

FÖRETAG

# Update

SVEA

#1 2025

Så ska svensk e-handel svara på den kinesiska konkurrensen

**"Vi ser ljuset**  
– frågan är hur lång är tunneln"

**AI** En hajp eller verklig förändring?

Onlineshoppare är rädda för bedrägerier – känner du igen dig?

**Cybersäkerhet 2025:**  
**Har ditt företag gjort sin hemläxa?**

**"Man måste vara snabb på bollen, och för att lyckas krävs regelbunden övning."**  
säger Margareta Palmqvist





**4** Så många onlineshoppare är rädda för bedrägerier – känner du igen dig? **4**

**6** Så ska svensk e-handel svara på den kinesiska konkurrensen **6**

**8** Så minskar du riskerna för kundförluster i konkurstider **8**

**10** "Vi ser ljuset – frågan är hur lång är tunneln" **10**

**12** Cybersäkerhet 2025: Har ditt företag gjort sin hemläxa? **12**

**AI** En hajp eller verklig förändring? **14**

**16** Leasing – ett smidigt sätt att skapa tillväxt i företag **16**

**18** Har du vad som krävs för att vinna konsumenternas lojalitet? **18**



Så ska svensk e-handel svara på den kinesiska konkurrensen



Så minskar du riskerna för kundförluster i konkurstider



"Vi ser ljuset – frågan är hur lång är tunneln"



Cybersäkerhet 2025: Har ditt företag gjort sin hemläxa?



AI En hajp eller verklig förändring?



Leasing – ett smidigt sätt att skapa tillväxt i företag



18

## Trump, tullar och turbulens

När detta skrivs har President Trump precis slagit till med höjda tullar för ett stort antal länder i världen, inklusive hela EU. Aktiebörserna rasar samtidigt som världsledare håller presskonferenser och ekonomiska experter försöker förstå vad som händer.

Det enda vi vet säkert just nu är att tullarna har skapat turbulens och att närmaste framtiden ser skakig ut. Företagare, oavsett storlek på bolaget, prövas återigen men förhoppningen är att vi inom kort vet vilka spelregler som gäller – så vi alla vet hur vi ska agera framåt.

Trots allt som händer måste vi tänka "business as usual" och fortsätta göra bra affärer. Vi på Svea Bank kan bidra till det på många sätt och i just detta forum genom artiklar och undersökningar som förhoppningsvis kan ge mer kunskap till dig.

I detta nummer berättar vi om hur du kan skydda dig mot kreditförluster, eller åtminstone minimera riskerna. Det finns flera konkreta tips och grunden stavas kreditpolicy. Vidare har vi pratat med experter, som trots världsläget ser ljuset i konjunkturtunneln. Frågan är dock hur lång tunneln är och hur fort det går att köra när det ständigt dyker upp nya hinder på vägen.

Ett hinder/hot du kan läsa om är de kinesiska e-handelsjättarna Temu och Shein. Enligt många konkurrerar de inte på samma villkor som våra svenska e-handlare utan kan sälja billiga men hälsofarliga produkter till oss köpsugna svenskar.

Roligare läsning kring handel är den stora rapporten vi tagit fram, Payment in the Nordics. Där kan du som handlare läsa om hur nordiska konsumenter vill handla och betala. Du får värdefulla insikter så du vet vilken köppplevelse dina kunder vill ha för att fortsätta vara just dina kunder.

Vi berättar även hur klimatförändringarna världen över påverkar hållbarhetsmålen i våra svenska företag. AI är såklart ett ämne vi gärna återkommer till och sist men absolut inte minst har vi en artikel om cybersäkerhet. Redan i år väntas skärpta EU-regler och har du inte satt igång säkerhetsarbetet än är det hög tid att göra det.

Trevlig läsning!



Lennart Ågren  
Vd, Svea Bank

# Så många onlineshoppare är rädda för bedrägerier – känner du igen dig?

**Generation Z ligger i framkant när det gäller digitala plånböcker och självbetjäningsskassor. Samtidigt uttrycker de unga också en växande oro för säkerheten online, visar Svea Banks nya upplaga av "Payments in the Nordics".**

I takt med att detaljhandeln digitaliseras blir det allt viktigare för handlare att anpassa sig efter konsumenternas skiftande betalningsvanor. Svea Banks rapportserie "Payments in the Nordics" ger värdefulla insikter i hur handlare kan rusta sig för framtiden och bygga förtroende från konsumenterna i alla åldrar.

Generation Z (födda 1997-2010) använder sig gärna av digitala betalningar och självbetjäningsskassor. Baby Boomers (födda 1946-1964) håller sig till traditionella metoder och värdesätter personliga interaktioner i butik. För detaljhandlare innebär detta en utma-

ning – och en möjlighet att anpassa sina betalningsalternativ och betallösningar.

## Ökande oro kan motverkas med trygga betallösningar

Övergivna varukorgar är ett dilemma för e-handlare. För att boosta konverteringarna är det avgörande att erbjuda betalsätt som konsumenterna föredrar, vilket varierar i de olika nordiska länderna.

Generation Z och Millennials shoppar online flera gånger i veckan och de använder främst mobilen. Samtidigt oroar sig nordiska konsumenter alltmer för bedrägerier på nätet. Andelen av konsumenter som känner sig oroliga ofta eller alltid när de handlar online har ökat från 39 till 42 procent mellan år 2023 och 2025. För Generation Z är siffran hela 53 procent. För att skapa en trygg köppplevelse betonar rapporten vikten av att handlare använder välkända betalningsmetoder. Det är också tydligt att e-legitimation som BankID och MitID blir allt viktigare för att stärka konsumenternas tillit.

## Gruppen som är mer positiv till fingeravtryck som autentisering

Framtida shoppingupplevelser kommer sannolikt att innehålla biometrisk autentisering såsom ansiktigenkänning eller fingeravtryck, som alternativ till den traditionella pin-koden. Skepsisen mot biometrisk autentisering är relativt stor, bara 40 procent av konsumenterna skulle i dagsläget känna sig bekväma med det. Men även här finns generationsskillnader. De yngre konsumenterna är generellt mer positiva till den nya teknologiska utvecklingen och anser att biometrisk autentisering bidrar till en säkrare köppplevelse. Återförsäljare bör därmed hålla koll på denna teknik och hur den utvecklas framåt, eftersom den kan bli ett alternativt sätt att förstärka känslan av säkerhet vid ett köp.

## Snabb tillväxt för digitala plånböcker

Betalkort är fortfarande den vanligaste betalningsmetoden i fysiska butiker. I hela Norden använde sig 46 procent av konsumenterna ett betalkort vid sitt senaste inköp. Payments in the Nordics visar dock att nästan en tredjedel av Generation Z använde digitala plånböcker eller Swish/Mobile Pay/Vipps för sina senaste inköp i butik. Det är det enda betalsättet som växer i fysiska butiker. Bland Baby Boomers är det däremot bara åtta procent som väljer

ett digitalt betalsätt idag. Det är därför viktigt att erbjuda en kombination av traditionella och digitala betalsätt.

Köande uppskattas inte av någon åldersgrupp. Generation Z och Millennials (födda 1981 till 1996) är särskilt besvärade av långa köer. Generation X (födda 1965-1980) och Baby Boomers är mer påverkade av tekniska problem i butik, visar rapporten. Att ha olika typer av kassor, traditionella för de äldre men också självbetjäningsskassor, scan and pay, för de yngre, är bra för att undvika onödig frustration.



## Ladda ner rapporterna



Betallösningar via Svea





## Så ska svensk e-handel svara på den kinesiska konkurrensen

*De kinesiska billighetssajterna har blivit mångas favoriter – till stora bekymmer för svensk e-handel. Från regeringshåll signaleras det att ny lagstiftning mot Shein och Temu kan bli verklighet. – Vi är egentligen inte för tullar men i det här fallet skulle det kunna vara en nödlösning, säger Maria Mikkonen, chefsekonom på Svensk Handel.*

**A**tt handla från Shein och Temu har, trots larm om urusla arbetsförhållanden, gifter och farliga prylar, blivit populärt. Nästan en femtedel av Sveriges befolkning julhandlade från Temu och Shein. Det visar en undersökning som Svensk Handel genomförde efter jul. Nya siffror från Tullverket visar att sex miljoner paket anlände till Sverige bara i december.

Maria Mikkonen, chefsekonom på Svensk Handel, tycker att det är uppenbart att den kinesiska nätshoppingen snedvrider konkurrensen. Svenska och europeiska företag måste rätta sig efter de lagar och regler som satts upp för att skydda konsumenter från giftigt

innehåll och för att garantera säkra produkter.

– Det är naturligtvis problematiskt och det påverkar absolut återhämtningen av handeln, säger hon, och syftar på lågkonjunkturen som har präglat branschen de senaste åren.

### Informationsbrist ökar riskerna för konsumenter

80 procent av de tillfrågade kunderna i Svensk Handels undersökning säger att de handlar på de kinesiska sajterna på grund av de låga priserna. Det stora utbudet lockar också. Samtidigt är det många konsumenter som inte är medvetna om varifrån de handlar. Bara fyra av tio tillfrågade visste att produkterna inte lever upp till regelverken.

– Det finns ett informationsglapp, definitivt. De flesta vet heller inte att du som köpare har produktansvaret. Det betyder att om du köper en lampa från Temu och den orsakar en brand hemma så kanske inte din hemförsäkring täcker detta, säger Maria Mikkonen.

### Politisk respons på den ökade risken från utländska e-handlare

Konsekvenserna av de kinesiska giganternas inträde på den svenska marknaden har inte gått regeringen förbi. Klimatminister Romina Pourmokhtari förespråkar bland annat säljförbud och stärkt tillsyn. Statsminister Ulf Kristersson har meddelat att han ska möta Svensk Handel för att diskutera frågan. Finansminister Elisabeth Svantesson har nyligen föreslagit att tullfriheten för varor från kinesiska e-handelsjättar som Shein och Temu ska tas bort. Maria Mikkonen berättar att Svensk Handel har kontakt med regeringen – och påpekar att det under hösten också har dykt upp engagemang från andra håll också.

– Mediegranskningar och olika privatpersoner som pratar om de negativa konsekvenserna på sociala medier har definitivt ökat, vilket är bra. Det måste

finnas en press i frågan för att vi ska kunna få en förändring.

### Beslut krävs på EU-nivå

Rent konkret behöver dock en fråga som denna få sin lösning på EU-nivå. Det pågår också ett arbete i Kommissionen som undersöker möjligheten att ta bort tullfriheten på varor på upp till 150 euro, vilket motsvarar cirka 1 700 kronor. Vad detta skulle innebära återstår att se. Svensk Handel förespråkar inte tullar generellt, och menar att ett minst lika stort problem är att osäkra produkter flödar in i landet.

– Men vi skulle kunna se tullar som en nödlösning, säger Maria Mikkonen och fortsätter:

– Det är tuftt just nu när konsumenterna är väldigt prismedvetna, jag har all förståelse för det men här har företagen en ny uppgift: att lotsa kunderna till mer hållbara alternativ.

Maria Mikkonen påpekar att det parallellt med billighetshoppingen finns en rörelse med ett stort intresse för hållbarhet.

– Second hand-marknaden växer hela tiden. Det finns ett stort intresse för att köpa till exempel kläder av hög kvalitet, som man sedan kan sälja vidare. Det kan vara en konkurrensfördel, att erbjuda långsiktig kvalitet.



**Betallösningar för e-handeln**

# Så minskar du riskerna för kundförluster i konkurstider

**När konkurserna ökar står företag inför stora utmaningar: att skydda sig mot kundförluster. Det handlar om att ha en aktiv reskontra och att vara vaksam, menar experterna Henrik Hargéus, kreditanalytiker på Dun & Bradstreet, och Jonatan Fornander, koncernkreditchef på Svea Bank. Här ger de sina bästa tips för att minimera riskerna.**

Risken för kundförluster ökar i skakiga tider. Under 2024 gick över 10 000 svenska aktiebolag i konkurs. För att inte riskera sitt eget kassaflöde gäller det att ha en genomtänkt strategi. Ett av de viktigaste verktygen för att minska risk är en välfungerande reskontra för att hålla sig uppdaterad på kunders betalningar.

– Om en kund börjar dra ut på sina betalningar eller ändrar sina betalningsrutiner kan det vara en varningssignal. Då ska man ta kontakt med kunden och stämma av. Vad beror det här på? Är betalningen på väg?, säger Jonatan Fornander.

## Se till att företagets kreditpolicy efterlevs

För att hantera riskerna är tydliga interna rutiner avgörande.

– Om en betalning förfaller ska du vara förberedd med ringlistor och veta när du ska skicka påminnelser, säger Jonatan Fornander och tillägger:

– Du ska också veta i vilket läge du lämnar över till inkasso. De senaste årens volatila läge har gjort det svårare att bedöma riskerna som finns därute. Då kan det i vissa fall vara enklare att sälja bort den risken till någon annan.

Henrik Hargéus instämmer och betonar vikten av att ha en tydlig kreditpolicy:

– Att ha en kreditpolicy är A och O. Den ska också vara känd av alla på

företaget så att den används. Policyn bör också vara integrerad i en process så att man automatiskt gör rätt. Han tillägger att balansen mellan risk och möjlighet är central:

– Man ska våga göra affärer men till en känd risk. Det är förödande om alla blir rädda för att göra affärer, då tar lågkonjunkturen fart.

## Glöm inte att bevaka befintliga kunder

Hur tidigt ute ska man vara om man märker att man inte får betalt som man ska? Så tidigt som möjligt, är det tydliga svaret.

– Det är därför man ska ha en policy att hålla sig till och titta i sin reskontra. Börjar betalningarna släpa efter, då ska man ta en dialog med kunden. Paydex är ett verktyg som Dun & Bradstreet tillhandahåller och som man kan använda för att se om ens kund börjar få problem med betalningar, säger Henrik Hargéus.

Han rekommenderar också en segmenterad reskontra och att i vissa fall hantera högriskbranscher manuellt: – Högriskbranscher kan man ha lite speciell koll på. Lite mer manuell hantering kan behövas för att minimera riskerna.

Henrik Hargéus varnar för att släppa bevakningen av trogna kunder:

– Nya företag har man koll på, men för befintliga tonar man ibland

ned riskerna. Det är dumt för det är historiskt sett där man förlorar pengar. Så följ rutinerna oavsett, har man en bra relation sedan tidigare så kanske man kan höra något mellan raderna.

## Vaksamhet krävs – bedrägerier ökar i osäkra tider

Utöver sena betalningar är bedrägerier ett växande problem för företag. Ofta är det svårt att upptäcka att man har blivit lurad, berättar Henrik Hargéus:

– Vi har sett att bedragarna blir allt skickligare. Ibland kan man tro att man har drabbats av en kundförlust eller kreditförlust. Men det finns bedrägeribolag som beställer en vara eller en tjänst som de aldrig hade för avsikt att betala för. Man vet inte ens att man har blivit lurad i det läget.

För att minska risken rekommenderar han att företag alltid granskar kontaktpersoner:

– Om du bara möts av exempelvis kundreaktioner på en hemsida men inte hittar någon att kontakta eller någon adress ska du bli misstänksam. Titta då på vilka som sitter i styrelsen och vem som är revisor. Om det har skett ett snabbt ägarbyte eller om revisorn till exempel har hoppat av i förtid kan det vara en signal om att något inte står rätt till.

”Om en kund börjar dra ut på sina betalningar eller ändrar sina betalningsrutiner kan det vara en varningssignal.”



**Se webinariet – Så minskar du riskerna för kundförluster i konkurstider**

Du som missade webinariet kan se det här i efterhand:



## Så skyddar du ditt företag

**För att undvika kundförluster och bedrägerier rekommenderar sammanfattningsvis Henrik Hargéus och Jonatan Fornander att företag vidtar följande åtgärder:**

- Ha en uppdaterad reskontra – följ dina rutiner och identifiera avvikelser tidigt.
- Var vaksam på ändrade betalningsrutiner – förändringar kan signalera ekonomiska problem.
- Håll koll på kunder och leverantörer – ta del av årsredovisningar men satsa också på omvärldsbevakning för färsk information om exempelvis förändringar i styrelsen.

# Experter om 2025: "vi ser ljuset – frågan är hur lång är tunneln"

**Har ditt företag klarat av den ekonomiska stormen så här långt? Grattis – det är en bedrift som visar att din produkt verkligen efterfrågas. Nu när vi ser räntesänkningar och stabilare priser, kan vi börja hoppas. Är det nu det äntligen vänder? Låt oss se vad experterna förutspår för 2025.**

Lågkonjunktrens tecken börjar sakta avta. Men när kommer vi att se någon reell förändring? Prognosen för 2025 kan sammanfattas som: försiktig. – Fast om man frågar företagare generellt så är de ofta eviga optimister. I en värld där andra ser hinder ser de möjligheter, säger Johan Grip, chefsekonom på Företagarna.

Grip pekar på flera positiva faktorer som också ger optimisterna rätt och visar att en ekonomisk vändning är på gång:

– Reallönerna ökar, hushållen får mer köpkraft. Dock kan det dröja innan vi ser full effekt på konsumtionen då många hushåll prioriterar att återställa sin ekonomiska buffert. På makronivå kan det bli tufft för företagare som har hårdat ut och hoppas på en snabbare vändning.

**"Vi kan inte bara lyfta fram risker. Ekonomisk utveckling handlar också om att vi lyckas behålla vår tro på att vi kan fortsätta att utvecklas, som företagare och som samhälle."**

**Maria Mikkonen,**  
chefsekonom på Svensk Handel

## För handeln är läget kritiskt

Maria Mikkonen, chefsekonom på Svensk Handel, är inne på samma spår, och beskriver 2025 som "ett avvaktande, försiktigt år".

– Som allra tidigast blir det under andra halvan av året som vi kommer att se att hjulen börjar rulla ordentligt igen.

När det gäller handelns situation i stort spår hon att botten är nådd nu. Under 2024 vände siffrorna till slut försiktigt uppåt efter att de varit negativa under 27 månader.

– Vi ser ljuset i tunneln nu men frågan är: hur lång är tunneln? När vi frågar konsumenterna vad som styr dem så är det tydligt att de fortfarande jagar låga priser. Det dröjer innan exempelvis lägre bolån slår igenom i plånboken hos den enskilda konsumenten, säger hon och fortsätter:

– För handeln är det problematiskt inte minst eftersom man har behållit mycket personal trots att behovet kanske inte riktigt funnits där. Under pandemin lärde man sig att det är svårt att få tag i personal, men det kan bli kritiskt om det inte kommer igång ordentligt.

Hur ser ni på Trump och hans aviserade höjningar av tullavgifterna från bland annat EU?

– Det är klart att tullar riskerar att påverka exporten om handelsmöjligheterna med USA minskar. Över tid har såväl demokrater som republikaner intagit en mer protektionistisk hållning vilket är beklagligt. Det återstår att se

vad som blir verklighet, men vi följer såklart utvecklingen.

Det "nya" normala är ett osäkert läge Johan Grip påpekar att det nya normala, det vill säga det instabila geopolitiska läget som vi befinner oss i, gör det mesta lite osäkert.

– Externa faktorer som att kriget sprider sig i Europa kan driva upp inflationen och få Riksbanken att höja räntan igen. Det vore ett dräpdrag mot svensk ekonomi.

Han lägger till att det är en låg risk för det i nuläget men att det kan vara bra att förbereda sig för det värsta. Till hösten kommer det förmodligen att ha visat sig om takten på Riksbankens räntesänkningar har varit rätt taktik eller inte.

– Antingen har det blivit sämre och då måste Riksbanken sänka räntan ännu mer för att kompensera för sitt misstag eller så har de hamnat rätt i sin räntepolitik och då kommer vi att se konsumtionen öka och konkurserna minska, säger Johan Grip.

## "Tappa inte hoppet"

Jeanette Jäger, koncern-VD för Enento Group där kreditföretaget UC ingår, håller också med om att det finns tecken på en stabilisering av ekonomin. Bland annat har konkurserna minskat med 17 procent under andra halvåret 2024, jämfört med första halvåret 2024.

– Visst finns det en förhoppning om att vi har nått botten. Men situationen är svårbedömd och den kan förändras snabbt.



## Fakta/Experternas pepp

Medan vi navigerar osäkra tider bjuder våra experter på tips på hur du kan hålla ditt företag redo för när högkonjunkturen återvänder.

**1 Testa nya saker, jämför avtal, utveckla tjänster och tänk över din marknadsföring. Lägg tid på sådant som kan vara svårt att hinna med när hjulen börjar snurra igen.**

**2 Om du har lyckats anpassa dig till det nya läget så kan du kliva in i högkonjunkturen i en slimmad kostnadskostym – och hålla uppe lönsamheten direkt.**

**3 Tappa inte hoppet. Har du klarat dig så här långt så har du något som marknaden vill ha. Kämpa på.**

Jeanette Jäger lyfter likt sina kollegor att konsumtionen inte har tagit fart och påpekar att Konsumentförtroendeindex minskade i december, jämfört med i november.

– Vi hade förstås hoppats på motsatt trend. Men vi har levt med så många år av osäkerhet, ända sedan pandemin, så det är egentligen inte så konstigt att konsumenterna tvekar. Inte minst med tanke på alla geopolitiska spänningar.

Samtidigt framhåller Jeanette Jäger vikten av att inte tappa hoppet, speciellt inte nu.

– Vi kan inte bara lyfta fram risker. Ekonomisk utveckling handlar också om att vi lyckas behålla vår tro på att vi kan fortsätta att utvecklas, som företagare och som samhälle, säger hon och lägger till:

– Ibland är det bra att höja blicken och tänka på vad syftet med vårt företagande är. Det är ett stort uppdrag att hålla samhället motståndskraftigt, skapa jobb och upprätthålla innovation.

# Cybersäkerhet 2025: Har ditt företag gjort sin hemläxa?

**Cyberattacker och dataläckor är numera vardag. Trots uppmärksammade incidenter har många svenska företag fortfarande bristande skydd mot digitala hot. Vilka är de vanligaste misstagen? Och hur kan företag förbereda sig inför den skärpning av EU-regler som väntar 2025? MSB-experten Margareta Palmqvist delar med sig av sina bästa råd**

Cyberattacker har blivit allt mer sofistikerade och omfattande de senaste åren. Svenska företag och myndigheter har blivit måltavlor för ransomware-attacker, datastölder och social ingenjörskonst. Trots detta saknar många företag en strukturerad och långsiktig strategi för cybersäkerhet. Enligt Margareta Palmqvist, senior rådgivare på MSB (Myndigheten för samhällsskydd och beredskap), är ett vanligt misstag att ledningen inte tar ett helhetsgrepp:

– Ledningens uppgift är att ansvara för riskbild och säkerställa att hela

organisationen bygger en motståndskraft mot hot för att skydda sin information och sina system.

## Ledningens viktiga uppgift: riskbedömning

Ett viktigt steg är att utse en Chief Information Security Officer (CISO). Den driver säkerhetsarbetet och samverkar med många roller i företaget, såsom upphandlare, jurister, revisorer, IT- och säkerhetsexperten.

– Ofta är själva tekniken komplicerad, men ledningen behöver inte förstå alla detaljer. Det viktiga är att ha koll på riskerna. Ledningen behöver vara tydlig med att cybersäkerheten syftar till samma sak som verksamheten: att lösa sina uppgifter och nå sina mål.

Margareta Palmqvist betonar vikten av att skilja mellan att bygga förmåga och att vidta specifika åtgärder:

– När mediebilderna fokuserar på en viss typ av attack är det lätt att fastna i att skydda sig mot just det hotet. Men företag måste vara förberedda på flera olika scenarier. Ett systematiskt arbetssätt ger bättre beslutsunderlag och riskhantering.

## Incidentberedskap och risker i vardagen

Attacker sker dagligen, men alla får inte effekt. Många går att avvärja – om företaget är förberett. En vanlig brist är dock avsaknaden av en tydlig incident-



hanteringsplan, vilket gör att företag saknar strategi för att snabbt agera vid en attack.

– Man måste vara snabb på bollen, och för att lyckas krävs regelbunden övning. Vi på MSB har tagit fram scenariorbaserade övningar för ledningsgrupper. Fokus ligger ofta på bluffmejl och utomstående hot, men den mänskliga faktorn orsakar fortfarande många incidenter.

– Människor gör misstag, exempelvis vid systemuppdateringar, ändringshanteringar eller rent slarv som att gräva av en kabel. Det låter banalt, men det händer fortfarande.

## Balansen mellan säkerhet och användarvänlighet

För anställda kan säkerhetsåtgärder som lösenordsbyten, systemuppdate-

ringar och flerfaktorsautentisering känns krångliga. Hur hittar man balansen?

– Visst finns det onödigt komplicerade lösningar, men de förbättras ständigt. Nyckeln är utbildning – om personalen förstår nyttan med säkerhetsåtgärder blir de mer benägna att följa dem, säger Margareta Palmqvist.

AI spelar en allt större roll inom cybersäkerhet, både för angripare och försvarare.

– AI-utvecklingen går otroligt snabbt, men ur ett ledningsperspektiv är principen densamma som för allt annat: analysera vilka tillgångar du vill skydda och vilka risker som finns, säger hon.

## Skärpta EU-regler och juridiska konsekvenser

Hur långt har ditt företag kommit i

säkerhetsarbetet? Det är hög tid att reflektera över det, eftersom nya EU-regler skärper kraven. NIS2-direktivet kan innebära höga böter vid säkerhetsbrister.

– Jag ser att jurister börjar intressera sig mer för dessa frågor i takt med att regelverket skärps, säger Margareta Palmqvist och fortsätter:

– NIS2 kräver bland annat att ledningen utbildar sig för att ha rätt kompetens och att de tillhandahåller utbildning för personalen. Det är något alla bör påbörja redan nu. Ett tips är att använda MSB:s verktyg Cybersäkerhetskollen för att få en nulägesanalys och vägledning framåt.

## Fakta: NIS2-direktivet

### Bakgrund:

NIS (Network and Information Security Directive) är ett EU-direktiv som syftar till att höja cybersäkerheten. NIS2 är en förstärkt version med utökade krav.

### Viktiga förändringar:

Höjda krav på riskhantering  
Sanktioner vid bristande efterlevnad.

### Vilka omfattas:

Medelstora och stora företag inom samhällsviktig verksamhet, exempelvis energi, transport, bank, tillverkningsindustri och digital infrastruktur.

### Vad gäller i Sverige:

NIS2 kommer att implementeras i svensk lag som Cybersäkerhetslagen och förväntas träda i kraft under 2025.

## Cybersäkerhetsrådgivning hos MSB

Företag som kört fast med informationssäkerhetsarbetet kan kontakta MSB för rådgivning. Läs mer om det på MSBs webbplats.



”Man måste vara snabb på bollen, och för att lyckas krävs regelbunden övning.”

Margareta Palmqvist



# AI En hajp eller verklig förändring?

**Det senaste genombrottet med generativ AI har accelererat teknikanvändningen globalt. Svenska företag har i viss mån anammat tekniken, men hur stor påverkan har AI egentligen haft hittills? AI-experten Totte Löfström ger sin syn på hur du som företagare bör förhålla dig till utvecklingen – och varför det är rätt läge att satsa på AI nu.**

Efter att generativ AI exploderade med ChatGPT 2022-2023 har det pratats och skrivits mycket om AI. Men hur stor effekt har den nya tekniken haft på svenska företag och dess effektivitet – egentligen?

– Det finns dimensioner av att AI är en hajp, säger Totte Löfström, AI-expert och konsult på företaget Sparkle AI.

**Han jämför med 3D-TV, som tv-tillverkare framhöll som det nya svarta.**

– De lyckades skapa en hajp men det dog ut för att det inte gav så mycket värde för folk. Skillnaden med AI är att det sker så mycket i bakgrunden, AI-jättarna utvecklar nya modeller hela tiden och framstegen är så snabba.

**Hur väl hänger svenska företag med?**

Enligt en rapport i januari 2025 från Almega, Sveriges ledande arbetsgivarorganisation inom tjänstesektorn, använde mellan 12 och 22 procent av

svenska företag någon form av AI-teknik under 2023. Det är högre än EU-genomsnittet och visar en tydlig ökning från föregående år. Egentligen skulle siffrorna kunna vara ännu högre, menar Totte Löfström.

– Vi har redan nått en punkt där tekniken är så mogen att vi kan låta datorn göra allt som krävs. Problemet är människan, som står emellan, säger han.

**Industrin måste öka farten**

Vissa branscher, såsom media och kommunikation, har redan genomgått stora digitala transformationer och är därför mer redo att anpassa sig till AI, vilket också syns i statistiken. Industrisektorn däremot har inte påverkats lika mycket av internetrevolutionen, vilket gör att den nu ligger efter.

– Industrin borde verkligen speeda upp. Om du har en verksamhet med monotona uppgifter, som montering eller lagerhantering, finns det förmodligen vinster att göra genom AI och automatisering, menar Löfström.

**”Ge eldsjälarna mer tid för att ta fram konkreta planer.”**

**Totte Löfström**



**AI-adoption går långsamt**

Almeas rapport visar att AI-adoptionen fortfarande är relativt låg i Sverige. Endast 2-3 procent av jobbannonserna efterfrågade AI-kompetens under 2023, vilket pekar på att många företag ännu inte investerat i den expertis som behövs. En fälla som Totte Löfström har märkt handlar om att tro att man är med på AI-tåget bara för att ens anställda har börjat använda ChatGPT.

– Det är AI-branschens eget fel, för att man har lanserat de här chatbotarna. Men att använda AI är inte samma sak som att anställda använder ett enskilt verktyg. Man måste se på AI som att automatisera hela processer.

Hur bör företag börja arbeta med AI då? Totte Löfström menar att ledningen måste utse någon som har ansvaret. Det kan vara en utomstående konsult eller en anställd med intresse för frågorna, som kan sätta sig in i hur man kan automatisera utifrån verksamheten.

– Ge eldsjälarna mer tid för att ta fram konkreta planer. Lyssna på det och ha inställningen att ni ska ställa om – för att vara konkurrenskraftig.

**Framtidens vinnare: De som automatiserar nu**

Om två år kommer AI att vara en avgörande faktor för företags överlevnad. Det slår Totte Löfström fast.

– Företag som inte börjar implementera AI nu kommer att halka efter.

Vi kommer att se att de bolag som har automatiserat sina processer går bättre än de som inte gjort det. Konkurrenter som jobbar snabbare och billigare kommer att få fördelar.

Han tar e-handlare som ett tydligt exempel: AI kan automatisera allt från annonsering till kundtjänst och bokföring. Trots att tekniken finns, saknas det ofta strategiska beslut som krävs för att genomföra omställningen.

– De företag som inser det snabbast kommer att bli framtidens vinnare.

**Politikens roll: Incitament behövs**

För att svenska företag ska kunna hänga med i AI-racet föreslår Almega politiska insatser. Skattereduktioner för AI-relaterad kompetensutveckling och sänkta arbetsgivaravgifter för att balansera automatisering och arbetskraft är två förslag. Totte Löfström påpekar att det är väldigt tyst från politiskt håll.

– Vi måste börja diskutera vad som händer när AI automatiserar bort jobb. Jag tror inte att Susanne på ekonomivardningen kommer att komma till jobbet en dag och inse att hon är utbytt mot AI. Men sannolikt kommer behovet av att nyanställa minska i takt med att fler saker automatiseras, och i det långa loppet får det exakt samma effekt. Vi har en hög arbetslöshet redan i Sverige. Den debatten behöver vi ta nu.



# Leasing – ett smidigt sätt att skapa tillväxt i företag



Stora maskiner betyder stora affärer. Handeln med begagnade maskiner och fordon över tre ton kan bli både omfattande och dyr. På den svenska marknaden har leasing blivit en populär lösning för att undvika kapitalintensiva investeringar. Maskinpunkten, som har vuxit genom sitt samarbete med Svea, erbjuder nu leasing till sina kunder för att underlätta deras expansion.



– Vi startade med ambitionen att skapa något eget och har på kort tid vuxit till sju anställda, säger Tommie Johansson, grundare och säljare på Maskinpunkten.



Maskinpunkten grundades i mars 2023 och har snabbt etablerat sig på marknaden. Med säte i Halmstad har gänget haft en flygande start. Omsättningen har vuxit från 56 miljoner under första året till 100 miljoner under 2024.

– Vi startade med ambitionen att skapa något eget och har på kort tid vuxit till sju anställda, säger Tommie Johansson, grundare och säljare på Maskinpunkten.

## Effektiv förmedling av tunga maskiner

Företaget arbetar med maskinförmedling på begagnatmarknaden, vilket innebär stora maskiner, lastbilar och truckar som säljs till kunder både i Sverige och utomlands.

– Vi beger oss ut till kunder som vill sälja, dokumenterar, tar bilder, prissätter och sedan hanterar vi hela försäljningsprocessen och ser till att allt kommer fram till rätt ställe, i rätt tid. Vårt arbete frigör värdefull tid för våra kunder som annars skulle behöva hantera dussintals mejl och samtal för varje maskin.

## Fördelarna med leasing

Ett betydande inslag i affärsmodellen är användningen av leasing för att underlätta finansieringen av maskiner.

– Leasing är attraktivt eftersom det inte belastar företagets balansräkning på samma sätt som ett köp gör. Du kan

lägga ditt kapital på annat, säger Tommie Johansson och fortsätter:

– Nästan 40 procent av våra inhemska försäljningar sker genom finansiering, och av dessa är de flesta via leasing. Vi har etablerat ett nära samarbete med Svea Bank, som hjälper oss att skraddarsy finansieringslösningar för våra kunder, vilket gör processen väldigt smidig.

Slutför fler affärer med företagsleasing



## Partnerskap med Svea för tillväxt

Detta partnerskap med Svea Bank har blivit en viktig nyckel i Maskinpunktens verksamhet, vilket definitivt har hjälpt under företagets tillväxtresa.

– Vi har haft en och samma kontaktperson, Samira Törngård, bara ett samtal bort. Det hjälper oss att vara flexibla för våra kunder. Det har fungerat väldigt smidigt.

Vad exakt är då leasing? Samira Törngård, partneransvarig för leasing på Svea Bank förklarar:

– Leasing är en flexibel finansieringsform som ger företag möjlighet att nyttja utrustning utan att binda upp sitt kapital. Genom ett leasingavtal sprider företaget kostnaden över tiden och behåller kapital för andra investeringar. Vid leasingperiodens slut har kunden möjlighet att köpa utrustningen till ett förutbestämt restvärde.

## Leverantörsportalen förenklar affärerna

Samira Törngård betonar också vikten av en pålitlig finansieringspartner. Svea har flera unika fördelar, som att man inte arbetar med en automatiserad kreditprocess. I stället tittar man manuellt på alla affärer och lyckas därför ofta snickra ihop lösningar.

– När folk ringer oss och säger “vi behöver en partner”, säger vi inte nej bara för att någon är ny i branschen. Vi har valt att vara breda och verkar inom flera olika branscher. Vår kreditavdelning är vass och det vinner vi mark på.

## Leasing integrerad i checkouts

Dessutom går det att integrera leasingalternativ direkt i Sveas online-checkout.

– Kunder som använder vår checkout kan enkelt välja leasing som betalningsalternativ. Det gör det lättare för företagskunder att välja det alternativ som passar dem bäst, säger Samira Törngård.

För Maskinpunkten ser framtiden ljus ut. Ambitionen är att bli marknadsledande, men att samtidigt växa ansvarsfullt.

– Vi vill säkerställa att våra nya och återkommande kunder får den bästa servicen och att vi kan bibehålla hög kvalitet på våra tjänster. Det känns jättebra att vi har vårt samarbete med Samira och Svea i ryggen även framåt, säger Tommie Johansson.

## Fakta: Tre tips för att komma igång med leasing:

**1** Fundera över om din bransch passar för leasing. För många branscher är det en bra lösning, som exempelvis transport, storkök, kontor och hälsa.

**2** Om du börjar erbjuda leasing till dina kunder: Var tydlig! Ett vanligt misstag är att man inte informerar om sitt erbjudande, på hemsidan exempelvis. Sätt upp Svea-loggan och få draghjälp.

**3** Berätta mer om vad leasing är och vilka fördelarna är. Dina säljare ska kunna förklara för kunderna. Om de behöver stöttning så erbjuder Svea utbildning.

## Fakta: Fördelar med Leasing

- Utrustningen själv fungerar som säkerhet.
- Möjliggör full nyttjanderätt utan initiala stora investeringar.
- Kostnaderna är förutsägbara och anpassas efter företagets intäkter.
- Kapitalet belastas inte av utrustningsköp.
- Leasingavgiften är fullt avdragsgill och moms behöver inte förskottas.
- Snabb kostnadsredovisning av investeringar.

# Har du vad som krävs för att vinna konsumenternas lojalitet?

**Dagens konsumenter är både kräsna och digitala – och de lämnar snabbt varumärken som inte möter deras förväntningar. I Svea Banks färsk rapport blir det tydligt att den som inte förstår sina kunders behov riskerar att halka efter. Ta del av pinfärsk insikter om hur du kan skapa trygga, smidiga och relevanta köppplevelser – oavsett kanal.**

Svea Banks nya rapport "Payments in the Nordics" visar vad som krävs för att vinna konsumenternas lojalitet: sömlösa betalningar, smart teknik och ett kundmöte som känns personligt på riktigt.

– Det som är tydligt i årets rapport är att handlare verkligen måste förstå sina kunder – på djupet. Det som fungerar i Sverige kanske inte alls fungerar i Finland. Det handlar både om nationella skillnader och generationsskillnader,

säger Magdalena Caesar, chef Payments, Svea Bank i Sverige.

Ett exempel är hur Finland sticker ut när det gäller bankbetalning. Den vanligaste betalmetoden i landet är bankbetalning, vilket är viktigt att veta om man vill göra affärer i Finland.

– Det handlar om vår historia och vår kultur. Post-krigsgenerationen vill inte skuldsätta sig och vi undviker generellt krediter, säger Benny Öhman, chef Payments, Svea Bank i Finland.

## Lojalitet är allt – men måste byggas på rätt sätt

Lojalitetsprogram är fortfarande ett av de mest effektiva verktygen för att öka både försäljning och återköp. Hela 57 procent av konsumenterna uppger i rapporten att de handlar mer och oftare när de är med i en kundklubb.

– Men lojalitet handlar om mer än transaktioner. Det handlar om känslor. Personliga upplevelser och att leva upp till sitt varumärkeslöfte – det är det som bygger långsiktig lojalitet, säger Magdalena Caesar.

Med tredjepartscookies på väg bort blir förstapartsdata dessutom allt viktigare. Ett bra lojalitetsprogram gör det möjligt att samla värdefull kunddata – och skapa bättre, mer träffsäkra erbjudanden.

## Självbetjäningsskassor, AI och digitala plånböcker – framtiden är redan här

Rapporten bekräftar att mobilen är central i dagens shoppingupplevelse. Tre av fyra nordiska konsumenter använder Swish, Vipps eller MobilePay, både i butik och online. Digitala plånböcker är nu det enda betalningsalternativet som växer i fysisk handel – drivet av Gen Z, där en tredjedel använt detta vid sitt senaste köp i butik.

Samtidigt visar rapporten att självbetjäningsskassor och säker digital identifiering (som BankID) blir hygienfaktorer snarare än extrafunktioner. Och blickar vi framåt tror fyra av tio konsumenter att AI kommer att dominera köppplevelsen redan till 2030.

– AI kommer inte bara att effektivisera kundtjänst och lagerhantering. Den kommer också att hjälpa oss förstå kunderna bättre: deras beteenden, pre-

ferenser och köpmönster. Det är så vi kan öka konvertering och bygga bättre kundupplevelser, säger Gustaf Holm, chef Payments, Svea Bank i Norge.

## Konsumenterna kräver sömlösa upplevelser – och säkerhet

Den digitala köpresan börjar ofta på sociala medier, och 67 procent inleder sin shopping online. Men många avslutar fortfarande köpet i fysisk butik – och förväntar sig att allt hänger ihop. Omnichannel är inte längre ett "buzzword" – det är ett måste.

– Den yngre generationen i Norge vill kunna handla i butik men lämna tillbaka online – det är en helt ny för-

väntan, säger Gustaf Holm.

Men det får inte ske på bekostnad av säkerhet. Över hälften av konsumenterna prioriterar trygghet före snabbhet, och särskilt Gen Z är väl medvetna om risken för bedrägerier.

– Det gäller att använda betrodda betalningsätt, visa tydligt vilka leverantörer du samarbetar med och vara transparent. BankID är ett jättebra exempel på hur man skapar trygghet för kunden, säger Magdalena Caesar.

## Nya EU-regler påverkar BNPL – handlarna måste vara redo

En annan nyhet som lyfts i rapporten är den kommande EU-lagstiftningen

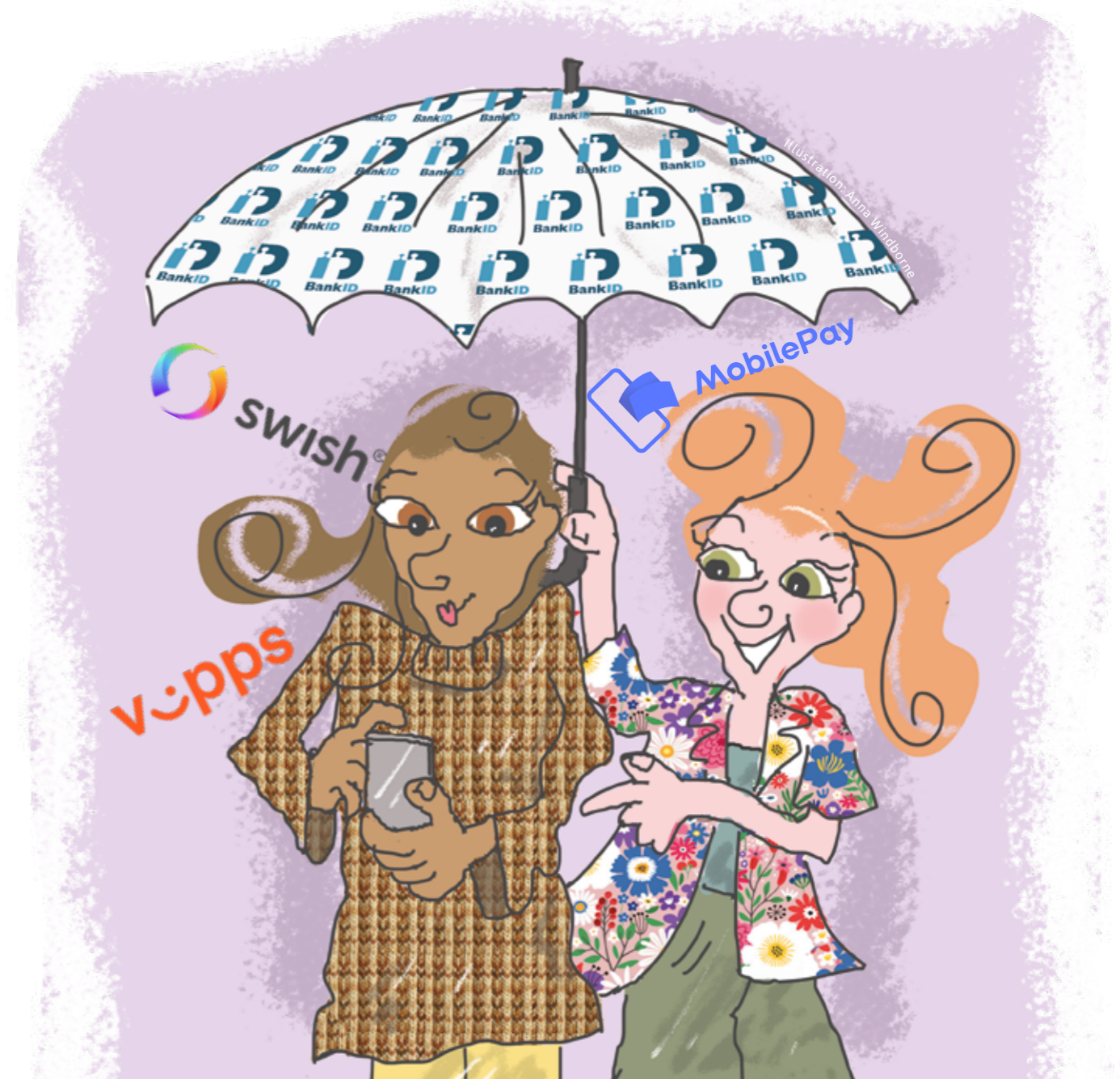
som reglerar Buy Now, Pay Later-lösningar. Syftet är att stärka konsumentskyddet och minska risken för över-skuldsättning.

– Den nya lagstiftningen ska skapa en mer hållbar marknad. Som ansvarstagande aktör tycker vi att det är bra att vi kan få tydliga regler, säger Magdalena Caesar och avslutar:

– Det handlar om att erbjuda trygga, transparenta betalningar tillsammans med våra handlare, för att driva försäljning och bygga kundlojalitet och förtroende.

## Fakta: Payments in the Nordics

- En omfattande rapportserie från Svea Bank, som i år publiceras för tredje året i rad i samarbete med HUI Research. Den första delen, "The Generational Insight Report", lanserades i februari och fokuserar på betalningsvanor mellan generationerna, medan den andra delen "Payments in the Retail Landscape of Tomorrow" lanseras nu i mars.
- Rapporten baseras på expertkunskaper och en kundundersökning med 4 000 deltagare från Sverige, Norge, Danmark och Finland, genomförd i oktober 2024.





# Kurser och webinarier

Se vårt utbud på [svea.com/utbildning](https://svea.com/utbildning)



[svea.com](https://svea.com)

**SVEA**

Solna  
SE-169 81 Solna  
Sverige

Evenemangsgatan 31  
Tel: +46 8 735 90 00

Göteborg  
Box 2149  
SE-403 13 Göteborg  
Sverige

Otterhällegatan 12 B  
Tel: +46 31 17 25 45

Åseda  
Box 116  
SE-364 21 Åseda  
Sverige

Sveavägen 1  
Tel: +46 8 735 90 00

Svea Bank AB (publ)  
[svea.com](https://svea.com)  
[info@svea.com](mailto:info@svea.com)

Org. nr: 556158-7634  
Säte: Stockholm

Följ oss på LinkedIn

