022 inleda marknadsföring och dialog med amerikanska intressenter.

Lindholmen Science Park AB – AI SWEDEN (fokusmarknad Kanada). Acceleratorprogrammet, som påbörjades under 2021, syftar här till att skapa kunskapsöverföring, kommersiella samarbeten samt etablering av kanadensiska start-ups inom AI-området i Sverige. Projektet drivs av Business Swedens Kanadakontor men även AI-Sweden har etablerat personal på plats för ändamålet.

Epicenter Accelerate Singapore Cohort 2021-2022, EP Center Management AB. Projektet påbörjades 2021 i samarbete med singaporienska staten och Nordic Innovation House i Singapore och siktar mot att under 2022 skapa ett skraddarsytt acceleratorprogram för att attrahera Singaporibaserade start-ups till Sverige.

Effektivare innovationssamverkan mellan företag från Israel och Karolinska Universitetssjukhuset, Region Stockholm. Detta projekt syftar till att identifiera potentiella samarbetspartner i Israel som är i framkant vad gäller innovation inom hälso- och sjukvård. Satsningen är ett led i förverkligandet av det MoU som ingåtts mellan Karolinska Universitetssjukhuset och Sheba Hospital.

Korean Startup Centre. Som ett led i att stödja och utveckla etableringen av det koreanska K-startup-centret i Stockholm, stöttade Business Sweden via acceleratorprogrammet och kontoret i Seoul rekryteringen av koreanska start-upbolag till centrat. Insatsen bestod av att via ett urvalsförfarande från ett 20-tal koreanska intressenter erbjuda 8 start-upbolag att besöka Sverige under hösten 2021. Av dessa bolag har redan ett företag valt att etablera verksamhet i Sverige.

Sweden Impact Days. Marknadsföring av Sverige som intressant destination för europeiska start-ups och scale-ups lyftes även i samband med de sju stycken ”Sweden Impact

Days” som Business Sweden i samarbete med Team Sweden Tech och handelskamrar, nyckelorganisationer, regioner och privata företag genomförde under 2021. Eventen genomfördes i hybridformat och i anslutning till de främsta tech- och startup-konferenserna och bilaterala evenemang i Israel, Spanien, Portugal, Tyskland, Finland och Holland. I anslutning till denna marknadsföringskampanj publicerades även 6 artiklar om Sverige som kunskapsnation och intressant destination för talanger på den websidan för innovatörer och entreprenörer SIFTED.

REGIONAL EXPORTSAMVERKAN

Från att ha varit delaktig med en rådgivare i samtliga regionala grupperingar för regional exportsamverkan (RES), övergick Business Sweden under 2021 till att vara aktiv i den regionala exportsamverkan med utgångspunkt i Business Swedens affärsekosystem. De regionala dialogerna har förts både på strategisk nivå, men även på konkret nivå med anledning av företagsaktiviteter och samverkansdiskussioner.

Business Sweden har varit fortsatt drivande på den nationella nivån. Där har löpande dialoger förts med samtliga aktörer inom ramen för RES styrgrupp och samordnarmöten. Vid sidan av dialogen för utvecklandet av gemensamma erbjudanden mot företag i hela landet genomförde Business Sweden under 2021 2 större aktiviteter riktade mot regionerna: Power Promotion Day i januari samt Power Promotion Day/Team Sweden Regions i samarbete med Tillväxtverket i september. Aktiviteterna riktades till personer aktiva inom regionalt främjande i hela landet och fokus sattes på hur Business Swedens satsningar inom affärsekosystemen kan stödja företagsutvecklingen i regionerna. Effekten av aktiviteterna har blivit allt tätare dialoger mellan regionala aktörer och Business Sweden, där regionala aktörer vill koppla upp sig och företagen i regionen på de aktiviteter och tjänster Business Sweden erbjuder. Under året har Business Sweden deltagit i flertalet frukostseminarier organiserade av Tillväxtverket för att informera om Business Swedens erbjudande till små och medelstora företag.

Likaså genomfördes 2 piloter med Almi med syfte att utveckla samarbetet inom vissa stödtjänster gentemot regionernas företag. Den ena piloten genomfördes tillsammans med Almi centralt där samarbetsmöjligheterna kring tjänsten *Export Validation* testades. Almi har drivit piloten och kommer under februari 2022 att delge resultat från piloten som i första steg genomfördes med EEN och i ett andra steg med Business Sweden. Den andra piloten var ett regionalt projekt med Almi Uppsala där samarbetsmöjligheterna kring tjänsten *Export Coaching* testades. Inom piloten genomfördes 9 gemensamma möten med företag, varav 6 företag gått vidare i en gemensam rådgivningsinsats. Piloterna har varit lärrika och ger insyn av hur organisationerna både kompletterar och överlappar varandra. Vidare har regionala samarbetsprojekt genomförts med Västra Götaland Region, Halland och Värmland.

Business Sweden har under 2021 deltagit i regeringens satsning *Hela Sverige exporterar* och har bistått med underlag och beslutsmaterial inför planläggandet av eventen ute i regionerna samt vid ett flertal tillfällen varit en del av programmet i både digitala och fysiska besök.

Sammantaget är det Business Swedens uppfattning att samarbetet inom regional exportsamverkan bidrar till att förståelsen mellan de involverade organisationerna ökat samt att avstånden och gapen mellan olika stödsatser mot företagen överbryggas i takt med att samverkan utvecklas. Även om delar av arbetet kvarstår har den regionala exportsamverkan bidragit till att Business Swedens och övriga Team Sweden aktörers stöd till regionernas företag utvecklats mot ett gemensamt och sömlöst erbjudande. Som en av deltagarna i RES styrgrupp, har Business Sweden varit med och arbetat fram 8 åtgärder för långsiktig utveckling av RES. Åtgärderna syftar till att stärka erbjudandet gentemot företagen och att nå fler företag.

2:4 RIKTAT EXPORTFRÄMJANDE

Business Sweden ska initiera, planera och genomföra exportfrämjande insatser i Sverige och utomlands, inklusive att bistå Regeringskansliet (främst UD) vad gäller officiella besök i första hand statsbesök eller motsvarande, i utlandet med möjlig medfinansiering från deltagande företag och andra aktörer som kan vara nödvändig, som har till syfte att främja svenska företags exportmöjligheter. Business Sweden ska även identifiera strategiska affärer som kan vara av särskilt svenskt intresse och projektleda långsiktigt inriktade insatser, inklusive inom systemexport, för att främja svenska företags möjligheter att vinna dessa affärer.

(Riktlinjer för Business Swedens statliga uppdrag)

Verksamheten inom ramen för *Riktat exportfrämjande* innebär planering och genomförande av särskilda satsningar och aktiviteter för att främja svenska företags exportmöjligheter på internationella marknader. Målgruppen för det riktade främjandearbetet är hela den svenska företagsbasen. Verksamheten delas in i *Riktade främjandeaktiviteter* samt *Långsiktigt strategiskt exportfrämjande*. Därutöver driver Business Sweden två specifika programsatsningar för att främja svenska innovationer och hållbara lösningar inom ramen för *Riktat exportfrämjande*.

Det *Riktade exportfrämjandet* är fokuserat på marknader med vilka Sverige har stor handel idag, på marknader med hög potential för svenska företag samt närmarknaderna. Vilka marknader som prioriteras uppdateras kontinuerligt i takt med utvecklingen i omvärlden. Business Sweden genomförde totalt 249 (182) aktiviteter inom *Riktat exportfrämjande* under 2021. Den största andelen av aktiviteterna genomfördes i region EMEA följt av APAC.

RIKTADE FRÄMJANDEAKTIVITETER (BPA)

Insatserna inom de *Riktade främjandeaktiviteterna* är avpassade aktiviteter för svenska företag i grupp som genomförs av utlandskontoren. Aktiviteterna består bl.a. av marknadsföring av svenskt kunnande och svenska företag på internationella marknader, liksom kontaktskapande aktiviteter såsom näringslivsdelegationer, mässor och match-making events mellan svenska och utländska företag. Även omvärldsanalyser genomförda av utlandskontoren genomförs inom ramen för *Riktade främjaraktiviteter*. Business Sweden genomförde totalt 127 *Riktade främjaraktiviteter* under 2021. I sammanställningen nedan ges några exempel.

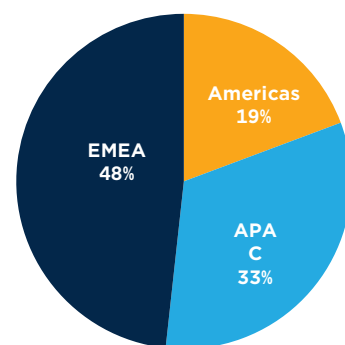


Bild 9 Fördelning *Riktat exportfrämjande* per region 2021

AKTIVITET	2021	2020	2019
Event, delegationer och seminarier	71	60	114
Analys	78	36	32
Strategiska affärer	60	67	74
Innovation Connector	13	-	-
Pioneer the Fossil Free	9	-	-
Övrigt	18	19	33
Totalt	249	182	253

Tabell 10. Antal aktiviteter inom *Riktat exportfrämjande* per kategori 2021

Aktivitet	Deltagande företag	Bidrag till svensk export
AMERICAS		
Medverkan i <i>US Nordic AMPLify</i>	15 stora/SME	Ett program som öppnar upp och påskyndar vägen in för svenska företag på USAs hälsomarknad
Digital konferens <i>The Future of mining - Women's Role in the Green Transformation</i>	7 storbolag	Positionera svenska hållbara lösningar inom den kanadensiska gruvsektorn
Marknadsanalys och B2B-event inom <i>Sustainable Mining Peru</i>	4 storbolag	Stärka svenska gruvbolags position på den peruanska gruvmarknaden och i specifika gruv-satsningar
Marknadsanalys, mässdeltagande med B2B-event inom <i>Sustainable Mining Colombia</i>	6 storbolag	Stärka svenska gruvbolags position på den colombianska gruvmarknaden och i specifika gruv-satsningar
Matchmaking event med brasilianska sjukhus	10 SME	Öka svensk export inom hälsosektorn och etablering av strategiska partnerskap
Trafiksäkerhetsutbildning med São Paulo stad	2 storbolag	Positionera svenska trafiksäkerhetslösningar på den brasilianska marknaden
Deltagande i <i>Nordic Sustainability Week Mexico</i>	8 storbolag	Positionera ledande svenska hållbara lösningar i den mexikanska marknaden

APAC		
<i>Sweden Indonesia Sustainability Partnership Week</i>	18 stora/SME	Främja svenska affärsmöjligheter och strategiska partnerskap i Indonesien inom hållbara lösningar
<i>Förstudie Swedish AI in SEA Production</i>	--	Fastställande av affärsmöjligheter inom AI området på den sydasiatiska marknaden för svenska företag
<i>Sweden Japan Sustainable Summit</i>	8 storbolag	Etablerar ett strategiskt partnerskap mellan svenska och japanska företag för att stötta och tillvarata svenska affärsmöjligheter inom Japans gröna omställning
<i>Sweden Korea Green Transition Alliance</i>	13 storbolag	Positionera svenska företag i Koreas gröna omställning
<i>Swedish transport solutions in Singapore</i>	8 stora/SME	Marknadsföring av och relationsbyggande insats för svenska företag gentemot det singaporianska Land Transport Authority
EMEA		
<i>B2B-event inom Sustainable Mining Russia</i>	5 storbolag	Stärka svenska gruvbolags position på den ryska och centraleuropeiska gruvmarknaden och i specifika gruvsektorer
<i>B2B-event inom Sustainable Mining Turkey</i>	4 storbolag 1 SME	Stärka svenska gruvbolags position på den turkiska gruvmarknaden och i specifika gruvsektorer
<i>B2B-event inom Sustainable Mining South Africa</i>	4 storbolag 1 SME	Stärka svenska gruvbolags position på den sydafrikanska gruvmarknaden och i specifika gruvsektorer
<i>Webinar Swedish IoT in Production in Czech Republic</i>	25 stora/SME	Stärka svenska positioner och erbjudanden i den tjeckiska marknaden
<i>Workshop Alliance for competitive production sites in CEE</i>	5 storbolag 1 SME	Främja marknadstillträde i Polen och Ungern för svenska företag att etablera additionell produktion
<i>Match making event Sweden Netherland Digital Healthcare Webinar</i>	10 SME	Främja svenska lösningar och kunskap inom digital hälsa samt att erbjuda nätverkande med relevanta holländska aktörer.
<i>Swedish-German Business Day</i>	3 storbolag, 7 SME	Främja kunskapsutbyte, samarbete och affärer mellan svenska och tyska aktörer, stöda genomförandet av det bilaterala innovationsavtalet
<i>Cape Town Stockholm Connect (CSC)</i> 2 digitala event 2021, event planeras 2022	7 stora 7 SME	Långsiktig plattform för främjande av svenska och sydafrikanska techlösningar, företag och innovationer.
<i>SymbioCare 2021. Healthcare of the future. Russia.</i>	5 storbolag	Främja kunskapsutbyte och svenska bolags position på den ryska marknaden inom onkologi och precisionsmedicin.
REGION SVERIGE		
<i>Bildandet av Semiconductor Alliance by Sweden</i>	13 SME och startups	Bildande av nätverk mellan svenska företag inom halvledarindustrin samt framtagande av svenska erbjudanden, kartläggning av globala affärsmöjligheter samt planering och genomförande av främjandeaktiviteter på relevanta marknader.

Tabell 11. Exempel på Riktade främjaraktiviteter 2021

Högnivådelegationer

Business Sweden organiserar eller medverkar i såväl utgående som inkommande delegationer med deltagande av svenska företag. Trots de restriktioner som pandemin inneburit har de planerade främjandeaktiviteterna kunnat genomföras mestadels digitalt under våren och fysiskt under hösten. Under året genomfördes sammantaget 19 (6) delegationer. Nedan redogörs för de 4 största.

Den tredje upplagan av det regionala främjarmötet *Sweden Southeast Asia Business Summit* genomfördes i hybridformat den 25 maj, denna gång med fokus på återhämtningen efter pandemin. Eventet hölls i Singapore med drygt 700 registrerade deltagare online och 50 som deltog på plats.

Utrikeshandelsminister Anna Hallberg besökte Italien (Rom och Turin) den 17-20 oktober i sällskap av kronprinsessparet och en handelsdelegation med 17 företag (varav 5 SME) och representanter från Team Sweden. Delegationen gav Sverige ett bra tillfälle att ge särskild uppmärksamhet till svenska lösningar, företag och expertis inom t.ex. hållbar energi, smart mobilitet och digitalisering.

Inkommande statsbesök från Spanien den 24-25 november. HM Konung Carl XVI Gustaf besöktes av DD. MM. Konung Felipe VI och Drottning Letizia av Spanien. Det spanska

kungaparet följdes av en affärsdelegation med representanter från bl.a. infrastruktur, järnväg och energi. Programmet bestod av högnivåmöte samt en större konferens.

World Expo Dubai 2020 (1 oktober 2021 – 31 mars 2022) med Nationella dagen den 15 december där ett högnivåmöte som samlade runt 170 nyckelintressenter fysiskt på plats och 668 medverkade digitalt visade upp innovativa lösningar, teknologier och samarbeten utvecklade av svenska företag och deras globala partners. Evenemanget hölls inför en livepublik som inkluderade HM Kung Carl XVI Gustaf.

Utöver dessa 4 evenemang har Business Sweden arrangerat affärsdelegationer och event i samband med bland annat: inkommande statsbesök från Tyskland och högnivåbesök från Indonesien. Likaså har delegationer genomförts för utgående ministerbesök till USA, Mexiko och Japan inom ett antal olika områden samt i samband med bilaterala event med Frankrike och Korea.

Business Climate Survey

Business Sweden genomför årligen i samarbete med handelskamrar och ambassader i utlandet affärsklimatstudien *Business Climate Survey* på drygt 20 marknader. Studierna ger en inblick i svenska företags syn på de lokala affärsförhållandena, hinder och utmaningar samt framgångsfaktorer. Sedan 2020 görs även en *Global Business Climate Survey* som ger en samlad bild av det globala affärsklimatet samt likheter och skillnader mellan olika regioner och marknader. Resultaten presenteras för svenska företag både i utlandet och i Sverige. Ett större digitalt event hölls den 1 september, i samband med lanseringen av *Global Business Climate Survey 2021*.

Pioneer the Fossil Free

Business Sweden har under 2021 genomfört insatser för att utveckla det långsiktiga, strategiska och samverkande initiativet *Pioneer the Fossil Free*. Satsningen, som är en del av det större främjarkonceptet *Pioneer the Possible*, drivs av Business Sweden globalt. Satsningen identifierar och matchar globala klimatutmaningar med hållbara svenska lösningar i syfte att öka svensk export av innovativa hållbara erbjudanden som generar både affärs- och klimatnytta.

Under året har Business Swedens utlandskontor på respektive utlandsmarknad genomfört omfattande kartläggningar av gröna investeringar, omställningsplaner och nationella klimatmål – inte minst inom de största utsläppssektorerna och utsläppsländerna – för att identifiera affärsmöjligheter för svenska företag med matchande hållbara erbjudanden.

Business Sweden har identifierat flera stora affärsmöjligheter inom de största utsläppsländerna och utsläppssektorerna, matchat det med svenska lösningar och initierat projekt med potential för hög klimat- och affärsnytta på följande marknader. Nedan ges några exempel på kartläggningen och de möjligheter för svenska företag dessa kan innebära :

- *Frankrike*: Hållbar mobilitet, laddinfrastruktur och eltransportleder.
- *Italien*: CO2-reduktion inom produktion.
- *Polen*: Havsbaserad vindkraft.
- *Sydafrika*: CO2-reduktion inom gruvnäringen.
- *Kina*: CO2-reduktion för produktion.
- *Australien*: Förnybar energi
- *USA*: Havsbaserad vindkraft.
- *Brasilien*: Långdistanslastbilar, bussar och utveckling av biobränslen.

Inom investeringsfrämjandet handlar *Pioneer the Fossil Free* om att identifiera och attrahera de globala investeringar som Sverige behöver för att påskynda den svenska industriomställningen och bli världens första fossilfria välfärdsland senast 2045.

Pioneer the Fossil Free innefattar också strategiska främjarinsatser för att positionera Sverige och svenska företag som ledande aktörer för grön omställning och främja nya innovationssamarbeten.

LÅNGSIKTIGT STRATEGISKT EXPORTFRÄMJANDE

De tre uppdragen *High Potential Opportunities (HPO)*, *Strategic Project Opportunities (SPO)* och *Internationellt upphandlade affärer (IUAFF)* utgör tillsammans ett exportfrämjande program för långsiktiga och strategiska insatser mot stora affärsmöjligheter. Insatser genomförs i olika faser av affären och mot olika finansörer och upphandlare i tätt samarbete med aktörerna inom Team Sweden. En arbetsgrupp bestående av Business Sweden, EKN, SEK och Swedfund möts månatligen för att diskutera pågående projekt och delge varandra information om nya potentiella affärer samt för att diskutera hur gruppen med gemensamma krafter bäst kan främja dessa projekt.

Pandemin med nedstängning av ekonomier och begränsade möjligheter att agera på plats medförde utmaningar i genomförandet av denna verksamhet under 2021. De deltagande bolagen i programmen stängde affärer till ett värde av 17 (7) miljarder kronor, varav 7,8 (4,1) miljarder kronor i värde som tillföll svenska bolag. Sedan starten 2016 har svenska bolag totalt vunnit affärer värda runt 70 (50) miljarder kronor, varav 28 (20) miljarder kronor i värde som tillfallit svenska bolag inom programmen.

Sammantaget under 2021 drevs 60 (67) strategiska affärer, 27 (31) SPO, 20 (21) HPO och 13 (20) IUAFF projekt med sammantaget deltagande av 238 (243) unika företag, varav 141 (152) små och medelstora. Totalt motsvarar affärspotentialen för de svenska företagen över 220 (200) miljarder kronor i dessa projekt – där den totala affärsvolymen är betydligt större). Nedan anges respektive insats resultat från 2021.

High Potential Opportunities (HPO)

High Potential Opportunities är ett efterfrågedrivet, affärsnära främjandeprogram som syftar till att hjälpa svenska företag i deras största exportaffärer, där offentligt stöd genom koordinerade Team Sweden-insatser kan spela en avgörande roll. Business Swedens uppdrag består i att dels identifiera strategiska affärer med svenskt intresse, dels projektleda långsiktigt inriktade insatser för att främja svenska företags möjligheter att vinna dessa affärer.

Sammanlagt drevs 20 (21) projekt inom stora affärer under 2021 i vilka Business Sweden tog en projektledarroll för Team Sweden med målet att hjälpa svenska företag att vinna upphandlingar. Dessa 20 projekt har ett uppskattat totalt värde för svenska företag om ca 100 (75) miljarder kronor. Av de prioriterade projekten återfinns merparten fortsatt på tillväxtmarknader. Totalt har 70 (68) unika företag varit involverade i HPO-projekt under året, varav 33 (32) små eller medelstora företag. Under 2021 vann svenska bolag HPO-affärer till ett värde av 10 miljarder kronor, varav runt 5,2 miljarder kronor i värde som tillfallit svenska bolag.

EPC - Programmet

Som en del av HPO-programmet fortsatte satsningen mot utländska totalentreprenörer, s.k. EPC-företag (Engineering, Procurement, Construction) tillsammans med EKN och SEK. Överlag finns en brist på svenska företag som kan ta EPC-rollen internationellt, samtidigt som utländska EPC-företag och internationella banker har visat ett ökat intresse för att samarbeta med svenska leverantörer och med Team Sweden. Business Sweden projektleder insatsen i syfte att öka svenska företags chanser att bli leverantörer i stora infrastrukturprojekt där internationella EPC-företag ansvarar för upphandlingen. Under 2021 vann svenska bolag affärer till ett värde av 5,6 (3,3) miljarder kronor, varav runt 1,1 (1,1) miljarder kronor i värde som tillfallit svenska bolag. Ett stort antal bolag har deltagit i aktiviteter i EPC-programmet. I de projekt som avslutats omfattas totalt 35 (40) bolag varav 25 (25) är små och medelstora bolag.

Strategic Project Opportunities (SPO)

Strategic Project Opportunities (SPO) är ett uppdrag där Business Sweden ansöker om delfinansiering hos Utrikesdepartementet för sektorsspecifika insatser. Insatserna syftar

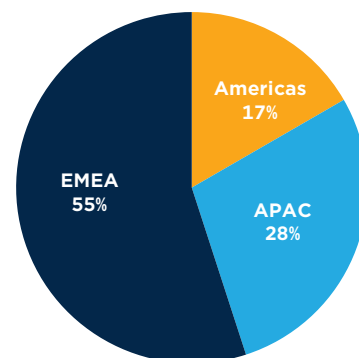


Bild 12. Fördelning långsiktiga och strategiska insatser per region 2021 (totalt 60 projekt)

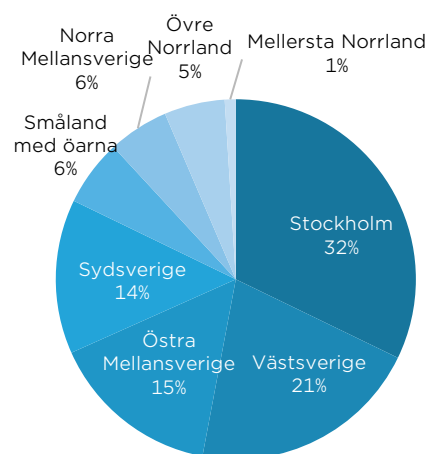


Bild 13. Geografisk hemvist för företag som deltagit i HPO- och SPO-projekt 2021

till att underlätta för svenska företag att medverka i anslutning till större offentliga upphandlingar inom exempelvis infrastruktur och gentemot FN-systemet. Dessa insatser syftar till att främja en affär som ligger i en tidigare fas än HPO-projekten, oftast redan innan beslut om upphandling har fattats. Tonvikten i Team Swedens insatser ligger vid att i ett tidigt skede visa på fördelarna med att välja svenska lösningar utifrån bl.a. hållbarhetsperspektiv, lägre livscykelkostnader och konkurrenskraftig finansiering.

Under 2021 beslutades om delfinansiering från Utrikesdepartementet av 27 (31) exportfrämjande SPO-insatser till ett belopp av 9 (10) miljoner kronor. Därutöver samfinansierade Business Sweden insatser inom ramen för det *Riktade främjandet* med 3,5 (3,5) miljoner kronor. 133 (135) unika företag deltog i en eller flera av insatserna varav 63% (66) var små och medelstora företag. Under 2021 vann svenska bolag SPO-affärer till ett värde av 1,8 miljarder kronor, varav runt 1,5 miljarder kronor i värde som tillfallit svenska bolag.

Samtliga insatser inom de sektorspecifika insatserna följs upp genom en standardiserad företagsenkät som direkt efter insatsens genomförande fångar upp resultatet av aktiviteten i enlighet med förutbestämda resultatindikatorer. En sammanställning av 71 (58) företagsenkäter i 16 olika insatser (av totalt 27) som har inkommit visar att insatserna har bidragit till att 39% (14) av respondenterna har tagit steget till nya marknader och att 59% (56) fick direktkontakt med potentiell kund. 14% (12) av företagen uppger att de har gjort affär direkt i anslutning till insats. De flesta deltagare, 80% (82) har upplevt att insatserna har varit värdefulla.

RESULTAT PER INDIKATOR	2021	2020	2019
Andel små och medelstora företag	63%	66%	70%
Andel företag som för första gången bedrev affärsutveckling på marknaden	39%	14%	24%
Andel företag som inte skulle bedrivit affärsutveckling på marknaden inom ett år om inte insatsen ägt rum	29%	19%	26%
Andel företag som ansåg att insatsen var värdefull	80%	82%	90%
Andel företag som fick kontakt med potentiell kund	59%	56%	71%
Andel företag som angav att insatsen bidragit till affär direkt i anslutning till insats	14%	12%	13%
Enkätvarsfrekvens	58%	64%	68%

Tabell 12. UD-PIH: Sammanställning av resultatindikatorer

Internationellt Upphandlade Affärer (IUAFF)

Marknaden för varor, tjänster och investeringar i utvecklingsländer är omfattande. Finansieringen av leveranser och projekt sker i stor utsträckning via multilaterala utvecklingsorganisationer (MDB) såsom FN, Världsbanken, Afrikanska utvecklingsbanken och Europeiska banken för återuppbyggnad och utveckling. Varje år finansieras upphandlingar och projekt för närmare 1 000 miljarder kronor av dessa institutioner. Svenska företag har kompetens och lösningar som matchar efterfrågan i många av dessa upphandlingar och projekt. Trots detta är medverkan av svenska företag i dessa upphandlingar låg. Här finns en potential till affärsmöjligheter för svenska företag inom de flesta branscher, men också stora utmaningar i att förstå, bevaka och anpassa erbjudanden till de krav och processer som styr dessa institutioners beslut.

För att öka svenska företags andel i internationella upphandlingar har Business Sweden sedan 2012 aktivt verkat för att dessa upphandlingar ska utgå från hållbarhetsaspekter och för att nå utvecklingsmålen i Agenda 2030, något som generellt sett bedöms vara till fördel för svenska företag. Detta arbete sker i nära samverkan med Utrikesdepartementet och berörda utlandsmyndigheter med fokus på tillväxtmarknader i utvecklingsländer.

Samarbetet inom Team Sweden för att främja hållbara projekt i utvecklingsländer tillsammans med utvecklingsbankerna har fortsatt under 2021. Här märks bl.a. samarbeten med Swedfunds Project Accelerator som kan stödja utvecklingsländernas prioriterade projekt genom stöd i projektutvecklingsfasen liksom möjligheten till samfinansiering av större projekt med SEK och EKN. Ett viktigt mål är fortsatt att

identifiera och kvalificera större MDB-finansierade affärsmöjligheter som kan drivas vidare inom ramen för Team Sweden samarbetet, exempelvis som HPO- eller SPO-projekt. Under 2021 drevs sju strategiska projekt med ursprung i affärsområde IUAFF.

Business Sweden har fortsatt vara en aktiv partner i Sustaid, en tvärsektoriell samverkan som syftar till att bättre möta det behov som finns på de allra mest utsatta platserna i internationell kris och katastrof, som till exempel flyktingläger, kåkstäder och slumområden genom att främja hållbara innovationer och lösningar. Sedan april 2021 är Sustaid en del av UNOPS.

Under 2021 har Business Sweden genomfört 6 FN/kris- och katastrofaktiviteter med 86 deltagande företag varav 68 små och medelstora bolag och 7 MDB-aktiviteter med totalt 55 företag varav 26 små och medelstora bolag.

Antalet svenska företag som är registrerade i FNs leverantör databas fortsätter att öka. I december 2021 fanns 980 (896) företag registrerade vilket motsvarar en ökning med 9%. FNs upphandling av svenska produkter och tjänster ökade enligt officiella källor med 40% mellan 2019 och 2020, till ca 46 (33) miljoner dollar (siffror för 2021 är ännu ej tillgängliga). Vissa svenska företag säljer till FN genom utländska enheter och ingår därmed inte i statistiken för Sverige. De exempel på upphandlingar som Business Sweden känner till uppgår till 12,7 miljoner dollar.

Innovation Connector – Innovationsdrivet export- och investeringsfrämjande

Näringslivets betydelse för och möjlighet att möta de globala klimat- och samhällsutmaningarna ökar stadigt. Sverige och svenska företag intar på detta område till stora delar en världsledande roll. Business Sweden stöttar de svenska företagen i detta sammanhang genom att rikta främjarinsatser mot de svenska företagen i den tidiga utvecklingsfasen så att kommersialiseringen av innovativa svenska produkter kan accelereras, skalas upp och spridas snabbare på den globala marknaden och därmed öka exporten av svenska innovativa och hållbara produkter och lösningar.

Främjarsatsningen *Innovation Connector* påbörjades under 2021 och fångar möjligheten till de långsiktiga affärerna för svenska innovativa företag och delar av satsningen sker i samverkan med och medfinansiering från Vinnova för att stötta myndighetens uppdrag att implementera de partnerskap Sverige har med ex. Indien, USA, Israel, Tyskland och Frankrike. Samverkan mellan Business Sweden och Vinnova på detta område har sin bas i att den svenska innovationskraften driver den svenska internationella handeln samtidigt som den svenska internationella handeln driver innovationsutvecklingen i de svenska företagen. Satsningen finansierades under 2021 med 8,3 miljoner kronor inom ramen för *Riktat exportfrämjande* och är att betrakta som Business Swedens bidrag med konkreta insatser för förverkligandet av mål 4 i regeringens export- och investeringsstrategi.

Denna satsning skiljer sig åt från det traditionella riktade exportfrämjandet, där den omedelbara affären oftast står i fokus, i den meningen att denna satsning är långsiktig och bygger på insatser som syftar till relationsskapande allianser mellan svenska innovationsdrivna företag och utländska motsvarigheter med syfte att via samskapande sätta de svenska företagen i strategisk och gynnsam position på den globala marknaden och därmed på sikt öka deras globala försäljning.

Business Swedens insatser inom denna satsning består av förstudier och analyser av marknadspotentialer för att stötta företagen att hitta rätt internationella expansionsmarknad för deras erbjudande; via seminarier, workshops och mässor marknadsföra svenska innovatörer i utlandsmarknader; identifiering av och match-making med utländska affärspartners för att accelererar innovationerna; stöd att bilda allianser och joint ventures mellan svenska och utländska bolag; koppla samman svenska innovatörer med utländskt kapital; stödja företag för att få tillgång till talang i globala innovationsnav

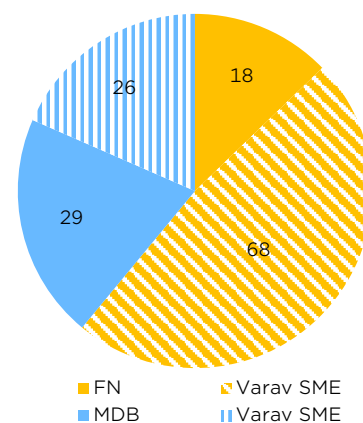


Bild 14. Fördelning (antal) mellan SME och övriga företag i de aktiviteter som anordnats inom Internationellt upphandlade affärer under 2021.

genom att inrätta FoU-enheter på dessa platser samt att bistå med stöd att få tillgång till forskningsprogram som finansieras av utländska regeringar.

Under uppstartsåret 2021 av *Innovation Connector* genomfördes följande strategiska relationskapande insatser inom *Riktat exportfrämjande*:

Sweden India Innovation Initiative där Business Sweden tillsammans med Vinnova etablerade en öppen plattform för det svenska och indiska näringslivet, akademierna och offentliga aktörer med syfte att identifiera samverkans- och affärsmöjligheter. För de svenska företagen, som inkluderar så väl de stora internationella bolagen som små start-upbolag, har plattformen inneburit en möjlighet att marknadsföra sina innovativa produkter och tjänster liksom att finna relevanta samarbetspartners för vidare utveckling på den indiska marknaden inom ex, smarta transporter, telekommunikation, aero space och livsvetenskaper och hälsosektorn. Satsningen har även inneburit att svenska företag kunnat etablera affärsrelationer med indiska motsvarigheter.

Sweden India Healthcare Innovation Centre där Business Sweden utvecklat ett gemensamt nätverk för svenska och indiska innovativa storbolag och start-upbolag för att med gemensamma krafter och inom ramen för s.k. öppen innovation möta indiska utmaningarna inom hälsoområdet. Denna satsning sker i samarbete med och med medfinansiering från AstraZeneca. Projektet har bl.a. inneburit att 14 svenska start-upbolag kunnat etablera sig på den indiska marknaden.

Sweden, France and Germany Executive Innovation Team (EIT) bildades 2021 under Business Swedens och Vinnovas ledarskap som ett komplement till de bilaterala partnerskapen Sverige har med de båda länderna. Sweden, France and Germany Executive Innovation Team syftar till att främja handel och innovation baserat på lokala marknadsbehov och prioriterade branscher för svenska aktörer inom ekosystemen Smart hälsa, Smart industri och Smart mobilitet. Avsikten är att skapa konsortier där aktörer tillsammans formulerar och driver innovationsprojekt. Insatsen riktas till intressenter från de tre länderna ur ett multipel helix-perspektiv: aktörer från industrin, akademien, publika organisationer samt civilsamhället. Arbetet med att öka innovationssamarbetet är uppdelat i tre inriktningar: 1. agera ansiktet utåt för svensk innovation i Frankrike och Tyskland och därigenom öka dess genomslag och ta tillvara på potentialen för fler multi helix-innovationsprojekt 2. identifiera och genomföra samarbetsmöjligheter samt 3. bistå med rådgivning och kvalitetssäkring. Under uppstartsåret 2021 genomfördes framför allt en förstudie för att kartlägga innovationslandskapen i Frankrike, Tyskland och Sverige inom Smart Mobilitet och Smart hälsa. Studien ska ligga till grund för de samarbets-kategorier som EIT ska bygga innovationskonsortier inom.

Sweden Israel Innovation Connector skapades i samverkan med Vinnova med syfte att öka exponeringen, kunskapen och innovationssamarbeten mellan Sverige och Israel och med detta öka svenska företags möjlighet att öka sin export av svenska innovativa produkter och tjänster. Israel är en världsledande innovationsnation med en närvaro av fler än 500 multinationella bolag. Satsningen har hittills lett till nya möten och workshops mellan potentiella samarbetspartners och kommersiella kontakter med idéer om nya R&D-samarbeten. Sammantaget har närmare 80 företag involverats i satsningen.

Sweden US Green Transition Initiative där Business Sweden tillsammans med Vinnova, Energimyndigheten och ambassaden i Washington under 2021 påbörjade en gemensam satsning för att formalisera ett närmare samarbete med USA inom de möjligheter som den gröna omställningen erbjuder svenska företag inom områdena energi, transport, hållbar industri och gröna byggnader. För närvarande pågår ett arbete med att definiera gemensamma intressen och att matcha relevanta aktörer på respektive sida. Denna satsning är långsiktig och planeras pågå under perioden 2021-2024.

Vid sidan av dessa strategiska programsatsningar genomfördes ett antal insatser för att främja innovativa svenska företag i samband med mässor, delegationsbesök och andra former av event.

Främjande av svenska tech-bolag vid mässan "Consumer Electronics Show" i Las Vegas där Business Sweden verkade för att svenska innovativa tech-bolag skulle ges en möjlighet att etablera strategiska kontakter med världsledande bolag. Consumer Electronic Show (CES) samlar den internationella spetskompetensen inom tech och mässan utgör en plattform för ledande globala företag och de skarpaste innovatörerna att träffa nya affärspartners. Insatsen resulterade i att närmare ett trettiotal svenska start-up företag kunde etablera dialog med utländska aktörer och Business Sweden vidareutvecklar nu sitt stöd för svenska företag vid CES utifrån denna satsning.

Sweden Germany SME Innovation Cooperation där Business Sweden via riktade insatser i samband med Swedish-Germany Business Day stöttade svenska SME-bolag att knyta kontakter med tyska aktörer. Insatsen, som genomfördes i samverkan med Vinnova, ambassaden i Berlin samt Svenska Handelskammaren i Tyskland, utgjorde en insats inom det svensk-tyska innovationspartnerskapet. Projektet syftade till att ge effekter på både kort och lång sikt. På kort sikt fick de dryga dussinet deltagande företagen och organisationerna tillgång till relevanta intressenter (exempelvis kluster, företag, publika och akademiska aktörer) som kan stötta dem i deras innovations-, tillväxt- och internationaliseringsutveckling. På längre sikt antas det bilaterala samarbetet och utbytet mellan SME-bolag och andra relevanta medverkande stärkas.

Sweden France BIG – Inom ramen för det bilaterala innovationspartnerskapet mellan Sverige och Frankrike skapade Business Sweden i samarbete med Vinnova en digital mötesplats, där franska startup företag och aktörer inom digital hälsa med fokus på AI fick möta och lära känna motsvarande svenska aktörer och innovationsmiljöer. Det digitala mötet bestod av en panel och individuella möten och hölls i anslutning till BIG – en årligt återkommande aktivitet som Bpifrance organiserar med fokus på entreprenörer, startups, kluster, studenter och forskare inom digital hälsa. Panelen som bestod av ledande aktörer inom AI hälsa i Sverige presenterade hur Sverige, svenska företag och svenska innovationsmiljöer kan vara intressanta för franska startups och entreprenörer inom digital hälsa. Samarbetspartners för projektet var franska Bpifrance och EIT Health Scandinavia och France.

Nordic Innovation House i Tokyo och Hongkong där Business Sweden medverkat i ett antal aktiviteter för att främja svenska företags långsiktiga positionering i marknaderna.

Därtill har ett antal förstudier genomförts i syfte att fastställa potentialen för svenska innovativa företag i utlandsmarknaderna.

Water by Sweden där Business Sweden verkar för att koppla samman ledande svenska företag inom hållbar vattenförsörjning med asiatiska aktörer för att tillsammans utveckla lokalt anpassade lösningar som möter de utmaningar som regionen står inför på området.

Innovation in Africa där Business Sweden genomfört en studie av det framväxande innovationslandskapet på den afrikanska kontinenten och som kan leda till nya export-affärer för svenska företag. Studien samlar information om innovations- och investeringspotentialer i marknaden via start-up, tillväxtföretag och joint venture miljöer liksom offentligt eller privat finansierade satsningar med potential för svenska företag. Studien ligger nu till grund för ett satsningsprogram för svenska företag på prioriterade områden riktat mot marknaden. Detta arbete med innovation och investeringsflöden i Afrika har möjliggjort relationer med en kategori aktörer som Business Sweden har haft svårt att vara relevanta för tidigare. Dialog sker med tunga investerare från den svenska techscenen som står i begrepp att investera stora summor i Afrika. Satsningen har även byggt och stärkt relationerna med entreprenörshubbar och startupcentra samt med institutionell och finansiell infrastruktur i viktiga centra som Kapstaden, Nairobi, Lagos och Kairo.

Vision Zero by Sweden där Business Sweden genomför en förstudie för att undersöka möjligheterna i de internationella marknaderna med start i Brasilien och i samverkan med Trafikverket marknadsföra och samskapa kring innovativa svenska trafiksäkerhetslösningar.

Slutligen och med syfte att utveckla Business Swedens roll och erbjudande till svenska företag inom innovationsdrivet handels- och investeringsfrämjande har Business Sweden under 2021 deltagit aktivt i Vinnovas samverkansgruppering för internationellt innovationssamarbete; International Innovation Initiative. I detta sammanhang har Business Sweden verkat för att bidra till initiativet med företagsnära frågeställningar och satsningar kopplade till potentialer inom export för svenska företag och investeringar för utländska aktörer. De satsningar som påbörjats i Indien, Israel, Tyskland, Frankrike och USA (se ovan) är ett resultat från denna samverkan mellan Business Sweden och Vinnova.

FRÄMJANDE AV EXPORT AV LIVSMEDEL

Som en förstärkning till satsningen på ökad svensk livsmedelsexport, via livsmedelsuppdraget ”Try Swedish”, erhöll Business Sweden en engångsförstärkning om 5 miljoner kronor i ändringsbudgeten 2019. Insatser och resultat från denna engångssatsning återfinns i rapporteringen av ”Try Swedish” till Näringsdepartementet.

2:5 RESULTATUPPFÖLJNING AV DEN EXPORTFRÄMJANDE VERKSAMHETEN

Business Sweden ska redovisa det statliga årsuppdraget på aggregerad basis och uppdelat på de olika verksamhetsområdena (exportfrämjande inkl. delområden respektive investeringsfrämjande) och med tydlig resultat- och effektutvärdering.

Företagens övergripande uppfattning om Business Sweden ska redovisas i ett nöjd-kund-index (NKI) på aggregerad basis och uppdelat på dess olika tjänster och aktiviteter inom respektive verksamhetsområde och där så är möjligt nedbrutet på delområden. En uppdelning av NKI bör även göras på företagstyp.

(Riktlinjer för Business Swedens statliga uppdrag)

METOD FÖR RESULTAT- OCH EFFEKTUPPFÖLJNING AV EXPORT- OCH INVESTERINGSFRÄMJANDE

Business Sweden genomför löpande mätningar och uppföljningar av kundnöjdhet och affärsnytta av tjänster och aktiviteter inom det statliga uppdraget. I linje med föregående års arbete fortsatte Business Sweden under 2021 med insatserna för att utveckla resultat- och effektuppföljning av det statliga uppdraget. Utvecklingsarbetet genomförs i en nära dialog med Utrikesdepartementet och drivs i samarbete med en extern partner ¹.

Att utveckla resultat- och effektuppföljningen från genomförda främjarinsatser är ett viktig led i Business Swedens strategiska arbete med att lära av genomförda insatser och för att utveckla tjänsteerbjudandena utifrån dessa erfarenheter. En utvecklad uppföljning och åiterrapportering av främjandets resultat, och där så är möjligt även effekter, möjliggör även för regeringen att bedöma Business Swedens insatser för att öka svensk export och utländska investeringar i Sverige liksom bidragen till den svenska konkurrenskraften, sysselsättningen och hållbara tillväxten.

Under 2021 utvidgades och utvecklades resultat- och effektuppföljningen till att även omfatta Business Swedens insatser inom ramen för de strategiska affärerna samt delar av investeringsuppdraget. Sedan tidigare år genomförs resultat- och effektuppföljning av *Småföretagsprogrammet*.

Den modell för resultat- och effektuppföljning av det statliga uppdraget som tillämpas utgår från Tillväxtanalys rekommendationer om resultatkedja: insatser (aktiviteter), internationaliseringsförmåga (resultat), internationalisering (direkta effekter), och samhällsekonomiska effekter (indirekta effekter).

Resultat och effekter mäts både via enkäter och via statistiska analyser. De resultat och effekter som mäts via enkäter blir en självskattning från företag som tagit del av Business Swedens tjänst/aktivitet och vilken effekt eller resultat de anser att tjänsten/aktiviteten har levererat. De effektmätningar som genomförs genom statistisk analys baseras på registerdata. En metod som rekommenderas av Tillväxtanalys är kontrafaktisk registerdataanalys för identifiering av effekter av exportfrämjande på företagsnivå, där deltagare jämförs med en kontrollgrupp av liknande företag. Business Sweden har använt denna metod sedan 2017 för effektuppföljning av de exportfrämjande insatserna inom *Småföretagsprogrammet*. För effektmätning av verksamhet där en lämplig kontrollgrupp inte går att identifiera används andra mät- och utvärderingsmetoder.

Modeller och definitioner i nationalekonomisk litteratur ligger till grund för beräkningen av den samhällsekonomiska effekten. De direkta effekterna är effekterna som uppstår av den ökade ekonomiska verksamheten i de studerade företagen och de indirekta effekterna är spridningseffekterna som uppstår i andra företag och delar av samhället som ett resultat av den ökade aktiviteten i de studerade företagen. Beräkningar av samhällsekonomiska



Bild 15. Resultatkedja med utfallsnivåer.

¹ DAMVAD Analytics

värden baseras på SCBs nationalräkenskaper och input/output-tabeller ², där värden som skapas inom företagen beräknas samt även identifierade spridningseffekter till andra delar av samhällsekonomin.

RESULTAT 2021

Resultaten redovisas inom två områden, kundnöjdhet och effekt. De svar som redovisas är baserade på data som inkommit under 2021. Ett enkätsvar som redovisas motsvarar ett enskilt företags deltagande i en aktivitet.

Kundnöjdhet (NKI)

Kundnöjdheten för Business Swedens tjänster mäts genom två frågor som vägs samman till ett index, ett Nöjd Kund Index (NKI). För att nå höga NKI-värden är det nödvändigt att grundligt förstå kundens behov, hantera förväntningar och möta kundens förväntade resultat. Business Sweden har tydligt uttalade processer för hur arbetet mot kund ska ske för att säkerställa att en kundupplevelse i världsklass kan levereras. Kort beskrivet handlar processerna om att vara tydlig mot kund redan från start och därmed fånga in och förstå kundens förväntningar i ett mycket tidigt skede. Kvittot på att leveransen mött förväntningarna fås genom att utvärdera varje projekt/aktivitet genom en utvärderande kundenkät. Det är genom dessa enkäter som underlaget för Business Swedens kundnöjdhetsmått samlas in.

Utfall NKI 2021

Business Swedens NKI för hela den exportfrämjande verksamheten under 2021 är 86 (86). Nedan redovisas kundnöjdhet för Business Sweden på aggregerad nivå liksom på olika delområden inom det statliga uppdraget, Livsmedelsuppdraget samt privata finansierade tjänster.

	DELOMRÅDE (antal svar i parentes)	NKI 2021	NKI 2020
	Exportinformation (481)	89	90
	Småföretagsprogrammet totalt (92)	85	84
Statliga tjänster	Exportrådgivning (26)	82	86
	Export Project (66)	85	83
	Catalyst (14)	88	91
	Riktat exportfrämjande - Seminarier, events och delegationer (50)	78	83
	Livsmedelsprogrammet Try Swedish (10)	78	63
Privata tjänster	Marknadsprissatta konsulttjänster (181)	85	86
	Avgiftsbelagd utbildning & rådgivning (61)	86	84
	Business Incubation & Operations (205)	84	83
Totalt NKI resultat (1094)	86	86	
	NKI Småbolag* (106)	85	85

Tabell 13. Business Swedens NKI för olika delområden 2021

(1) *Småföretagsprogrammet – Exportrådgivning* (tidigare *Regional exportrådgivning*) har under 2021 tappat fyra enheter till 82 (86). Rådgivningen ändrade form under året där det i början av året enbart var utlandskontoren som stod för rådgivningen. Detta upplägg justerades under andra hälften av 2021 så att denna verksamhet återigen drevs från Sverige. Omstruktureringen gjorde att tidplanen för projekten drog ut på tiden och att projekten därmed inte kunnat genomföras fullt ut och heller inte kunnat utvärderas i samma utsträckning som tidigare år. Därav även den låga svarsfrekvensen i denna insats.

(2) *Småföretagsprogrammet – Export Project* (tidigare *Utland*) fortsätter att utvecklas positivt och ökar sitt NKI värde för tredje året i rad till 85 (83). En majoritet av kommentarerna lyfter projektledarna och samarbetet med Business Sweden som framgångs-

² Modellen baseras på SCBs nationalräkenskaper och input/output-tabeller. Dessa tabeller visar hur output (produktion) i en viss sektor används som input (insatsvara) i en annan sektor. Således är det möjligt att identifiera interrelationer mellan samtliga sektorer i Sverige.

UPPFÖLJNINGAR 2021

Enkätuppföljningar	Antal enkäter
Statliga tjänster	647
Privata tjänster	447
SPO*	71
Totalt enkäter	1 165

Statistiska analyser

Effektmetning SME	3 707 företag
Effektmetning HPO	6 projekt
Effektmetning Invest	237 investeringar

Tabell 14. Projektuppföljning 2021

*Strategic Project Opportunities (SPO) följs upp av Utrikesdepartementet, inkluderar ej NKI mätningar. Se även 2:4

Business Swedens kundnöjdhetsindex

(NKI) – baseras på två frågor som ställs på femgradiga skalor. Svaret från dessa två frågor vägs sedan samman till ett totalt kundnöjdhetsindex som går från 0-100.

Nöjdhet

"Vad är ditt helhetsomdöme av tjänsten levererad av Business Sweden?"
(1 = mycket dåligt / 5 = mycket bra)
"What is your overall impression of the service delivered by Business Sweden?"
(1 = poor / 5 = excellent)

Förväntningar

"I vilken utsträckning motsvarade värdet levererat av Business Sweden dina förväntningar?"
(1 = inte alls / 5 = i mycket stor utsträckning)
"To what extent did the value delivered by Business Sweden meet your expectations?"
(1 = not at all / 5 = to a great extent)

Samtliga respondenter erbjuds möjligheten att utföra utvärderingen på svenska eller engelska.

faktorer. Bland de negativa kommentarerna är de ofta med hänvisning till uteblivna förväntade resultat med anledning av de restriktioner som pandemin inneburit.

(3) *Småföretagsprogrammet* – För *Catalyst* landade NKI på 88 (91). Resultaten baseras på relativt få svarande vilket gör resultat osäkert. I kommentarerna från företagen lyfts bra samarbeten med Business Sweden och lyckade projekt.

(4) *Riktat exportfrämjande – seminarier, events och delegationer* ser en nergång i NKI 78 (83). I kommentarerna från företagen kretsar de flesta negativa svaren kring uppföljning och kommunikation under eventen. Långt ifrån alla deltagare har dock lämnat en kommentar, och det är rimligt att anta att de begränsningar som sätts på grund av rådande omständigheter också bidrar till den sänkta kundnöjdheten.

(5) *Livsmedelsprogrammet* – Inom *Try Swedish* har kundnöjdheten stigit till 78 (63). Noteringen är emellertid baserad på få svar. Satsningarna inom programmet har haft stora utmaningar under pandemin där många av de viktiga insatserna i form av exempelvis mässor och delegationer behövt pausas eller ställas in.

(6) *Avgiftsbelagd utbildning & rådgivning* ökar kundnöjdheten till 86 (84). Positiva kommentarer som lyfts är kursledarna och deras kompetens.

Effekter – resultat via enkäter

Business Sweden analyserar och redovisar verksamhetens resultat utifrån ett antal resultatindikatorer. Efter genomförd insats får deltagande företag en enkät med ett antal frågor, bl.a.:

- företagets egen bedömning om insatsen kommer att leda till nya exportaffärer,
- företagets egen bedömning efter genomförd insats om den helt eller delvis bidragit till nya exportaffärer,
- företagets egen bedömning efter genomförd insats om den bidragit till nya eller förstärkta affärskontakter,³

De tjänster som Business Sweden levererar har inte alltid nya affärer som ett kortsiktigt fokus. Affärer tar tid att skapa. Ofta tar det månader eller år mellan den första kontakten till den genomförda affären. Därmed bygger mycket av effektuppföljningen på förväntad effekt från företagen, där de själva får uppskatta den framtida effekten projektet/ aktiviteten kommer att innebära för dem.

Förväntar sig affärer

47% (59) av de enkätsvarande företagen anser att aktiviteter inom *Riktat exportfrämjande* kommer att hjälpa dem att generera nya affärer. Nedgången bedöms bero på de begränsningar som pandemin innebär för denna form av insatser. Inom *Småföretagsprogrammet* fortsätter dock den starka positiva trenden, och i år instämmer 79% (70) i att den genomförda aktiviteten kommer att generera nya affärer.

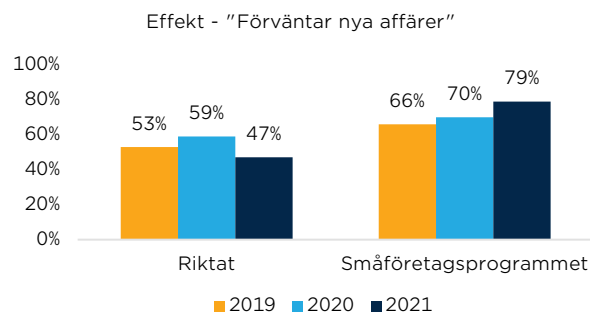


Bild 16 Andel företag som svarat 4-5 på en 5-gradig instämmande skala på påståendet: "Vi förväntar oss att denna aktivitet kommer hjälpa oss att generera nya affärer." 43 svarande för *Riktat exportfrämjande* och 75 svar för *Småföretagsprogrammets Export Projects* och *Try Swedish*.

³ Gäller endast *Riktat exportfrämjande*

Nya affärskontakter inom det Riktade exportfrämjandet

Business Swedens verksamhet syftar bl.a. till att hjälpa svenska företag med relevanta affärskontakter. 49% (55) av företagen som tagit del av insatser inom *Riktat exportfrämjande* uppger att de instämmer i att ha etablerat nya affärskontakter och/eller förstärkt befintliga affärsrelationer i samband med deltagande i seminarier, events eller delegationer. Även här återfinns förklaringen till den negativa trenden i pandemin och de begränsningar som den innebär för denna form av insatser.

Genomförda affärer

Utöver de två tidigare redovisade frågorna om förväntad effekt skickas en kompletterande fråga till deltagande företag några månader efter att projektet avslutats. Denna fråga syftar till att fånga upp hur det faktiska utfallet blev. Den förväntade effekten på nya affärer kan initialt ha varit stark, men det är först efter ett par månader kunderna kan besvara ifall det faktiskt blev affärer.

Årets resultat visar att andelen genomförda affärer efter aktiviteten minskat, både för *Riktat exportfrämjande* och inom *Småföretagsprogrammet*. Inom *Riktat exportfrämjande* anger 23% (38) att de gjort affärer tack vare aktiviteten, och för *Småföretagsprogrammet* är siffran 32% (43). Detta är en tydlig sänkning i jämförelse med föregående års resultat för de båda programinsatserna. I de öppna svaren kopplade till frågan lyfts i många fall att själva aktiviteten och programmet varit bra, men att omständigheterna där personliga möten varit svåra att få till begränsat utfallet. Det finns även förslag från företagen om förbättringsmöjligheter i aktiviteterna, exempelvis en starkare uppföljning från lokalkontor efter genomförd insats.

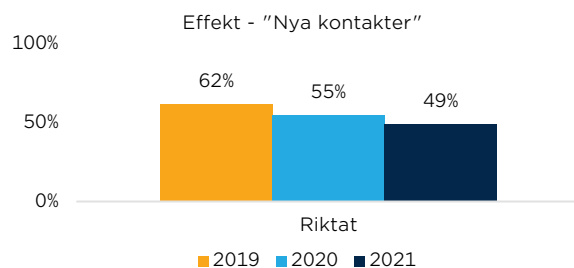


Bild 17. Andel företag som svarat 4-5 på en 5-gradig instämmande skala på påståendet: "Som ett resultat av aktiviteten har vi etablerat nya affärskontakter och/eller förstärkt befintliga affärsrelationer.". 43 svarande för *Riktat exportfrämjande*.

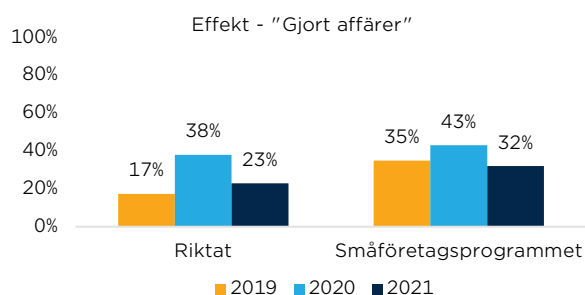


Bild 18. Andel företag som svarat 4-5 på en 5-gradig instämmande skala på påståendet: "Vi har gjort affärer, helt eller delvis, tack vare aktiviteten vi genomförde." 22 svarande för *Riktat exportfrämjande* och 56 svar för *Småföretagsprogrammets Export Projects och Try Swedish*.

RESULTAT AV LÅNGSIKTIGA OCH STRATEGISKA INSATSER MOT STORA AFFÄRSMÖJLIGHETER

Tillsammans med HPO-programmet bedrivs ytterligare satsningar inom långsiktiga och strategiska insatser mot stora affärsmöjligheter. Dessa satsningar är: *Strategic Project Opportunities (SPO)*, *EPC-programmet (Satsning mot utländska totalentreprenörer)* och *Internationellt upphandlade affärer (IUAFF)*. Sedan starten 2016 har dessa satsningar inneburit att svenska bolag totalt vunnit affärer värda runt 70 miljarder kronor, varav 28 miljarder kronor i värde för svenska bolag.

Pandemin med nedstängning av ekonomier och begränsade möjligheter att agera på plats givet restriktioner innebar utmaningar för denna verksamhet under 2021. Trots dessa begränsningar innebar 2021 ett rekordår för dessa insatser. De deltagande bolagen i programmen stängde affärer till ett värde av 17 miljarder kronor, varav 7,8 miljarder kronor i värde för svenska bolag. I likhet med 2021 kommer även 2022 innebära utmaningar på grund av fördröjning av beslutsprocesser till följd av pandemin, men också potentiella möjligheter givet att förestående stimulanspaket ofta stöttar infrastrukturens satsningar och därmed stora affärsmöjligheter för svenska bolag.

Totalt drevs 60 (67) projekt under 2021 inom ramen för dessa uppdrag med deltagande av 238 (243) unika företag, varav 141 (152) små och medelstora. Totalt motsvarar affärspotentialen för de svenska företagen över 220 (200) miljarder kronor i dessa projekt (där den totala affärsvolymen är betydligt större). Läs mer om långsiktiga och strategiska insatser mot stora affärsmöjligheter i kap 2:4 *Riktat exportfrämjande*.

EFFEKT MÄTNING AV SMÅFÖRETAGSPROGRAMMET*

Business Sweden har med hjälp av en extern aktör⁴ under året genomfört en uppföljning av tidigare års kontrafaktiska studie av effekterna inom de exportfrämjande insatserna inom ramen för Småföretagsprogrammet. Effektstudien baseras på en registerdataanalys och avser perioden 2011-2019 där 3 707 (3 300) företag ingick. Syftet med uppföljningen var att kartlägga vilka typer av företag som tar del av insatserna samt att följa företagens utveckling över tid (se nedan). För att identifiera hur insatserna påverkar företagen har också en jämförelse gjorts med en kontrollgrupp bestående av tvillingföretag med liknande egenskaper, men som inte deltagit i någon av Småföretagsprogrammets insatser.

Resultat:

Resultaten från 2021 års effektstudie visar att ett deltagande i Småföretagsprogrammet skapar tydliga värden för företagen. I jämförelse med kontrollgruppen hade de företag som deltagit i programmet ökat sina omsättningsnivåer med i genomsnitt 25% tre år efter deltagandet. Dessutom hade antalet anställda ökat med i genomsnitt 7%. Hos företag med tidigare erfarenhet av exportverksamhet hade exportomsättningen ökat med 30% mer än kontrollgruppen tre år efter deltagandet. Hos företag utan tidigare erfarenhet av exportverksamhet ökar sannolikheten att företaget i fråga bedriver exportverksamhet med 18% tre år efter deltagandet. Utöver denna ökade ekonomiska aktivitet är överlevnadsgraden 9% högre bland deltagarföretagen jämfört med kontrollgruppen.

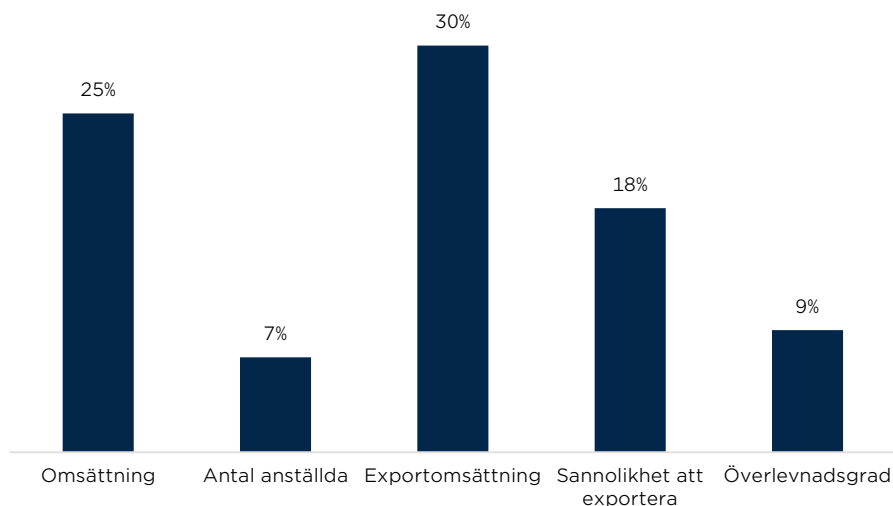


Bild 19. Skillnad mellan deltagande företag och kontrollgrupp tre år efter utförd tjänst.

Samhällsekonomiska effekter:

Den ökade ekonomiska aktiviteten i företagen medför även spridningseffekter till andra företag och delar av samhället, s.k. samhällsekonomiska effekter. Effektstudien omfattar även dessa effekter och visar att tre år efter deltagandet motsvarar den ökade ekonomiska aktiviteten hos samtliga deltagande företag i Småföretagsprogrammet en ökning av omsättningsnivåer på 15,6 miljarder kronor. Denna ökade ekonomiska aktivitet beräknas därtill resultera i arbetstillfällen motsvarande 9 000 heltidsekvivalenter, samt skatteintäkter motsvarande 1,66 miljarder kronor. Samhällsekonomiska värden har beräknats genom en så kallad input-output-modell⁵, där värden som skapas inom företagen beräknas samt även identifierade spridningseffekter till andra delar av samhällsekonomin.

* Siffrorna är preliminära och fastställs vid publiceringen av rapporten i mars.

⁴ DAMVAD Analytics

⁵ Modellen baseras på SCBs nationalräkenskaper och input/output-tabeller. Dessa tabeller visar hur output (produktion) i en viss sektor används som input (insatsvara) i en annan sektor. Således är det möjligt att identifiera interrelationer mellan samtliga sektorer i Sverige.

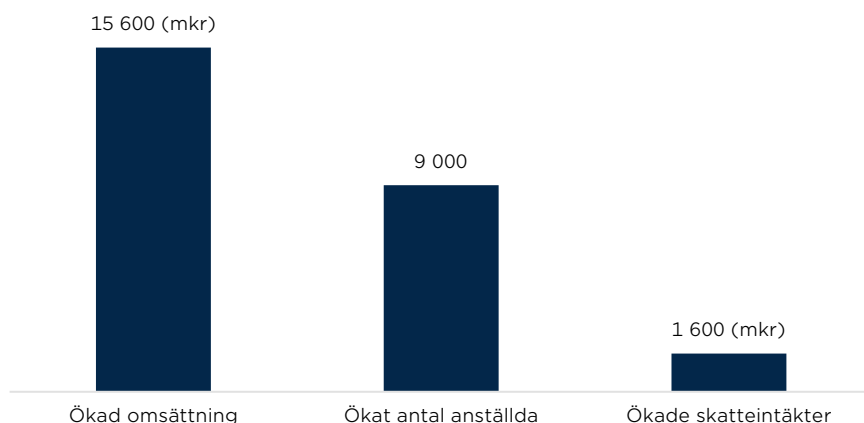


Bild 20. Skapade värden på samhällsnivå tre år efter deltagandet

VIDAREUTVECKLING AV RESULTAT- OCH EFFEKTMÄTNING

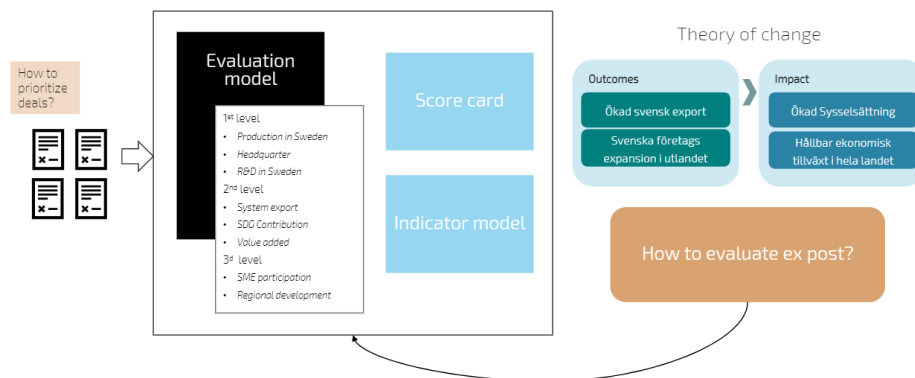
Under 2020 gjordes två inledande förstudier som syftade till att uppskatta de samhällsekonomiska effekterna av de investeringsfrämjande insatserna samt HPO-programmet. I analyserna beräknades i vilken mån insatserna bidrar till ekonomisk tillväxt, arbetstillfällen och skatteintäkter i Sverige. Beräkningarna utgick ifrån en så kallad input-outputmodell som publiceras årligen av SCB⁶. Det arbetet fortsatte under 2021 med syftet att vidareutveckla processer och utvärderingsmetoder för resultatmätning och effekttuppföljning av investeringsfrämjandet samt HPO-programmet.

Utvecklingsarbetet har för investeringsfrämjande resulterat i ett analys- och utvärderingsupplägg och för HPO resulterat i ett analysupplägg samt en dataarkitektur som ska ligga till grund för den fortsatta utvärderingsmetodik och kommer fungera som ett ramverk för den kontinuerliga utvärderingen av insatserna. För uppföljningen av investeringsfrämjandet se 3:2.

Utveckling av en modell för utvärdering av HPO-projekt

Business Sweden har tillsammans med en extern konsult⁶ utvecklat en modell för att utvärdera affärer inom ramen för HPO-programmet och uppskatta effekterna från dessa affärer. Kedjan mellan insats och avsedd effekt har kartlagts och utifrån dessa resultat har nyckeltal/indikatorer tagits fram. De viktigaste indikatorerna har sammanställts i en rapporteringsmall kopplad till ett utvärderingsverktyg. Detta verktyg kan användas för att förhandsutvärdera enskilda affärer för att bedöma den potentiella effekten av ett projekt utifrån övergripande mål. På samma sätt kan verktyget användas för att utvärdera effekten av affärerna/projekten. Arbetet med att ta fram analysverktyget har lagt grunden till ett systematiskt arbete med att samla in data om affärer i HPO-programmet.

En modell för att utvärdera affärer



⁶ Damvad Analytics

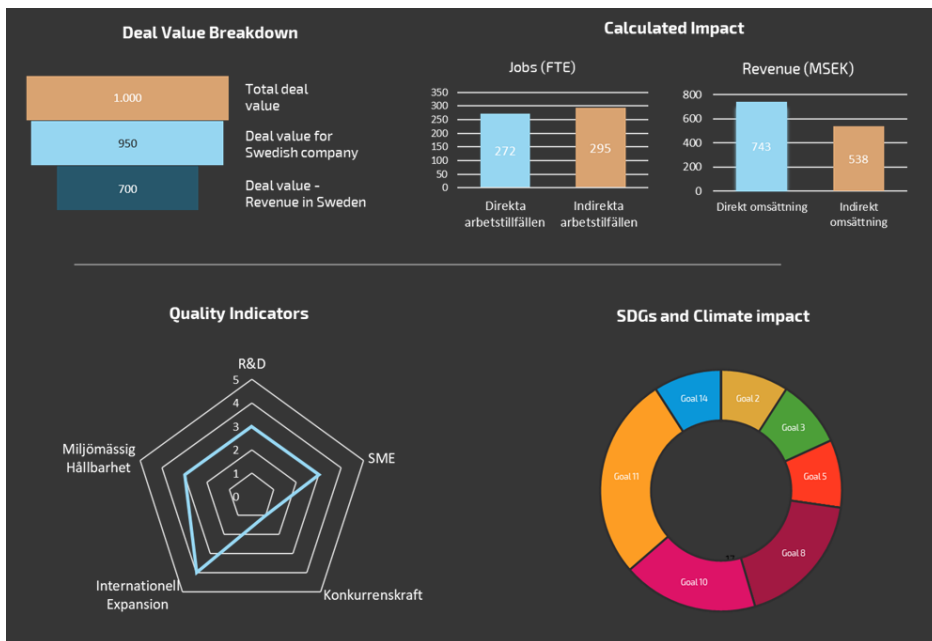


Bild 21 Den övre bilden visar en processbild över hur programlogik, dataarkitektur och KPIer har tagits fram. Den undre bilden visar ett exempel på utvärderingsverktyget.

Men hjälp av utvärderingsmodellen/verktyget har en första utvärdering gjorts för 5 HPO-projekt där stora affärer vunnits under 2021. Geografiskt finns två affärer i Afrika, två i Sydamerika och en i Asien och Oceanien. Det totala kontraktsvärdet för alla fem affärer var under 2021 knappt 14 miljarder kronor. Resultatet av utvärderingen/resultat-uppföljningen pekar på att dessa affärer skapar närmare 4 466 nya arbetstillfällen i Sverige varav cirka 2 300 uppskattas komma som en direkt konsekvens av de vunna affärerna, och resterande avser spridningseffekter i ekonomin. Vidare beräknas affärerna leda till omsättningsökningar på över 9,5 miljarder kronor för svenska företag där ca 5,9 miljarder kronor väntas vara en direkt effekt av affärerna, vilket framgår av Bild 22.

Utvärderingsmodellen/verktyget visar också hur affärerna är profilerade efter ett antal kvalitetsindikatorer. De vunna affärerna under 2021 hade stor tonvikt på innovation, miljömässig hållbarhet och internationell expansion. De små och medelstora företagen var dock förhållandevis lite involverade i dessa affärer samt att affärerna främst genomfördes i sektorer där Sverige inte har en tydlig stark konkurrensfördel jämfört med andra länder. De lägre nivåerna inom kategorin konkurrenskraft kan i stor utsträckning förklaras med att affärerna definierats som tillhörande tillverkningsindustrin som i modellen rankas lägre än andra branscher bland annat på grund av relativt hög arbetsintensitet och låg digitalisering.

Kopplat till Agenda 2030 och de globala hållbarhetsmålen uppskattas affärerna ha störst effekt på mål 9, "Bygga motståndskraftig infrastruktur, verka för en inkluderande och hållbar industrialisering samt främja innovation" samt mål 11, "Göra städer och mänskliga bosättningar inkluderande, säkra, motståndskraftiga och hållbara". Men effekter väntas även inom flera av de andra globala målen varav de största på mål 13, "Vidta omedelbara åtgärder för att bekämpa klimatförändringarna och dess konsekvenser", mål 8, "Verka för varaktig, inkluderande och hållbar ekonomisk tillväxt, full och produktiv sysselsättning med anständiga arbetsvillkor för alla" och mål 7, "Säkerställa tillgång till ekonomiskt överkomlig, tillförlitlig, hållbar och modern energi för alla". Sammantaget väntas de vunna affärerna bidra till alla utom ett av de globala målen i någon form.

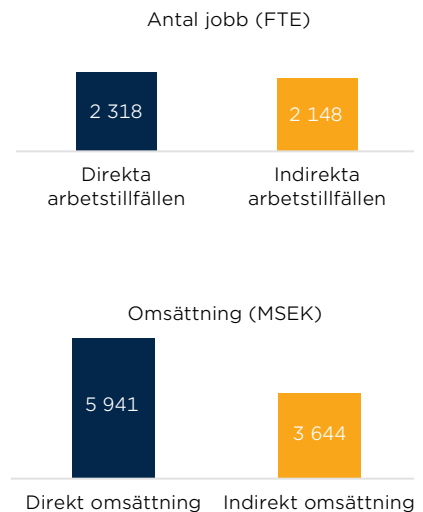


Bild 22 a, 22 b. Beräknade samhälls-ekonomiska effekter av affärer i HPO-programmet 2021

3 DEN INVESTERINGSFRÄMJANDE VERKSAMHETEN

Årsuppdraget till Business Sweden att ansvara för det statligt finansierade investeringsfrämjande verksamheten syftar till att attrahera och underlätta utländska investeringar i Sverige och därmed bidra till ökad sysselsättning och hållbar tillväxt i hela landet.

(Riktlinjer för Business Swedens statliga uppdrag)

3:1 INVESTERINGSFRÄMJANDET

UPPDRAG

Business Sweden ansvarar för Sveriges statliga investeringsfrämjande och hjälper utländska företag att investera och expandera i Sverige. Business Sweden ska inom den investeringsfrämjande verksamheten bidra till att attrahera och underlätta utländska investeringar i Sverige inklusive särskilda strategiska investeringar, och därmed bidra till ökad sysselsättning och hållbar tillväxt i hela landet. Investeringsfrämjaruppdraget är statligt finansierat och tjänsterna till utländska företag och organisationer är avgiftsfria. Arbetet bedrivs dels i Sverige i nära samverkan med regionala investeringsfrämjande organisationer och andra aktörer, dels på prioriterade marknader i världen i samverkan med utlandsmyndigheterna.








Övergripande ska investeringsfrämjandet:

- Öka kunskapen om och intresset för Sverige som en attraktiv destination för utländska investeringar.
- Besvara förfrågningar och bistå med etableringsrelevant information till utländska investerare.
- Identifiera investeringsmöjligheter och proaktivt attrahera och utveckla nyetableringar eller expansions- och följdinvesteringar, samarbetsavtal, förvärv och fusioner genom direktkontakt med utländska företag inom prioriterade investeringsområden och länder.
- Stödja investerare som är intresserade av att investera i Sverige.
- Leda, koordinera och stödja berörda lokala, regionala och nationella aktörer inom investeringsfrämjandet i enskilda projekt.

FOKUS PÅ PRIORITERADE INVESTERINGAR, OMRÅDEN OCH MARKNADER

Business Swedens verksamhet inom investeringsfrämjandet utgår från styrkeområden inom de svenska ekosystemen som har betydelse för svensk framtida konkurrenskraft, sysselsättning och tillväxt och som kan erbjuda attraktiva investeringsmöjligheter och miljöer för utländska företag. Arbetet bedrivs i nära samverkan med regionala investeringsfrämjande organisationer, berörda myndigheter, kluster, branschorganisationer samt experter inom området. Med bas i regeringens export- och investeringsstrategi beaktas särskilda prioriteringar och samverkansmöjligheter med regeringens samverkansprogram samt i linje med uttalade nationella strategier samt regionala styrkor och strategier. Business Sweden fokuserar specifikt på att främja högkvalitativa investeringar, dvs de investeringar som skapar störst värde för svensk ekonomi och som bäst bidrar till nytta för Sverige.

Export och investeringsfrämjandearbetet bedrivs inom sju affärsekosystem med tillhörande program. Prioriterade programområden för investeringsfrämjandet inom dessa affärsekosystem var under 2021:

 <p>Smart Energy</p>	<p>Advanced energy storage (Battery and Hydrogen program), Sustainable generation</p>	 <p>Digital Tech</p>	<p>Digital infrastructure (5G/IoT, datacenters, edge computing & cloud), Advanced digital technologies (transactional tech, AI and advanced analytics, Immersive and visualization, emerging tech)</p>
 <p>Smart Transport</p>	<p>Future mobility technologies (Autonomous driving, Automation, Sensors and Software, MaaS), E-mobility & Renewable fuels (Electromobility, charging infrastructure), Transportation Solutions & Infrastructure</p>	 <p>Life Sciences</p>	<p>Precision medicine, Connected health, Infection control, Pharma and Biotech manufacturing</p>
 <p>Smart Industry</p>	<p>Industrial transformation, sustainable production</p>	 <p>Sustainable Lifestyle</p>	<p>Consumer Products & Retail, Food</p>
 <p>New Materials</p>	<p>Circular Materials, Battery supply chain, sustainable mining</p>		

Med utgångspunkt från respektive programområdes styrkor och investeringsmöjligheter identifieras marknader där kritisk massa av relevanta målbolag är lokaliserade och där förutsättningarna att attrahera investeringar till Sverige är som bäst. De målbolag som identifieras på dessa marknader är ofta världsledande inom sina områden och bedöms därför ha stor investeringskapacitet med intresse för Sverige. De identifierade målbolagen och potentiella investerarna bearbetas därefter genom olika typer av riktade marknadsföringsinsatser. Detta kan ske via långsiktig nyckelkundsbearbetning, olika marknadsföringsaktiviteter och events på de större marknaderna i Europa, Nordamerika och Asien samt på tillväxtmarknaderna. De potentiella investerarna bearbetas sedan genom riktade insatser av Business Sweden och med stöd av utlandsmyndigheterna.

Prioriterade marknader 2021 (beroende på programområde):

- *Asien:* Kina, Japan, Sydkorea, Indien, Taiwan, Australien
- *Europa:* Storbritannien, Tyskland, Frankrike, Italien, Spanien, Schweiz, Österrike, Norge, Finland
- *Nordamerika:* USA, Kanada, Brasilien

STÖD FÖR UTLÄNDSKA FÖRETAG ATT INVESTERA I SVERIGE

Business Swedens stöd till en potentiell investerare påbörjas när ett intresse från ett utländskt företag uppstått och en dialog inletts. Dialogen kan ha initierats genom proaktiv bearbetning enligt ovan eller genom inkommande förfrågningar. Beroende på det utländska företagets behov, typ av investering och var i beslutsprocessen företaget befinner sig, bistår Business Sweden med olika typer av tjänster.

Exempel på tjänster inom investeringsfrämjandet:

- **Identifiera svenska investeringsmöjligheter och match-making** – Stöd att identifiera och sammanföra investerare med rätt investeringsmöjligheter samt erbjuda brett kontaktnät av företag, institutioner, kluster, etc. inom respektive investeringsområde.
- **Skräddarsydd information och beslutstöd** – Leverans av skräddarsytt investeringsbeslutsstöd, exempelvis information om Sveriges styrkor, branscher, affärsklimat, olika typer av jämförande data med andra länder, regelverk, etableringskostnader och mer.

- **Arrangemang av besöksprogram i Sverige** – Stöd att öka kunskapen om Sverige, de konkreta investeringsmöjligheterna, marknaden, affärsklimatet, branschen och träffa relevanta aktörer.
- **Lokaliseringshjälp ("site selection")** – Hjälp att identifiera och utvärdera rätt lokalisering i Sverige för placering av verksamhet. Stöd i dialog och förhandling med lokala, regionala, nationella myndigheter och aktörer.
- **Etableringsinformation** – Allmän information och råd om bolagsbildning och drift av företag i Sverige, regelverk såsom exempelvis bolagsrätt, arbetsrätt, skatter, socialförsäkring och annan praktisk information.
- **Introduktion till nätverk och tjänsteleverantörer** – Introduktion till alla nödvändiga privata och publika nätverkskontakter (tjänsteleverantörer, organisationer, myndigheter med flera) för att framgångsrikt kunna investera och etablera verksamhet i Sverige.

EXPANDERA UTLÄNDSKA VERKSAMHETER I SVERIGE

Business Sweden verkar för att utlandsägda företag med betydande verksamhet i Sverige ska expandera verksamheten i Sverige och har även erhållit regeringsuppdrag via ändringsbudgeten 2019 att under perioden 2020-2022 systematisk bearbeta företag som genomfört investeringar i Sverige i syfte att främja följdinvesteringar.

Denna insats sker i nära samarbete med regionala främjarorganisationer där beslutsfattare på utvalda företag, både lokalt i Sverige samt centralt på koncernnivå, erbjuds stöd att identifiera förutsättningar och möjligheter att attrahera expansioner till den svenska verksamheten. Insatsen, som tidigare bedrevs inom ramen för ett riktat uppdrag har skalats upp under 2021 för att omfatta ytterligare verksamhetstyper som t.ex. stabsfunktioner och FoU-avdelningar. Engagemanget i uppdraget har även ökat under 2021 från både nationell, regional och lokal nivå. Detta som del av den omställning som har skett och sker inom internationella företags globala verksamheter och som påverkats av förändrade lokaliseringsstrategier. Faktorer som pandemin och ökad efterfrågan av regionalisering av verksamheter har drivit på engagemanget från både näringslivet och offentliga främjandeorganisationer.

HIGH POTENTIAL INVESTMENTS (HPI)

Business Sweden erhöll ett tilläggsuppdrag från regeringen via ändringsbudgeten 2019 avseende främjandet av utländska investeringar med särskilt hög potential och kvalitet. Arbetet handlar om att identifiera investeringsmöjligheter som kan vara av särskilt strategiskt svenskt intresse och att projektleda långsiktigt inriktade insatser tillsammans med relevanta aktörer för att attrahera dessa investeringar. Under 2021 har 7 (7) HPI-projekt drivits, majoriteten av dessa är kopplade till den pågående industriomställningen inom batterivärdekedjan.

ÖKA KUNSKAPEN FÖR SVERIGE SOM INVESTERINGSLAND

I tillägg till det proaktiva arbetet med att attrahera och möjliggöra internationella investeringar till Sverige inom prioriterade investeringsområden, omfattar investeringsfrämjandet även att öka den generella kunskapen om och intresset för Sverige som en attraktiv marknad för utländska investeringar. Målet är att öka de inkommande förfrågningarna genom olika marknadsförings- och kommunikationssinsatser samt informationsspridning genom digitala kanaler, nätverk och samarbetspartners. Se kapitel 3:4 för exempel på genomförda aktiviteter.

3:2 RESULTATUPPFÖLJNING AV DEN INVESTERINGSFRÄMJANDE VERKSAMHETEN

Business Sweden ska redovisa det statliga årsuppdraget på aggregerad basis och uppdelat på de olika verksamhetsområdena (exportfrämjande inkl. delområden respektive investeringsfrämjande) och med tydlig resultat- och effektutvärdering. Uppdelat per verksamhetsområde ska antalet aktiviteter/affärer/investeringar redovisas, inklusive strategiska affärer/investeringar redovisas.

(Riktlinjer för Business Swedens statliga uppdrag)

STYR- OCH UTVÄRDERINGSPROCESS (KVALITETSBEDÖMNING AV INVESTERINGARNA)

Business Sweden styr verksamheten mot högkvalitativa investeringar via en modell som utvärderar de investeringar i vilka Business Sweden är delaktiga i. Modellen vägleder prioriteringsarbetet i så väl de löpande som i de långsiktiga insatserna, likaså är den vägledande i utvärderingen av insatsernas resultat. Modellen bidrar till att styra verksamheten mot de strategiska och operativa målen (effekt mål), att Business Sweden medverkar till strategiskt viktiga investeringar (kvalitet) samt att Business Sweden levererar tjänster med högt mervärde (kundnöjdhet). Modellen består av 3 delar:

- **Strategisk måluppfyllelse** – Proaktivt och fokuserat arbete utförs i linje med strategin, det vill säga inom prioriterade sektorer mot prioriterade företag på utvalda marknader.
- **Kvalitet** – Investeringarnas kvalitet värderas under investeringsprocessen med stöd av fyra indikatorer: Storlek på investeringen, Direkt nytta av investeringen, Kvalitet på investeraren samt Framtida nytta av investeringen.
- **Kundnöjdhet** – Varje enskild investering betygsätts av de i investeringen involverade företag.



Bild 23: Styr- och utvärderingsprocessen

RESULTATUPPFÖLJNING 2021

Business Sweden rapporterar effekterna av den investeringsfrämjande verksamheten i form av de utländska investeringar som Business Sweden tillsammans med regionala partners har medverkat till. Nedan redogörs för utfallet av investeringsfrämjandet i enlighet med den modell som beskrivits ovan. Utfallet bör ses i ljuset av att den globala volymen av internationella investeringar till höginkomstländer enligt UNCTAD minskade kraftigt under 2020 med anledning av pandemin och att återhämtningen under 2021 skett från låga nivåer.

	2021	2020
Totalt antal investeringar	47	44
Investeringar av hög kvalitet	22	17
Antal öppna investeringsprocesser	1 110	1 156
Antal nya investeringsprocesser	552	512
Investerar nöjdhet (NKI)	90	93

Tabell 15. Resultatuppföljning investeringsfrämjandet 2021

Antalet öppna investeringsprocesser

Business Sweden hade vid utgången av 2021 1 110 (1 156) öppna investeringsprocesser varav 552 (512) var nya för året. En investeringsprocess startar när en potentiell investerarkontakt har kvalificerats och det finns ett initialt intresse för Sverige. Kontakterna är antingen inkommande eller proaktivt upparbetade och dialogerna kan vara i en tidig behovsfas eller senare i leverans och beslutsfas. Ofta är processerna långa varför en investeringsprocess kan vara öppen under flera år. Antalet inkommande förfrågningar om större investeringsprojekt till Sverige har ökat under 2021 när företag aktivt söker nya marknader i ljuset av pandemin och den globala omställningen.

Antal genomförda utländska investeringar – totalt och av hög kvalitet

Under 2021 har Business Sweden medverkat till 47 (44) utländska investeringar varav 22 (17) av "hög kvalitet" (High Quality Investments, HQI) enligt Business Swedens kvalitetsmodell för styrning och utvärdering av verksamheten (se ovan). Målet för 2021 var 33 (40) högkvalitativa investeringar. Sammantaget uppskattar investerarna att de genomförda investeringarna under 2021 bidrar till 1 727 planerade jobb första verksamhetsåret samt 4,9 miljarder kronor i investeringsvolym. Resultatet inkluderar även tilläggsupdraget att verka för expansionsinvesteringar.

Investerarnöjdhet

2021 års resultat med avseende på kundnöjdhet ligger fortsatt på en hög nivå med mycket nöjda kunder: 90 (93) och baseras på 39 (39) enkätsvar från företag som Business Sweden stöttat i investeringsprocesser.

Antal investeringar per affärssektor

Generellt är många investeringar i Sverige drivna av den gröna industriella omställningen. En ökad aktivitet inom fordonsindustrin och batterisektorn har fortsatt även under 2021, där digitaliseringen och elektrifieringen har pådrivit etableringsbeslut. Arbetet fortlöper att attrahera både batteritillverkare samt leverantörer till dessa med målet att Sverige ska ta en ledande position i den globala batteriindustrin. I resultatet, som spänner över affärssektorerna New Materials och Smart Transportation, återfinns även investeringar inom tillverkningsindustrin i stort, dvs även Smart Industry. Här återfinns även investeringar drivna av det proaktiva arbetet att expandera och behålla industriell verksamhet i Sverige.

Inom New Materials är investeringarna även kopplade till FoU-samarbeten inom bioekonomi och cirkulära material men även tillverkningsav biobränsle, kolfiber och gödningsmedel.

Inom området Digital Technologies är investeringarna kopplade till etablering av Tech-bolag, IT- och spelutvecklare samt R&D inom avancerade teknologier.

Inom Creative Industries & Food är investeringarna kopplade till etableringar av detaljhandels- och konsultföretag.

Life Science investeringarna handlar alla om kapitalinvesteringar av större utländska farmabolag eller private equity-bolag i mindre svenska R&D-tunga life science-bolag för kommersialisering eller kliniska prövningar.

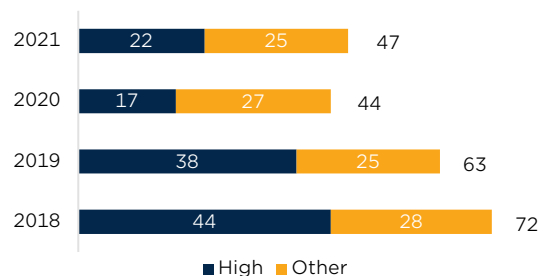


Bild 24. Antal investeringar av hög kvalitet samt totalt antal investeringar 2021

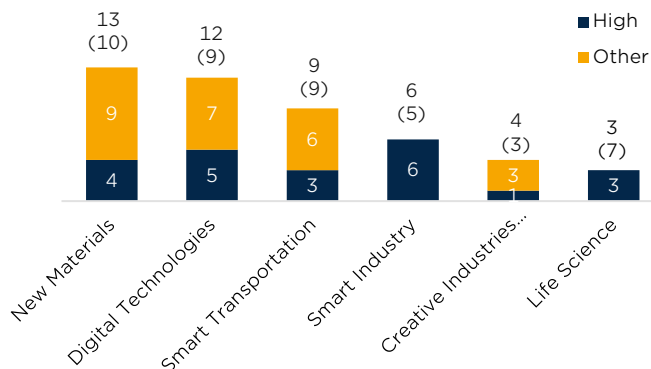


Bild 25. Antal investeringar per investeringsområde, totalt samt av hög kvalitet (High Quality). Inom parentes föregående års resultat totala antalet investeringar.

Antal investeringar per ursprungsland

Nytableringar kopplade till FoU-samarbeten inom fordonsindustrin och batterisektorn bidrar strakt till antalet investeringar från nordöstra Asien. Även från USA märks investeringar relaterade till bilindustrin och digitaliseringen. I Europa är bilden inte lika entydig då investeringarna är spridda över ett större antal branscher.

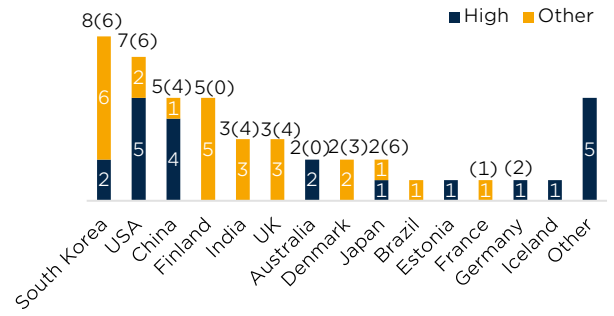


Bild 26. 2021 Antal investeringar per ursprungsland, totalt samt av hög kvalitet (High Quality). Inom parantes föregående års resultat

Antal investeringar per region i Sverige

Till antalet sett fortsätter storstadsregionerna att attrahera flest investeringar. Samtidigt skede ett skifte under 2021 i meningen att de högkvalitativa investeringarna fördelar sig bredare över fler regioner i landet och i linje med svensk industristruktur, där den storskaliga tillverkningsindustrin inte är begränsad till storstadsregionerna. Här har Business Sweden via uppdraget att verka för att utlandsägda företag med betydande verksamhet i Sverige ska expandera verksamheten i Sverige, kunnat stötta denna utveckling.

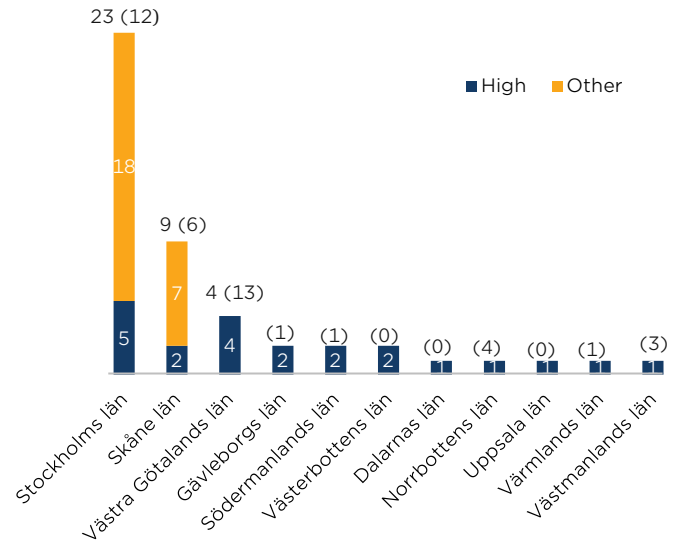


Bild 27. 2021 Antal investeringar per etablerings än i Sverige, totalt samt av hög kvalitet (High Quality). Inom parantes föregående års resultat.

Antal investeringar per typ

Andelen nytableringar ökade inom de starkt växande branscherna för batteri och digitalisering. Denna positiva utveckling drivs av den industriella omställningen. Antalet FoU-relaterade investeringar var kopplade både till strategiska samarbeten men även kapitalinvesteringar i FoU-tunga små och medelstora företag. Dessa är ofta mindre investeringar men viktiga då de svenska företagen får möjlighet att växa på nya marknader men även i Sverige och fortsätta bedriva forskning och utveckling.

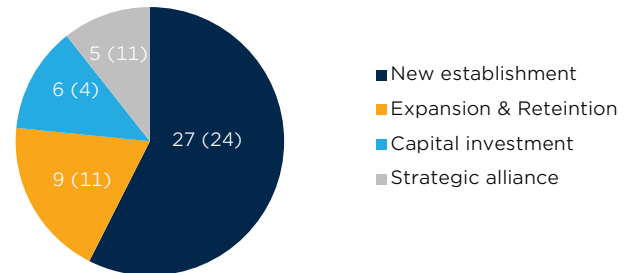


Bild 28. Antal investeringar per investeringstyp. Inom parantes föregående års resultat.

Skapade jobb

De 47 investeringarna som Business Sweden tillsammans med regionerna bidrog till under 2021 förväntas skapa drygt 1 700 arbetstillfällen inom det första verksamhetsåret enligt en uppskattning av företagen. För det andra verksamhetsåret bedömer företagen att arbetstillfällena blir 2 400.

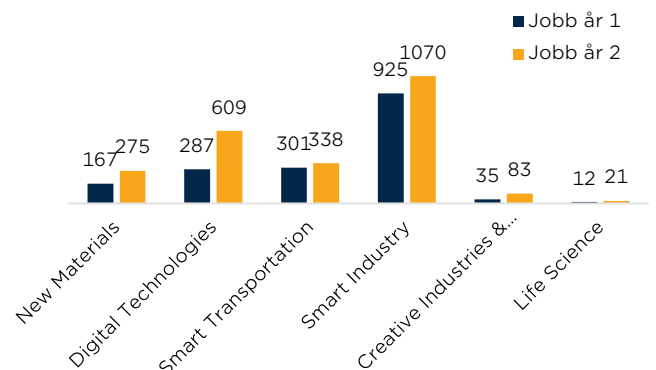


Bild 29. Antal arbetstillfällen* per investeringsområde. *Skattad siffra av de investerade företagen

Exempel på investeringar

- *Dongjin (Sydkorea)*: Etablering av batterikomponenttillverkning i Skellefteå för att förse Northvolt med material
- *Dana Automotive (USA)*: Etablering av tillverkningsenhet i Åmål för att producera elmotorer till fordonsindustrin
- *Harju Elekter (Estland)*: Etablering av fabrik för att tillverka elektroniska komponenter i Västerås
- *Xpeng (Kina)*: Etablering av nordiskt huvudkontor i Stockholm för försäljning av elbilar
- *Kirby Engineering (Irland)*: Etablering av nordiskt kontor i Gävle för specialiserad byggtreprenad inom mekanik och elektroteknik för verksamhetskritiska anläggningar
- *atNorth (Island)*: Etablering av datacenter i Kista
- *Global Brain Corporation (Japan)*: Investering i svenska life science-bolaget Flow Neuroscience
- *Talga Group Ltd (Australien)*: Etablering av pilotanläggning och innovationscenter för anodmaterialtillverkning för litiumbatterier i Luleå

UTVECKLING AV UTLÄNDSKA INVESTERINGAR GLOBALT OCH I SVERIGE

Globala direktinvesteringar

Business Sweden publicerar årligen en rapport om utvecklingen av de internationella direktinvesteringarna (Foreign Direct Investment, FDI). Årets rapport "Krasch och återstart – Direktinvesteringar i den globala och svenska ekonomin" ger facit över förra årets krasch för företagens utländska direktinvesteringar samt berättar om vändningen och uppgången. Därtill ges en framtidsspaning för de tre närmaste åren. Rapporten presenterar statistik över utländska direktinvesteringar i Sverige och direktinvesteringar globalt. Rapporten publicerades i juli 2021.

RESULTAT- OCH EFFEKTUPPFÖLJNING AV INVESTERINGSFRÄMJANDET

Historisk uppföljning av investeringsfrämjandet

I syfte att uppskatta samhällsekonomiska effekter av de utländska investeringar som det investeringsfrämjande arbetet resulterat i har Business Sweden följt upp nya utländska företagsetableringar, så kallade nyetableringar, och skapade arbetstillfällen för att beräkna spridningseffekter, bidrag till BNP och skatteintäkter. Analysen har genomförts i två steg under 2020 och 2021.

År 2020 Uppföljning av 86 nyetableringar mellan åren 2016-2018

Ett första steg i att utvärdera resultat och effekter av investeringsfrämjandet togs under hösten 2020. Uppföljningen baserades på 86 nyetablerade företag som mellan 2016-2018 tagit del av investeringsfrämjande insatser. Dessa 86 företag hade själva uppskattat det totala antalet arbetstillfällen (heltidsekvivalenter) inom första verksamhetsåret till ca 1 300 vilket med spridningseffekter i ekonomin⁷ motsvarar drygt 2 000 arbetstillfällen. Uppföljningen baserades på input från bolagen själva i kombination med bokslutsdata där kontakt ej var möjlig och visade att antalet faktiskt skapade arbetstillfällen blev drygt 1 400 vilket med spridningseffekter som uppstått i andra branscher beräknas motsvara närmare 3 000 arbetstillfällen. Skillnaden beror på att fler direkta arbetstillfällen har

⁷ Samhällsekonomiska värden har beräknats genom en så kallad input-output-modell, som förutom att beräkna de värden som skapas inom företagen även kan identifiera spridningseffekter till andra delar av samhällsekonomin.

skapats i branscher med mer utbredd interaktion med övriga delar av ekonomin än vad som ursprungligen förväntades.

Baserat på dessa uppskattade arbetstillfällen gjordes en beräkning av samlat BNP-bidrag och skatteintäkter. Denna beräkning visar att de genomförda och studerade investeringarna bidrar till svensk BNP med ca 3,1 miljarder kronor. Av dessa har ca 2 miljarder kronor uppstått genom direkta effekter i de branscher som investeringarna skett och ytterligare ca 1 miljard kronor har uppstått i andra branscher som indirekta effekter. De skapade arbetstillfällena har också bidragit till 630 miljoner kronor i skatteintäkter.

År 2021: Uppföljning av 228 nyetableringar mellan åren 2009-2020

Under 2021 togs ytterligare steg i att utvärdera effekterna av investeringsfrämjandet längre tillbaka i tiden (2009-2020). Studien avgränsas till 228 nyetableringar som skett under perioden. Totalt antal investeringar under perioden är betydligt fler (ca 800 st.) och fördelar sig över typerna nyetableringar, expansionsinvesteringar, strategiska allianser, kapitalinvesteringar samt förvärv. Datainsamlingsmetoderna från 2020 (självskattning och uppföljande intervjuer) ändrades och analysen 2021 följde istället upp företagen via bokslutsdata.

Studien syftade huvudsakligen till att belysa de effekter som skapas på samhällsnivå genom de investeringsfrämjande insatserna⁸. Dessutom beskriver rapporten företagens geografiska spridning i Sverige, sektorstillhörighet, omsättningsutveckling och utveckling av antal anställda sedan etablering. Företagen som deltagit i de investeringsfrämjande insatserna jämförs också på makronivå med andra typer av företagskategorier såsom nystartade företag och utländska företag.

Två år efter etablering i Sverige beräknas dessa 228 nyetableringar omsätta 6,2 miljarder kronor. Utöver dessa direkta omsättningseffekter genereras 4 miljarder kronor i omsättning genom spridningseffekter till andra delar av samhället. Nyetableringarna beräknas ha genererat omkring 1 950 arbetstillfällen två år efter etableringen, vilket genom spridningseffekter i samhällsekonomin resulterat i en ökning med 1 213 arbetstillfällen i andra delar av ekonomin. Den totala ökningen av antalet arbetstillfällen estimeras till närmare 3 200. Nyetableringarna beräknas generera en ökning i totala skatteintäkter med drygt 1,1 miljarder kronor två år efter etableringen. Av dessa är drygt 700 miljoner direkta effekter.

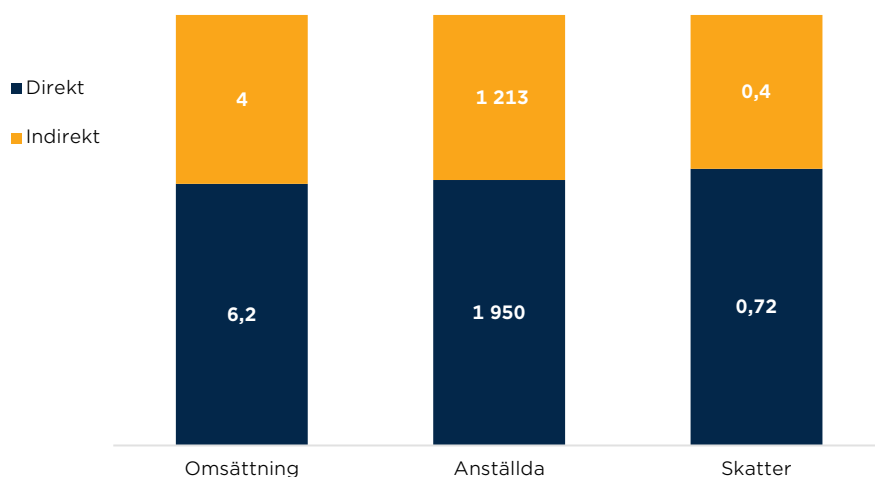


Bild 30. Skapade värden på samhällsnivå två år efter nyetablering

⁸ Samhällsekonomska värden har beräknats genom en så kallad input-output-modell, som förutom att beräkna de värden som skapas inom företagen även kan identifiera spridningseffekter till andra delar av samhällsekonomin.

3:3 SAMVERKAN INOM INVESTERINGSFRÄMJANDET

Investeringsfrämjandet ska bedrivas i linje med mål och inriktning för det samlade Sverigefrämjandet. Business Sweden ska i investeringsfrämjandet nära samverka med berörda nationella, regionala och lokala aktörer i arbetet med att förmedla en aktuell bild av Sverige inför relevanta aktörer i utlandet. Detta innebär bland annat att Business Swedens utlandskontor ska samverka med utlandsmyndigheterna i analys, kontaktskapande, planering och genomförande av investeringsfrämjande insatser.

(Riktlinjer för Business Swedens statliga uppdrag)

Inom ramen för det investeringsfrämjande uppdraget ska Business Sweden koordinera och utveckla samverkan med svenska regionala investeringsfrämjande aktörer och andra relevanta svenska samarbetspartners. Syftet är att skapa förutsättningar på nationell, regional och lokal nivå så att antalet utländska investeringar till Sverige kan öka. Samarbetet syftar även till att nå synergieffekter mellan medverkande aktörer för att på så sätt stärka möjligheterna för att rätt investeringar attraheras till Sveriges kluster och ekosystem. Samverkan sker dels genom samarbete med nationella aktörer som har i uppdrag att arbeta för Sveriges tillväxt och attraktionskraft (t.ex. Tillväxtverket, Vinnova, och Svenska institutet), dels genom samverkan med de regionala organisationer som har politiskt mandat att företräda respektive region i arbetet med att attrahera utländska investeringar.

SAMARBETET MED REGIONALA SAMARBETSPARTNERS

Samarbetet med svenska regionala investeringsfrämjare genomförs via seminarier, workshops, möten och regionala aktiviteter men även genom kontinuerlig dialog i konkreta investeringsprocesser. Syfte med dessa aktiviteter är att mobilisera regionala och lokala aktörer och öka kunskapen och kompetensen inom investeringsfrämjandet.

Detta görs genom att:

- Stimulera regioner och kommuner att organisera det investeringsfrämjande arbetet
- Bedriva kunskapshöjande insatser om vikten av den geografiska platsens internationella konkurrenskraft och dess roll i arbetet med att skapa förutsättningar för tillväxt på lång sikt
- Stödja i framtagande av kvalificerade och fokuserade värdeerbjudanden, i linje med Business Swedens arbete att ständigt producera fokuserat sälj- och marknadsföringsmaterial riktade till utländska investerare
- Stödja den regionala organisationen att mobilisera arbetet med att attrahera och stödja potentiella investerare
- Samverka mellan Business Swedens investeringsområden och berörda regioner för att leverera professionell service till potentiella investerare som visar intresse för Sverige

Blekinge	(Business Blekinge)
Dalarna	(Invest in Dalarna)
Fyrbodal	(Position Väst)
Gävleborg	(Invest in Gävleborg)
Göteborg	(Business Region Göteborg)
Halland	(Region Halland)
Jämtland	(Business Region Mid Sweden)
Jönköping	(Region Jönköping)
Norrbottnen	(Invest in Norrbotten)
Sjuhärad	(Business Region Borås)
Skaraborg	(Business Region Skaraborg)
Stockholm	(Invest Stockholm)
Skåne	(Invest in Skåne)
Värmland	(Business Värmland)
Västerbotten	(Region Västerbotten)
Västernorrland	(High Coast Invest)
Örebro	(Business Region Örebro)
Östergötland	(Region Östergötland)

Tabell 16. Regioner med samarbetsavtal inom investeringsfrämjandet.

Vid 2021 års slut hade Business Sweden samarbetsavtal med totalt 18 svenska regionala partners. Totalt har ett 20-tal kunskapshöjande workshops, utbildningsinsatser och möten hållits under 2021 i tillägg till det kontinuerliga operationella samarbetet inom investeringsfrämjandet. Bland annat har två större möten, Power Promotion Days, arrangerats med samtliga 21 regioner i Sverige med syfte att koppla samman arbetet i Business Sweden och regionerna i Sverige för ökad internationalisering inom ramen för både export och investeringsfrämjandet

TEAM SWEDEN INVEST

Business Sweden har på uppdrag av regeringen drivit och samordnat Team Sweden Invest sedan starten 2016. Syftet med grupperingen är att i nära samarbete med ett flertal nyckelaktörer i Sverige och med verksamhet relaterad till investeringsfrämjande, identifiera och föreslå åtgärder till hur Sverige kan verka mer samordnat och effektivt med

att attrahera utländska investeringar. Insatsen syftade även till att möjliggöra synergi-effekter mellan nyckelaktörerna.

Under 2021 hade Team Sweden Invest en nystart och kom att involvera ett större antal nyckelaktörer än tidigare, detta för att än mer operativt fokusera på konkreta processer i stora strategiska investeringar till Sverige och formera ett operativt samarbete mellan aktörer. Syftet är även att skapa ett forum för dialog om det operativa arbetet kring investeringshinder och förutsättningarna att investera i Sverige, samt för att aktivt samverka för att förbättra eller tillgängliggöra gemensamma resurser. Under året har tre stormöten genomförts samt ett löpande arbete skett i ett flertal större investeringsprocesser.

ÖVRIGA SAMARBETEN

Samarbete med övriga nationella och internationella organisationer och myndigheter inom investeringsfrämjandet har skett löpande. Exempelvis har samarbetet med Swedish Incubators & Science Parks (SISP) handlat om att öka det regionala samarbetet mellan science parks och regionala investeringsfrämjarorganisationer samt gemensamt verka för att skapa nya investeringsmöjligheter för att attrahera utländska företag att etablera sig och samverka med akademi och innovationsprojekt.

Vidare har också ett ännu närmare samarbete med Tillväxtverket inletts. Tillväxtverket är en viktig aktör i det löpande arbetet med utveckling av investeringsprocesser liksom en viktig part i diskussioner kring investeringshinder och finansiellt stöd till företag att investera i Sverige. Investeringsfrågorna kommer även upp inom ramen för arbetet inom den regionala exportsamverkan (RES), ett uppdrag som Tillväxtverket ytterst svarar för.

Vid sidan av Tillväxtverket är RISE en viktig samarbetsaktör för Business Sweden inom investeringsfrämjandet. Business Sweden och RISE har delvist samma målsättning i det att båda organisationerna strävar efter att få utländska bolag att förlägga forskning och utveckling i Sverige. RISE och Business Sweden har här en kompletterande rollfördelning i affärsprocessen varför ett samarbete framstod formaliserades i ett samarbetsavtal under 2018. I korthet bygger samarbetet på inledande och löpande företagskontakter av Business Swedens investeringsrådgivare, där möjligheterna till FoU-samarbete med RISE kring företagets prioriterade teknologitjänster marknadsförs och diskuteras. När intresse skapas initieras nya möten som involverar RISE tekniska expertis.

Samarbetet mellan RISE och Business Sweden fortsatte att utvecklas under 2021 och pandemin till trots utmynnade samarbetet i att ett antal nya forskningsprojekt från företag i Indien, Brasilien, Japan och Sydkorea etablerades. Därutöver pågår ett tiotal andra diskussioner om samarbete, vilka förs vidare in i 2022 års verksamhet. Därtill finns och uppkommer andra samordningsfördelar, såsom synkronisering av kommunikationsmaterial inom olika tematiska områden. På ett liknande sätt samverkar Business Sweden med andra FoU aktörer i Sverige, såsom Swemin i Luleå, där ett mycket stort projekt kopplat till det australiensiska bolaget Talga Resources landade under 2021.

Business Sweden och Svenska institutet samarbetar övergripande gällande främjandet av Sverige-bilden inom handels- och investeringsfrämjandet. Under år 2021 skedde det särskilt inom det uppdrag som Svenska institutet erhöll för att utveckla kommunikationsplattformen för Sverige som handels- och investeringsnation.

För att proaktivt utveckla och främja Sverige-bilden samverkar Business Sweden genom NSU (Nämnden för Sverige-främjandet i Utlandet), där bland annat UD, Svenska institutet och Visit Sweden ingår.

I det internationella perspektivet har Business Sweden fortsatt samverkat med OECD och aktivt tagit en ledande roll i det arbete som OECD driver för att öka transparens och kunskap om och för investeringsfrämjande organisationer runt om i världen.

3:4 KOMMUNIKATION OCH MARKNADSFÖRING INOM INVESTERINGSFRÄMJANDET

Huvuddelen av den generella kommunikationen, informationsgivningen och marknadsföringen av Sverige som investeringsland har under 2021 bedrivits inom ramen för respektive affärsekosystem. Även inkommande förfrågningar från internationella aktörer hanteras huvudsakligen inom dessa system.

Förfrågningar och etableringsinformation

Via den elektroniska brevlådan har 437 (367) inkommande förfrågningar besvarats. En uppskattning är att närmare 1 000 investeringsförfrågningar sammantaget inkommit till Business Sweden via e-mail, webb och telefon. Detta resultat är i linje med föregående år. Avsändarna är ofta utländska företag samt aktörer som indirekt genererar investeringar (exempelvis utlandsmyndigheter, konsulter och advokatbyråer). Att besvara dessa förfrågningar är en viktig del av investeringsfrämjandets tjänster och frågorna rör ofta konkreta investeringsmöjligheter inom olika investeringsområden. Andra vanligt förekommande frågeställningar rör generell etableringsinformation om skatter, bolagsfrågor, anställningsfrågor samt arbets- och uppehållstillstånd. Mindre omfattande förfrågningar, ofta från privatpersoner som vill flytta till Sverige och starta verksamhet, besvaras med standardsvar om villkoren i Sverige. En viktig källa i sammanhanget är de etableringsguider som Business Sweden tillhandahåller på webbsidan. Sammanlagt har 15 (15) etableringsguider uppdaterats under året.

Kommunikationsmaterial

Som bas för den investeringsfrämjande verksamheten är både generell kommunikation om Sverige och specifik branschrelaterad information av stor betydelse. Arbetet med att ta fram insiktsmaterial och genomföra digitala kampanjer har fortsatt under 2021. Materialet publiceras på Business Swedens webbplats eller på separata landningssidor och används sedan i sociala medier och i riktade email-utskick. De digitala kampanjerna används till att skapa intresse och dialog med målföretag. Nedan ges några exempel på kommunikationsmaterial som producerats och tillgängliggjorts under året:

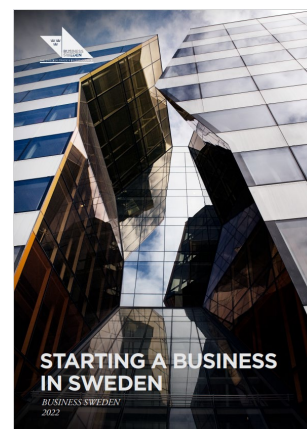
Etableringsguider

Etableringsguiderna beskriver hur ett utländskt företag kan starta och bedriva verksamhet i Sverige. Guiderna finns tillgängliga för nedladdning på business-sweden.com.

Exempel:

- Starting a business in Sweden
- Starting a private limited liability company
- Starting a branch
- Starting a franchise business
- Mergers & acquisitions
- Running a business in Sweden
- Corporate taxes in Sweden
- Commercial leases and rents
- Buying and building commercial properties in Sweden
- Business costs and prices on key services
- Employing staff – contracts and conditions
- Social security and pensions
- Tax relief on key foreign employees
- Work and residence permits
- Environmental Permitting Process

Under 2021 förekom över 600 besök på Business Swedens samlingsida för etableringsguider och totalt cirka 250 nedladdningar av kunskapsdelandematerial.



Retail Guide Sweden

Digital guide som marknadsför Sverige som etableringsland för internationella retail aktörer och fastighetsinvestorer. Samarbetsprojekt med regionala partners och HUI. Guiden finns endast tillgänglig digitalt format med interaktiva kartor.

Artiklar

Digitala artiklar som marknadsför Sverige som etableringsland.

Exempel:

- Going regional – the way forward
- Smart Industry: How Sweden paves the way for change
- Nordic battery cluster powering Europe and beyond
- Creating a new industry for tomorrow, Batteries by Sweden
- The Nordic race towards sustainable change
- Take on the challenge – business climate survey 2021
- Are your distributors a bottleneck?
- Sustainability development
- Why the US Entity list is a 'hidden' risk for exporters to China
- Time to adapt to a new reality

Totalt har Business Sweden skrivit 10 nya kunskapsdelande och insiktsdrivna artiklar under 2021, med ett snitt på 150 besök per artikel. Totalt noterades över 150 konverteringar till kontaktformulär, dvs. att besökarna efter att ha läst artiklarna har klickat sig vidare för att bli kontaktad av en av Business Swedens rådgivare.

Poddar och PoddTv

Digitala poddar och poddTv (kortare tv-avsnitt) som marknadsför Sverige som etableringsland

- Sustainable Mining Championing a Greener Future for Mining
- Nordic Battery Cluster Powering Europe and beyond
- Smart Industry – How Sweden Paves the way for Change
- Electrification and Smart Energy Driving Growth in Sweden's Battery Ecosystem
- New Business Landscape

Business Sweden ser ett ökande intresse för denna kanal och har över 500 lyssningar på ett av poddavsnitten. I snitt har Business Sweden cirka 100 besökare per podd/poddTV webbsida på business-sweden.com

Globala direktinvesteringar

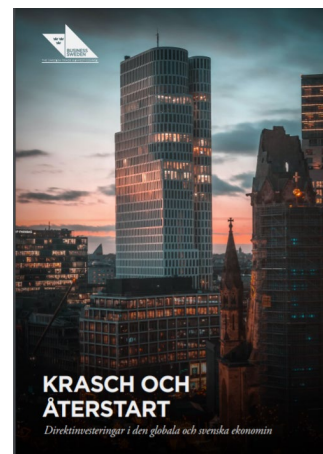
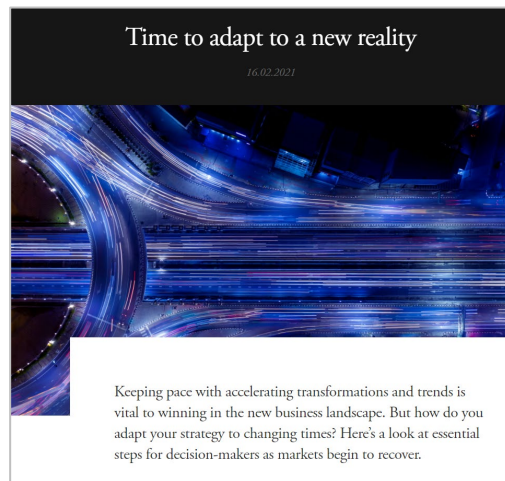
Business Sweden publicerar årligen en rapport om utvecklingen av de internationella direktinvesteringarna (Foreign Direct Investment, FDI). Årets rapport "Krasch och Återstart" ger insikter över förra årets krasch för företagens utlandsinvesteringar, men berättar också om vändningen och uppgången. Rapporten publicerades i juni 2021.

Kommunikations - & marknadsföringskampanjer

Digitala kampanjer som riktats mot prioriterade svenska och internationella företag (små som stora) och beslutsfattare inom prioriterad industrier. Olika kampanjer har olika syften, från varumärkesbyggande till lead genererande och ibland som en del av uppdragsleveransen. Under 2021 har ett stort fokus varit att öka kännedomen om Sveriges styrkeområden, Business Swedens prioriterade ekosystem.

Exempel:

- Hello, my name is Sweden
- Smart Energy: Nordic Battery
- Smart Transport
- Smart Industry
- Life Industry
- New Material
- Digital Technologies



Kampanjerna sker i flera kanaler parallellt, både digitala samt fysiska, och består av flera olika komponenter av kommunikationsinsatser. Trafiken drivs mot separata kampanjsidor där cirka 1 000 besök per kampanjsida noteras. Business Swedens ekosystemsdrivna kampanjer har uppnått cirka 70 000 visningar i digitala kanaler. För den globala kampanjen "Hello. My Name is Sweden" har en räckvidd om hela 350 000 visningar uppnåtts.

Digitala interaktiva kartor och "kartberättelser"

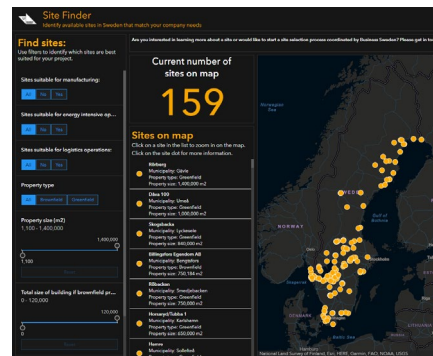
Uppdatering av interaktiva kartor för att visualisera klusters konkurrenskraft och investeringsmöjligheter i Sverige.

Exempel:

- Construction and infrastructure projects
- Datacenter industry
- Nordic battery cluster
- Manufacturing industry

Site selection-verktyget Site Finder

Utveckling och lansering av analys- och visualiseringsverktyg för att hantera tillgänglig mark och lokaler rörande storskaliga etableringar av exempelvis produktion, logistikanläggningar och datacenters. Totalt 159 (160) siter i 82 (80) kommuner är inlagda med hjälp av regionala partners för investeringsfrämjandet. Verktyget har också använts i kunddialoger för att presentera Sverige och möjliga lokaliseringar samt har möjliggjort att Business Sweden kunnat addera nya insikter till kunder med hjälp av data såsom demografi och industrier. Under 2021 noterades 2 400 besök på Sitefinder.



Budskapsplattformar

Under 2021 har Business Sweden långsiktigt arbetat för att ta fram budskapsplattformar för Sveriges styrkeområden/Business Swedens ekosystem. Syftet har varit att ta fram olika styrkeområden som de olika ekosystemen besitter samt tydliggöra budskapen för att marknadsföra Sverige som ett etableringsland.

Join Sweden

Business Sweden tilldelades en förstärkning om 25 miljoner kronor för att genomföra en särskild satsning på investeringsfrämjandet under 2021-2022.

Den särskilda satsningen består av fyra strategiska initiativ:

- Samordning av Team Sweden Invest som är en åtgärd inom regeringens export-och investeringsstrategi med syfte att omstarta och formera ett operativt samarbete för att underlätta för strategiskt viktiga investeringsprojekt. Under året har tre stormöten hållits samt ett löpande arbete i ett flertalet större investeringsprocesser.
- Genomföra utbildningsinsatser för utlandsmyndigheterna inom investeringsfrämjande med syfte att öka utlandsmyndigheternas involvering i det investeringsfrämjande arbetet. Under året har två utbildningsinsatser genomförts för samtliga utlandsmyndigheter och ett flertal riktade dialoger och med enskilda utlandsmyndigheter och stöd i investeringsrelaterade aktiviteter.
- Utveckla arbetsmetoder för att effektivisera främjandet av fler högkvalitativa investeringar (sk High Potential Investments, HPIs). Under året utvecklades en strukturerad process och arbetsmetod tillsammans med Utrikesdepartementet och relevanta aktörer från Team Sweden Invest för att långsiktigt projektleda insatser för att attrahera HPI. Processen har under året bidragit till ett mer effektivt arbetssätt i de 7 (7) HPI-projekt som drivits.
- Förstärka marknadsföringen av Sverige som investeringsland genom att genomföra en internationell marknadsförings- och kommunikationskampanj, *Join Sweden to Pioneer the Possible* samt en internationell, fysisk investerarkonferens, *Join Sweden Summit* som är planerad till 20-21 juni 2022. Höga beslutsfattare hos prioriterade företag och branscher, såväl internationellt, som nationellt och regionalt i Sverige bjuds in proaktivt. Planering har pågått under året för att förbereda och marknadsföra högnivämötet och den digitala sändningen samt en global kommunikationskampanj i 11 prioriterade investeringsmarknader.



Arbetet genomförs i samarbete med Sveriges regioner och Team Sweden Invest partners samt i nära dialog med Utrikesdepartementet, Näringsdepartementet och Svenska institutet. Ett nära samarbete har också skett under året mellan utlandsmyndigheterna och Business Sweden på de prioriterade marknaderna i arbetet att bjuda in prioriterade VIP-deltagare till konferensen.

Den globala kommunikations- & marknadsföringskampanjen 'Join Sweden' lanserades i slutet av juni 2021 och riktas mot 11 prioriterade investeringsmarknader i region Amerikas, EMEA och APAC. Här drivs trafik både mot en kampanjsida och mot plattformen för en digital summit som äger rum i juni 2022. Annonsering i digitala kanaler har hitintills nått en räckvidd i digitala kanaler om 350 000 visningar och cirka 300 personer har anmält sig till den digitala delen av konferensen. Kampanjen kommer exponentiellt att öka innehålls- och annonseringsmässigt under 2022.

4 ÖVRIGT

4:1 BUSINESS SWEDENS ARBETE MED INFORMATIONSSÄKERHET

Business Sweden ska upprätthålla en ändamålsenlig informations- och cybersäkerhet för sin verksamhet. Information om vilka åtgärder som vidtas i informations- och cybersäkerhetssyfte samt vad åtgärderna bedöms ha lett till ska redovisas i den årliga återrapporteringen.

(Riktlinjer för Business Swedens statliga uppdrag)

Året för IT har präglats av fortsatt kontinuerlig förstärkning av IT-, informations- och driftsäkerhet i form av investeringar i förstärkt infrastruktur samt en förstärkning av IT-organisationen. Flera centrala projekt har inletts:

- En översyn av verksamhetens grundläggande ERP-system (Enterprise Resource Planning), som innefattar finans- och redovisningssystem inkluderande reskontror, lönesystem och även moduler för att stödja controllerfunktionen. Resultatet av analysen kommer under första kvartalet 2022 och effekter av arbetet förväntas redan under 2022. Arbetet omfattar förändrade och förstärkta processer, en förändrad konfiguration för att bättre harmonisera med gruppens organisatoriska struktur samt lagkrav. I arbetet ingår även en översyn av systemval.
- En ny uppdaterad total IT-strategi för verksamhetens kommande fem år inkluderande såväl IT- och informationssäkerhet, teknologival som digitalisering. Rapporten levereras under det första kvartalet 2022.
- En ny portal för att stödja verksamhetens interna och externa projektarbeten. Business Sweden implementerar en ny projektportal som bygger på Microsoft Teams funktioner men med förstärkt dokumentskydd och uppgraderade processer kring livscykelhantering och dokumenthantering. Den första fasen implementeras under andra kvartalet 2022 och den andra kompletterande fasen under tredje kvartalet.

4:2 STATLIGA UTREDNINGAR OCH UPPFÖLJNINGAR

Ett system för granskning av utländska direktinvesteringar

Under 2020 inleddes en utredning avseende inrättande av ett system för granskning av utländska direktinvesteringar inom skyddsvärda områden (Dir. 2019:50). Utredningen har lämnat sitt slutbetänkande som nu är på remiss. Business Sweden medverkade i en expertgrupp kopplad till utredningen.

Granskning av statliga insatser för att attrahera datahallar

Riksrevisionen har inlett en granskning av statliga insatser för att attrahera investeringar i datahallar och har intervjuat Business Sweden vad gäller Business Swedens investeringsfrämjande arbete avseende datahallar. Granskningen planeras vara avslutad i juni 2022.

4:3 JÄMSTÄLLDHET

Arbetet med ökad kvinnlig representation av Handelssekreterare

Den nedåtgående trenden som Business Sweden hade i slutet av 2020 gällande kvinnlig representation i på positionen som handelssekreterare går nu i en positiv riktning jämfört med den uppsatta målbilden om en andel på minst 40%. Under 2021 gjordes fyra nya utnämningar, varav tre var kvinnor.

Business Sweden har under 2021 genomfört en omfattande förstudie för att få en djupare förståelse kring inkludering och mångfald. Förstudien innehöll en enkät till alla

medarbetare i organisationen, djupintervjuer av chefer och stödfunktioner, samt en analys av personal- och verksamhetsrelaterade data. Studiens resultat ligger till grund för riktade åtgärder för att kunna främja en högre grad av inkludering, jämställdhet och mångfald inom organisationen. Studien visar på styrkor att bygga på i det fortsatta arbetet, men ger också en tydlig bild av de utmaningar som de riktade åtgärderna ska adressera. Det finns en hög grad av medvetenhet i Business Sweden kring vikten av att kommunicera mål och följa upp insatser inom området, vilket ger en bra grund för att etablera tydliga globala måttal och fortsätta arbetet med centrala HR-relaterade processer, varav flertalet redan är globala. Studien visar även på ett stödjande team och en god arbetsmiljö som präglas av respekt från närmaste chef och kollegor och där medarbetare känner sig värderade för sina olika perspektiv.

En av de största utmaningarna berör Business Swedens icke-svenska medarbetare, samt medarbetare som identifierar sig som en minoritet som inte känner samma grad av inkludering i organisationen. Business Sweden ser även tendenser till att utveckling och karriärmöjligheter är ojämnt fördelade, och att icke-svenskar och kvinnor missgynnas över tid. Det finns ett tydligt behov av mer stöd och riktlinjer, samt utbildning inom området.

Under början av 2022 kommer en global arbetsgrupp att tillsättas, med representation från centrala funktioner och alla geografier. Arbetsgruppen har i uppdrag att komplettera och leverera på åtgärdsplanen, med kort- och långsiktiga aktiviteter.

Business Swedens planerade åtgärder är där:

- Sätta och följa upp globala måttal kopplade till långsiktiga målsättningar, så som:
 - Andel kvinnor och icke-svenskar på samtliga karriärnivåer
 - Uppföljning av takt i karriärutveckling samt andel befördrade kvinnor och icke-svenskar
 - Personalomsättningsgap
 - Nivå av upplevd inkludering (enkätbaserad)
- Utbildningsinsatser för alla chefer
- Skapa nya karriärvägar vid sidan av handelssekreterarrollen
- Transparenta rekryteringsprocesser med utlysning av tjänster samt krav på diversifierade kandidatpresentationer
- Tydligare krav gällande engelska som arbetspråk.

4:4 HÅLLBARHET

Under 2021 har Business Sweden fortsatt arbetet mot det strategiska målet att verka som en katalysator för hållbar tillväxt, grön omställning och ansvarsfullt företagande. Inom ramen för Business Swedens Strategi 2025 ska hållbarhet genomsyra organisationens interna och externa verksamhet. Det innebär bland annat att arbeta mot hållbarhetsstrategins fyra strategiska fokusområden:

- *Accelerera exporten av svenska hållbara lösningar* för att bidra till grön omställning och hållbar tillväxt.
- *Öka andelen utländska hållbara investeringar till Sverige* för att påskynda Sveriges industriomställning, skapa fler jobb och främja hållbar tillväxt.
- *Främja internationellt hållbart företagande* genom kunskapshöjande insatser samt bistå exportföretagen att identifiera, förebygga och hantera hållbarhetsrisker kopplat till korruption, mänskliga rättigheter, arbetsvillkor, miljö/klimat i deras globala värdekedjor.

- *Positionera Sverige och svenskt näringsliv* som ledande aktörer för grön omställning, hållbar utveckling och ansvarsfullt företagande i syfte att öka kunskap, främja innovationssamarbete och skapa incitament och efterfrågan på hållbara lösningar och ansvarsfulla affärer.

Genom Business Swedens unika mandat, internationella närvaro och goda kännedom om lokala förutsättningar kan organisationen aktivt stärka Sveriges och det svenska näringslivets möjligheter att bidra till genomförandet av Agenda 2030 och Parisavtalet. Business Sweden har under 2021 fortsatt verka för att leverera på den strategiska målbilden genom tre centrala initiativ och aktiviteter:

KLIMATET I FOKUS

Sverige är ledande inom innovation, hållbarhet och samarbete och har skapat världsledande teknologier och lösningar som efterfrågas internationellt. Business Sweden har under 2021 genomfört omfattande insatser för att utveckla det långsiktiga, strategiska och samverkande initiativet *Pioneer the Possible* som går ut på att identifiera och matcha globala klimatutmaningar med hållbara lösningar i syfte att stärka svensk konkurrenskraft och främja grön omställning i Sverige och globalt.

KUNSKAPSHÖJANDE INSATSER

Business Sweden har under året genomfört flera interna och externa kompetens- och kapacitetshöjande insatser. Utöver löpande interna hållbarhetsövningar och föreläsningar inklusive obligatorisk kurs i Business Swedens uppförandekod har *Business Sweden Sustainability Academy* lanserats. Den skräddarsydda hållbarhetsakademien har inrättats för att stärka organisationens möjligheter att bättre bistå företagen att accelerera deras positiva påverkan och minimera deras hållbarhetsrisker.

INTERNA PROCESSER

Ett internt arbete med att utveckla processer, metoder och riktlinjer för att bättre inkorporera hållbarhetsaspekter inom konsultverksamheten har genomförts. Ett tydligare ramverk och definitioner för gröna export- och investeringsprojekt utifrån EU:s taxonomi har också arbetats fram. För att reducera Business Swedens interna klimatavtryck har designade "Climate Champions" utsetts i organisationen för att skapa engagemang i frågorna samt anpassa klimatåtgärder och insatser efter lokala förutsättningar.

Hållbarhetsrapporten finns tillgänglig på www.business-sweden.com.

4:5 MARKNADSKOMMUNIKATION OCH DIGITALISERING

Effektiv kommunikation är kritisk för att leverera på både vårt statliga och privata uppdrag

Business Sweden kommunicerar proaktivt på tre huvudsakliga arenor: företagsarenan, samhälls- respektive medarbetararenan. Att upprätthålla en effektiv kommunikation med svenska och internationella företag är kritiskt för att kunna leverera både på de statliga och privata uppdragen. Kommunikationen har tre syften:

- Öka kännedomen om Business Sweden
- Attrahera företag att vilja samarbeta med Business Sweden
- Attrahera globala talanger att vilja jobba i organisationen

Fortsatt investering i datadriven och automatiserad kommunikation och marknadsföring

Under 2021 har Business Sweden fortsatt investera i kunskapsutveckling och insiktsanalyser inom prioriterade marknader, industrier och tjänster – både i Sverige och globalt. Business Sweden fortsätter även att investera i en data- och analysdriven kommunikation

och marknadsföring, samt i ökad automatisering. Business Swedens webb är en av flera viktiga plattformar. Under föregående år har fokus varit att utveckla webben exempelvis med bättre sökfunktioner och en förenklad access till våra tjänster för svenska små och medelstora företag, liksom fördjupade insikter om Sveriges styrkeområden. Våra kommunikations- och marknadsföringsinsatser driver inte bara trafik till Business Swedens webbplats, utan också till separata kampanjsidor samt till *InvitePeople*, vår streamingplattform för hybridevent.

Riktade globala och regionala kampanjer

Business Sweden har fortsatt att genomföra globala och regionala kommunikations- och marknadsföringskampanjer med en mix av innehållsformat och kanaler anpassat efter de olika målgrupperna. Under 2021 genomfördes 29 kommunikations- och marknadsföringskampanjer, 10 fler än föregående år. Med störst tyngd i de större främjandeaktiviteterna som exempelvis COP 26 i Glasgow, Nationella veckan vid World Expo i Dubai och utgående näringslivsdelegationer till Italien och Frankrike, samt inkommande statsbesök från Spanien.

Kraftsamling i kampanjer ger effekt

Business Swedens långsiktiga investering i proaktiv och insiktsdriven kommunikation och marknadsföring samt fokuserade kraftsamling i kampanjer under de senaste åren har gett effekt. Det totala antalet följare av Business Sweden i sociala medier och deras engagemangsnivåer fortsätter att öka, särskilt på LinkedIn, Instagram och Youtube trots en hög tillväxt förra året. Nu har Business Sweden totalt 75 000 följare i sociala medier.

Stabil kännedom och attraktivitet kring varumärket

Kännedomen om Business Sweden hos svenska företag fortsätter att vara relativt stabil med en stark ökning mellan 2019 (80 %) och 2020 (85 %) för att under 2021 tappa något och landa på 83 %. Kännedomen har legat stabilt på 80 % eller över de senaste tre åren. Det har skett en sammantagen ökning på 29 procentenheter, från år 2014 (53 %) till år 2021 (83 %). Samma undersökning visade att varumärkesattraktiviteten för Business Sweden ökade 2020 med två enheter, från 48 till 50. Under 2021 har varumärkesattraktiviteten legat kvar på samma nivå.

Digitalisering för ökad effektivitet och effekt

Business Swedens löpande arbete med att förbättra tjänsteleveransen och öka den interna effektiviteten genom att digitalisera processer har fortsatt sätta avtryck under 2021. Investeringen i verktyg och processer för att genomföra delegationer och events i online- och hybridformat har fått kraftig utväxling. Under 2021 hade Business Sweden över 5 000 beslutsfattare från näringslivet och andra intressenter som deltog i delegationer och events helt eller delvis i digitalt format. Utan denna investering och implementering hade Business Sweden haft svårt att erbjuda denna volym av exponering för svenska företag under ett år som fortsatt präglats av restriktioner kring pandemin.

BILAGA 1. REGERINGS- OCH REGERINGSKANSLIUPPDRAG

I denna översikt redovisas de regerings- och Regeringskansliuppdrag som Business Sweden erhållit utöver det statliga grunduppdraget via Utrikesdepartementet. Dessa uppdrag redovisas separat till respektive uppdragsgivare och i vissa fall till Kammarkollegiet och beskrivs därför endast kortfattat i denna redovisning. I tabellen nedan sammanfattas dessa uppdrag:

DATUM/DIARIENR.	NAMN/BESKRIVNING	SUMMA
2021-09-20 UD2021/14678 (delvis)	Regeringens exportpris för kulturella och kreativa näringar. Medel till Business Sweden med anledning av regeringens exportpris för kulturella och kreativa näringar.	100 tkr
2018-06-20 N2018/03429/SPN	Uppdrag att stödja demonstrationsplattformen Smart City Sweden. Del av regeringens uppdrag åt Energimyndigheten att stödja utveckling av främjandet av lösningar för smarta och hållbara städer inom ramen för demonstrationsplattformen Smart City Sweden. Delrapportering sker årligen till Näringsdepartementet senast den 31 mars.	1 000 tkr 2021 (1 000 tkr 2020) (1 000 tkr 2019) (1 000 tkr 2018)
2019-12-19 N2019/03242/JL	Uppdrag att genomföra åtgärder under 2020-2025 inom ramen för livsmedelsstrategin Uppdraget inkluderar livsmedelsexportprogram med fokus på små och medelstora livsmedelsföretag. Delrapporteras årligen till Näringsdepartementet samt Tillväxtverket senast 28 februari.	20 000 tkr 2021 (20 000 tkr/år 2021-2025)
2021	Strategic Project Opportunities (SPO). Uppdrag från UD FH PIH där Business Sweden ansöker om delfinansiering hos Utrikesdepartementet för sektorsspecifika insatser, särskilt för affärer i tidig fas. Se avsnitt 2.4 Riktat exportfrämjande	9 000 tkr 2021
2021-10-28 UD2021/15891	Uppdrag till Sida, Kommerskollegium, Svenska institutet, Business Sweden och EKN att utveckla Sustainable Transition through Economic Partnership. Delrapportering 1 juni 2022 och slutrapport 31 december 2022.	Ingen finansiering

BILAGA 2. ÄNDRINGSBESLUT RIKTLINJER

I denna översikt redovisas uppdrag som tillkommit enligt ändringsbeslut 2019-2021.

DATUM/DIARIENR.	NAMN/BESKRIVNING	SUMMA
2021-07-01 UD2021/09765	Ändring av riktlinjerna för budgetåret 2021 avseende förstärkta tjänster till regional exportrådgivning inom ramen för Småföretagsprogrammet i syfte att erbjudandet av förstärkta tjänster till stöd för företag ska göras tillgängligt i hela Sverige.	10 000 tkr
2020-06-25 UD2020/08905/RS (delvis) UD2020/09389/FH	Ändring av riktlinjer för budgetåret 2020 avseende exportfrämjande verksamhet för användning där den försvagade svenska kronkursen medfört ökade kostnader för verksamhet inom ramen för det exportfrämjande uppdraget.	6 000 tkr
2019-11-14 UD2019/17599/FH	Ändring av riktlinjerna för budgetåret 2019 avseende export-och investeringsfrämjande verksamhet. Uppdrag avseende insatser inom ramen för regeringens export-och investeringsstrategi.	38 000 tkr exportfrämjande 12 000 tkr Investerings- främjande

BILAGA 3. STÖRRE ÖVRIGA UPPDRAG FRÅN MYNDIGHETER OCH STATLIGA AKTÖRER UNDER 2021

	NAMN/BESKRIVNING	SUMMA
Energimyndigheten	Främjande genom programmet Sustainable Heating and Cooling by Sweden i UK, Frankrike och Kina. Främjande av småbolag inom energi- och miljötekniksektorn i bl.a. USA, Kina och UK genom programmet Cleantech Hubs, samt främjande av småbolag inom energisektorn genom Innovationsacceleratorprogrammet i Indien och Indonesien. Kartläggning av den nordiska batterivärdekedjan för batterier.	11 260 Tkr
Utlandsmyndigheterna	Främjandeprojekt tillsammans med utlandsmyndigheterna på flertalet marknader.	4 800 Tkr
Swedfund	Insatser bl.a. till stöd för Swedfund Project Accelerator i specifika länder.	3 730 Tkr
Nordic Innovation	Insatser inom ramen för främjande av hållbara städer i bl.a. UK, USA, Singapore och Japan.	2 350 Tkr
Svenska Institutet	Insatser inom ramen för Swedish Institute Management Program i Kenya, Uganda, Rwanda, Etiopien, Zambia och Tanzania.	2 160 Tkr
Vinnova	Insatser kopplade till innovationsfrämjande i bl.a. USA, Indien, UK, Frankrike, Tyskland, och Österrike.	2 140 Tkr



We help Swedish companies grow global sales and international companies invest and expand in Sweden.

BUSINESS-SWEDEN.COM

*BUSINESS SWEDEN Box 240, SE-101 24 Stockholm, Sweden
World Trade Center, Klarabergsviadukten 70
T +46 8 588 660 00 F +46 8 588 661 90
info@business-sweden.se*



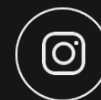
[LINKEDIN.COM/COMPANY/BUSINESS-SWEDEN](https://www.linkedin.com/company/business-sweden)



[TWITTER.COM/BUSINESSSWEDEN](https://twitter.com/BUSINESSSWEDEN)



[FACEBOOK.COM/BUSINESSSWEDEN](https://www.facebook.com/BUSINESSSWEDEN)



[INSTAGRAM.COM/BUSINESSSWEDEN](https://www.instagram.com/BUSINESSSWEDEN)