Swedish Scaleups: Internationalisering för innovativa tillväxtbolag

FÖR SCALEUP-BOLAG med ambitioner och potential som sträcker sig långt utanför Sveriges gränser är internationalisering en avgörande faktor. Med rätt stöd kan satsningen på global tillväxt få större effekt till en lägre kostnad.

En framgångsfaktor när scaleup-bolag ska etablera sig på nya marknader är ett starkt nätverk. Swedish Scaleups erbjuder en unik möjlighet att ta del av den samlade kunskapen hos Europas främsta företagsinkubatorer.

På följande sidor har Swedish Scaleups samlat de viktigaste erfarenheterna kring internationalisering. →

SWEDISH SCALEUPS

EUROPEISKA UNIONEN
Europeiska regionala utvecklingsfonden

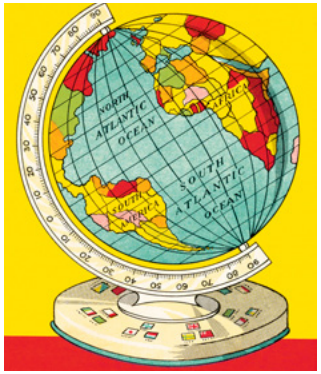
ALLA SWEDISH SCALEUPS insatser inom internationalisering syftar till en och samma sak: att öppna nya marknader som skapar nya förutsättningar för tillväxt för bolagen i programmet. Att hjälpa företagen ut i världen är en viktig faktor för att de ska kunna skala upp sin verksamhet och bli mer konkurrenskraftiga.

Internationalisering är en kraftfull tillväxtstrategi, men det innebär förstås inte att det är enkelt – tvärtom är det en process fylld av risker. Att ge sig ut på nya marknader kräver tid, engagemang, kunskap och kapital. Just därför behöver många tillväxtbolag extra mycket stöd i internationaliseringsprocessen.

I en enkätundersökning som Unitalent gjorde på uppdrag av Swedish Scaleups under 2020 framkom att de företag som var intresserade av internationalisering främst ville ha stöd med kontaktnätverk, kapital, kunskap och rådgivning. Swedish Scaleups har utvecklat metoder för alla dessa punkter för att på bästa sätt göra företagen redo för intåg på nya marknader.

Utöver Swedish Scaleups finns många andra offentliga och privata aktörer som bolag kan vända sig till för att få hjälp med sin internationalisering, exempelvis Business Sweden, Exportkreditnämnden, Almi och olika handelskammare.

Det unika som Swedish Scaleups adderar till dessa stöd är en inblick i hur just tillväxtbolag bör hantera internationalisering, samt ett nätverk av värdefulla internationella kontakter som kan hjälpa till på plats på den nya marknaden. Med rätt kontakter och aktuell kunskap om den marknaden, kan internationaliseringen nämligen gå snabbare, kosta mindre och bli mer träffsäker. Det är just därför är Swedish Scaleups koncentrerar sina insatser inom internationalisering kring nätverksbyggande.



VAD KRÄVS FÖR ATT TA STEGET FRÅN LOKAL TILL GLOBAL? ↓

1. EN SKALBAR AFFÄRSMODELL
En skalbar affärsmodell innebär – förenklat – att ett företag klarar hundra gånger så många kunder, utan att behöva en hundra gånger så stor organisation.

2 BÅDE MÅL OCH DELMÅL
Företaget måste veta vart de ska på kort och lång sikt. Därför behövs mål som konkretiserar vilka marknader som ska erövras om 1, 5 och 10 år – och i vilken ordning.

3. STARKA TEAM
Alla bolag behöver ny kompetens för att växa. Inför och under en internationalisering behöver ett företag ta in kompetens som underlättar resan ut i världen.

4. DIGITAL ANPASSNING
Målgrupperna skiljer sig stort mellan olika marknader. De digitala strategierna måste därför anpassas från land till land.

5. TILLGÅNG TILL KAPITAL
All tillväxt kräver kapital. Vid utlandsetablering är alternativen oftast externa finansiärer, banken, Almi eller någon av de offentliga aktörerna.

Ovärderlig introduktion via Europas främsta inkubatorer

Ett starkt nätverk är en framgångsfaktor när scaleup-bolag ska etablera sig på nya marknader. Swedish Scaleups erbjuder en unik möjlighet att ta del av den samlade kunskapen hos Europas främsta företagsinkubatorer.

Ett av de främsta målen med Swedish Scaleups är att skapa förutsättningar för bolag att växa på en global marknad. Internationalisering är därför en fråga som genomsyrar hela projektet såväl som enskilda insatser. Det görs exempelvis gruppseminarier på temat internationalisering, och på Swedish Scaleups ledarskapsutbildning får bolagsledningen lära sig att bygga en global organisation utifrån beprövade globaliserings- och omvärldsstrategier.

För företag som vill ta nästa steg och göra sig redo för en skarp lansering på en annan europeisk marknad erbjuder Swedish Scaleups tillgång till EuroIncNet-samarbetet.

EuroIncNet är ett nätverk bestående av flera av Europas topprankade företagsinkubatorer. Syftet med nätverket har från start varit att öka de deltagande inkubatorbolagens möjligheter att etablera sig på den europeiska marknaden. EuroIncNet grundades 2015 på initiativ av Uppsala Innovation Centre (UIC), en av världens fem främsta inkubatorer enligt UBI Global 2019. Eftersom UIC är partner i Swedish Scaleups kan även projektets företag få tillgång till samarbetet.

Internationalisering → Metod

Arbetsprocessen inom EuroIncNet:

För att metoden ska ha maximal effekt är det viktigt att företagen redan i förväg har funderat på två frågor:

- → På vilken eller vilka marknader är de intresserade av att lansera sin produkt eller tjänst?
- → Vad ser de som sina främsta utmaningar eller hinder inför en lansering?

Steg 1: Presentationsrunda

Företagen börjar med att delta i en workshop där de får träffa representanter från EuroIncNets inkubatorer. Representanterna berättar om marknaden som de verkar på och om sina specialkunskaper. Företagen får sedan presentera sina affärsmodeller och sina intressen relaterade till en internationell lansering.

Steg 2: Matchning

Företagen beslutar sig för vilket land de är intresserade av att lansera sina produkter eller tjänster i och matchas med det landets inkubator. Företaget har ett möte med inkubatorn där de berättar mer om sin verksamhet och beskriver utmaningarna som de ser med att lansera sig på marknaden i fråga. Det kan exempelvis handla om att hitta återförsäljare eller att bli insatt i de lagar och regler som gäller på marknaden.

Inovationshöjd är ett av kriterierna för att kvalificera sig till Swedish Scaleups. Det Uppsala-baserade företaget VBN Components utvecklar nya legeringar med extrem nötnings- och värmetålighet för 3D-printing i metall. På bilden, Johan Bäckström, CEO VBN Compontents.

Steg 3: Förstudie

Om företagets affärsmodell anses vara överföringsbar till den nya marknaden gör inkubatorn en förstudie för att närmare undersöka om en lansering i landet faktiskt är möjlig. Den utländska inkubatorn tar in en extern konsult som fokuserar på de utmaningar och önskningar som företaget har presenterat. Förstudien tar cirka 10 timmar i anspråk och presenteras på ett avstämningsmöte. Efter mötet tas ett beslut om huruvida företaget ska gå vidare med samarbetet.

Steg 4: Lanseringsplan

Bestämmer sig företaget för att gå vidare med inkubatorn så får de hjälp med en lanseringsplan som konsulten tar fram. Planen tar drygt 40 timmar att producera och innehåller praktisk och konkret information som ska hjälpa företaget att lyckas på den nya marknaden. Fokus kan exempelvis ligga på vilken kommunikationsstrategi företaget bör ha eller inom vilka städer och stadsdelar företaget kan hitta sina mest trogna målgrupper.

Tillgången till coachning från EuroInc-Net-inkubatorerna och dess konsulter kostar inte Swedish Scaleups företag något utöver den egna arbetsinsatsen.

Redo för lansering

Genom EuroIncNet-samarbetet kan företagen få samma typ av affärscoachning från Europas ledande tillväxtexperter som Swedish Scaleups erbjuder dem i Sverige. Företagen arbetar med lokala coacher i en kvalitetssäkrad process. När de är klara har de en konkret plan för lanseringen i det andra landet och relevanta kontakter på plats. De är redo att möta sin nya marknad.

Vanliga frågor från företag:

- → Vad kostar det att lansera vår produkt/tjänst på en ny marknad, och hur lång tid tar det?
- → Borde vi göra en fysisk etablering eller ta hjälp av återförsäljare?
- → Hur hittar jag återförsäljare på marknaden?
- → Måste vi starta ett nytt bolag eller kan vi börja med att utgå från vårt befintliga bolag?
- → Hur skiljer sig olika affärsavtal från svenska avtal?

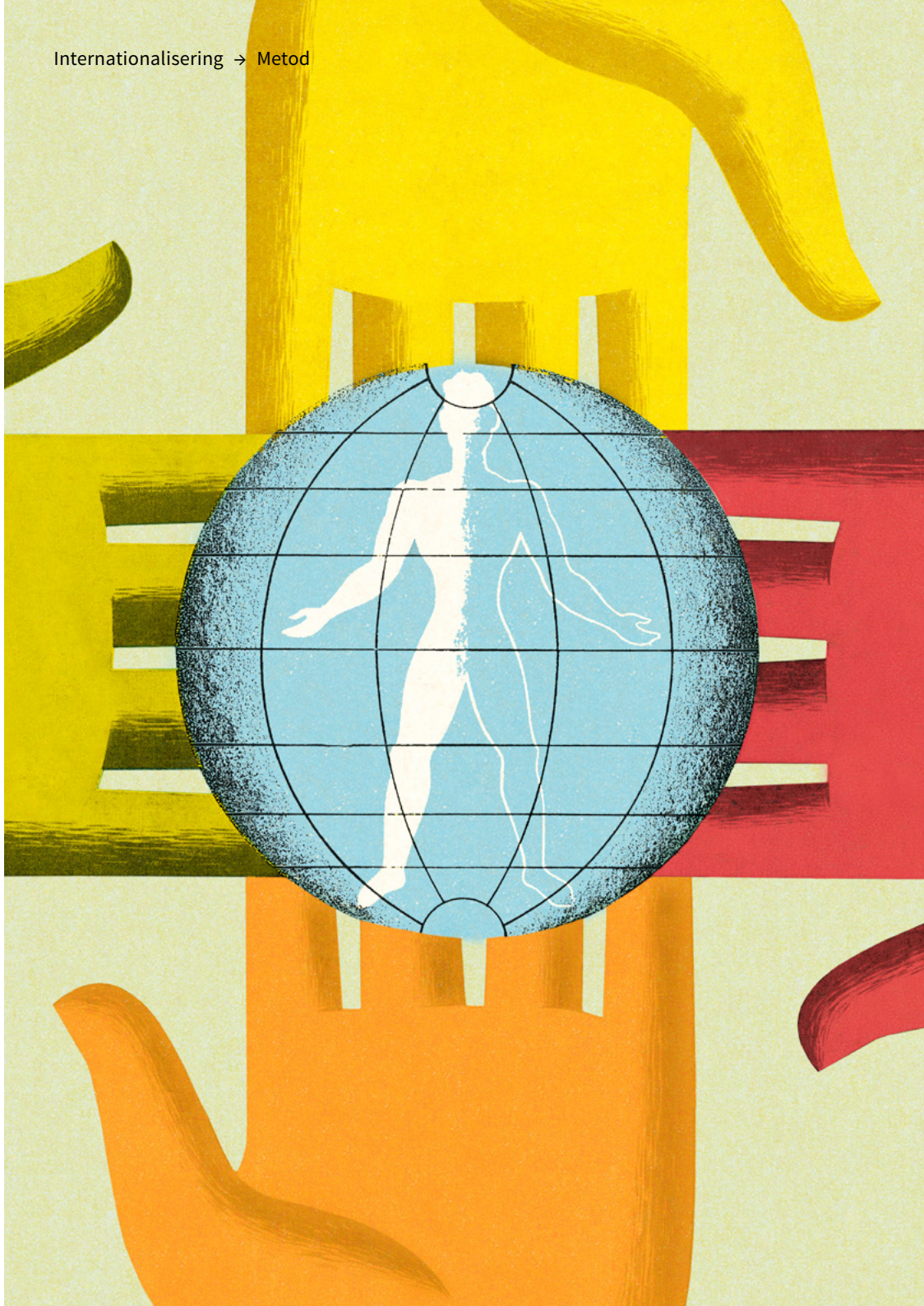
Via EuroIncNet får företagen hjälp med:

- → Att hitta återförsäljare och andra samarbetspartner på den nya marknaden.
- → Information kring lagar, regler och avtal som kommer att gälla på den nya marknaden.
- → Kommunikationsstrategier kring marknadsföring, tonalitet och sociala medier-närvaro.
- → Information om relevanta kulturella skillnader mellan Sverige och den nya marknaden.
- → Affärscoachning.

Internationalisering → Metod

”Genom kopplingen till Europas bästa inkubatorer kan våra företag få tillgång till aktuella och relevanta, lokala insikter.”

I EUROINCNET-samarbetet ingår några av Europas mest framstående inkubatorer: SetSquared i Storbritannien, INiTS i Österrike, Imec i Belgien (bilden), i3P i Italien, UtrechtInc i Holland och UIC i Sverige.



”Nätverk är nyckeln till nya marknader”

Som programområdesansvarig för området internationalisering på Swedish Scaleups vet *Anders Sageborn* hur viktigt det är för företag att utlandslanseringen träffar rätt från början.

Varför är det viktigt för scaleup-bolag att arbeta med internationalisering?

– Scaleup-bolag har stora affärsidéer och ännu större ambitioner – och Sverige är en rätt liten marknad. Ett företag kan bara växa till en viss gräns här, sedan måste det ut på den internationella marknaden.

Vilka sorters stöd behöver företagen?

– I en tidig fas är de ute efter saker som coachning, marknadsanalyser och kunskap kring de krav och regleringar som gäller på den nya marknaden. När det börjar bli skarpt läge efterfrågar de saker som säljstöd – hur de faktiskt ska gå till väga när de säljer in sin produkt till Spanien eller Storbritannien.

Det finns andra aktörer som erbjuder stöd kring internationalisering. Vad kan Swedish Scaleups bidra med?

– Genom kopplingen till Europas bästa inkubatorer kan våra företag få tillgång till aktuella och relevanta, lokala insikter. De får arbeta med inhemska konsulter som vet precis vad de pratar om, eftersom de är på sin mammas gata. Samtidigt har de specialkunskap om tillväxtbolag. Det är unikt.

Namn: Anders Sageborn.
Yrke: Projektledare för Västmanland på Västerås Science Park och programområdesansvarig för internationalisering på Swedish Scaleups.
Tidigare erfarenhet: Har varit entreprenör i över 25 år.
Intresserad av: Kulturskillnader mellan olika marknader.

Internationalisering → Möte

Kapital att hitta via stödsystem

Internationalisering är ofta en process som kräver både kunskap och kapital. Lyckligtvis finns det både offentliga och privata stödsystem som företag kan vända sig till för att få hjälp med sin internationalisering.

Ett exempel är den regionala exportsamverkan (RES) som lanserades våren 2018 i ÖMS-regionerna (östra Mellansverige) för att underlätta för företag att hitta stöd för affärsutveckling och internationalisering i varje region. Det finns fyra huvudaktörer i RES inom ÖMS – Almi, Business Sweden, Enterprise Europe Network och Exportkreditnämnden. Även regionen har en viktig roll inom RES. De ansvarar, bland mycket annat, för de checkar från Tillväxtverket som finns för internationalisering. Dessa checkar ligger på mellan 50 000 och 200 000 kronor som bolag kan söka för att finansiera vissa internationaliserings-inriktade satsningar och åtgärder. Det finns givetvis fler aktörer, både offentliga och privata, som erbjuder stöd. Företag som deltar i Swedish Scaleups program får hjälp med att hitta aktörer som passar just deras verksamhet och satsning.

HUR OCH VAR KAN FÖRETAG FÅ HJÄLP?

↓

Det finns en uppsjö av stöd för exporterande företag. Här är några av de viktigaste aktörerna som erbjuder hjälp:

ALMI
Almi har företagslån, riskkapital och affärsutveckling för växande företag.

EXPORTKREDITNÄMNDEN (EKN)
EKN försäkrar företag och banker mot risken att inte få betalt vid export. EKN:s risktäckning gör det även lättare för företag att få lån.

BUSINESS SWEDEN
Business Sweden hjälper svenska företag att öka sin globala försäljning. Going Global heter deras tillväxtprogram för startups och scaleups, som består av delinitiativen Leap Accelerator, Catalyst och Outreach.

SVENSK EXPORTKREDIT (SEK)
SEK finansierar exportföretag, deras underleverantörer och utländska köpare av svenska varor och tjänster.

ENTERPRISE EUROPE NETWORK (EEN)
EEN hjälper små och medelstora företag att hitta affärskontakter och växa på nya marknader.

TILLVÄXTVERKET
Arbetar för hållbar tillväxt och konkurrenskraftiga företag i Sverige och samordnar regional exportsamverkan.

Snabba fakta

6

↓

6 AV EUROPAS FRÄMSTA INKUBATORER INGÅR I EUROINCNET-SAMARBETET.

50 h

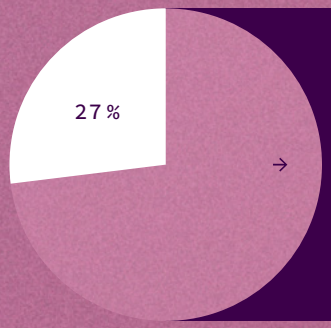
↓

FÖRETAG SOM DELTAR I EUROINCNET-SAMARBETET GENOM SWEDISH SCALEUPS FÅR DRYGT 50 TIMMARS HJÄLP AV EN LOKAL KONSULT.

1/4

↓

1 AV 4 FÖRETAG SOM TILLFRÅGATS AV SWEDISH SCALEUPS SER NORDEN SOM SIN FÖRSTA MARKNAD VID EN INTERNATIONELL LANSERING.



→

I EN ENKÄT SOM SWEDISH SCALEUPS GJORDE TILLSAMMANS MED UNITALENT 2020 SA 27 PROCENT AV FÖRETAGEN SOM ÄNNU INTE HADE LANSERAT SIG UTOMLANDS ATT ANLEDNINGEN VAR BRIST PÅ KAPITAL.

Internationalisering → Tips

HUR HITTAR ETT FÖRETAG RÄTT EXPORTMARKNAD?
↓

1. LISTA POTENTIELLA MARKNADER
En enkel och bra start är att skriva ner tio potentiella marknader och välja kriterier för att bedöma potentialen på varje marknad. Exempelvis storlek, köpkraft, konkurrens samt hur regler och eventuella handelsavtal ser ut. En viktig parameter är också kontakter och lokalkännedom på marknaden.

2. HITTA FÖRETAGETS STYRKOR
Det finns ofta en eller flera anledningar till att företaget som vill växa har fungerat bra i Sverige. Det kan handla om produkten i sig, trender, marknadsföring eller annat. Därför är det viktigt att analysera företagets styrkor och fundera på om de kan vara gångbara på andra marknader eller om anpassningar behövs.

3. HANDELSAVTAL OCH KÖPKRAFT
Handelsavtal, tullar och fraktkostnader kan påverka hur mycket det går att ta betalt på den nya marknaden. Ställ den prisnivån mot köpkraften i landet – det kan visa sig att företagets produkter är för dyra för en viss marknad, eller att det tvärtom går att höja priser och marginaler.

4. VERIFIERA TEORIER
När ett antal kandidater till möjliga exportmarknader har ringats in är det dags att verifiera teorierna. Här är det bra att ta hjälp av experter, i Sverige eller i landet ifråga, för att säkerställa att företaget tänker rätt eller om det ska skruva på strategierna.

För svenska företag är Norge många gånger en första exportmarknad tack vare den geografiska och kulturella närheten.

”Vår produkt behövs över hela världen”

Internationalisering → Case

Företaget *Plegium* har utvecklat en försvarssprej med smarta lösningar som positions-sms, telefonsamtal till innehavarens anhöriga, siren och LED-lampor. För att lansera sin produkt i Storbritannien deltog Plegium i EuroIncNet-samarbetet via Swedish Scaleups. Vd:n *Henrik Frisk* berättar mer.

Varför är det viktigt för er att lansera er produkt utomlands?

– Om vi bara precis ville gå runt så hade den svenska marknaden räckt för oss, men vi vill bli den största spelaren i personlig säkerhet för privatpersoner. Dessutom behövs vår produkt i länder hela världen över, säger Henrik Frisk.

Ni lanserade själva er smarta försvarsspray i Tyskland och USA. Nu har ni deltagit i EuroIncNet-samarbetet via Swedish Scaleups för att börja sälja till Storbritannien. Vad är den största skillnaden?

–Det teoretiska och generella som behövs för att lansera utomlands har vi haft rätt bra koll på tidigare, men till sist måste man också veta vilka man ska komma i kontakt med och hur. Via Swedish Scaleups har vi kommit i kontakt med den brittiska inkubatorn SETsquared som verkligen har hjälpt oss med det. Vi har fått en strategi på aktivitetsnivå med en lista på återförsäljare som passar för just vår produkt. Inkubatorns konsult kände exempelvis till en kafékedja som har en avdelning där de säljer lite speciell teknik – den hade vi inte hittat utan någon med lokalkännedom.

> ”Vi har fått en strategi på aktivitetsnivå med en lista på återförsäljare som passar för just vår produkt.”

Hur ser läget inför lanseringen?

– Just nu handlar det snarare om att få upp tillverkningen för att matcha det växande behovet, men i stort är vi redo. Vi har smyglanserat på brittiska Amazon och håller på att beta av listan med potentiella återförsäljare, så snart är vi på plats på vår fjärde marknad.

Swedish Scaleups internationalisering i fem punkter

1. När Swedish Scaleups pratar om internationalisering menas att företag sjösätter sin tillväxtresa på den globala marknaden. Internationalisering är en nyckel till att företag ska kunna skala upp sin verksamhet och bli mer konkurrenskraftiga.

2. Internationalisering genomsyrar hela Swedish Scaleups metodik. På Swedish Scaleups ledarskapsutbildning får bolagsledningen exempelvis lära sig att bygga en global organisation utifrån beprövade globaliserings- och omvärldsstrategier.

3. För företag som vill ha mer kunskap om den europeiska marknaden erbjuder Swedish Scaleups tillgång till EuroIncNet-samarbetet, ett ovärderligt nätverk vid etablering på nya marknader i Europa.

4. Företagen kan få coachning från några av Europas topprankade inkubatorer och hjälp med praktiska utmaningar inför en internationell lansering, exempelvis hur de hittar återförsäljare och vilka lagar och regler som gäller för dem på den nya marknaden.

5. Avslutningsvis i EuroIncNet-samarbetet får företagen en lanseringsplan framtagen av en extern konsult. Konsulten är expert på den marknad och de utmaningar som företaget har definierat.

Scaleup-bolag har ofta stora affärsidéer och ännu större ambitioner. Men ett företag kan bara växa till en viss gräns i Sverige innan det måste ut på den internationella marknaden. Swedish Scaleups gör den resan betydligt enklare.

Vill du veta mer?

Kontakta Anders via *swedishscaleups.se/kontakt*

Anders Sageborn är programområdesansvarig för internationalisering på Swedish Scaleups. Av honom kan du få mer information kring hur scaleup-bolag kan lyckas med sin internationalisering.

Det är vi som är Swedish Scaleups

Tio företagsinkubatorer och science parks har med ett gemensamt engagemang och unik kompetens gett innovativa bolag i östra Mellansverige nya möjligheter att växa.

NORRKÖPING SCIENCE PARK
Kopplar ihop företag med offentlig sektor och akademi för ett hållbart samhälle genom visualisering, tryckt elektronik och effektiv logistik.

ALFRED NOBEL SCIENCE PARK
Science park i Örebro som tar det bästa från näringsliv och forskning och framtidssäkrar innovationer för företag och organisationer.

inkubera
Region Örebros företags- och tillväxtinkubator. Erbjuder kvalificerad affärsrådgivning till innovativa företag med hög tillväxtpotential.

UPPSALA INNOVATION CENTRE
Region Uppsalas inkubator erbjuder företag skräddarsytt affärsutvecklingsstöd, nätverk och finansiering för att skala upp.

create BUSINESS INCUBATOR
En inkubator i Sörmland och Västmanland som gör skillnad för startups och scaleups som även de gör skillnad.

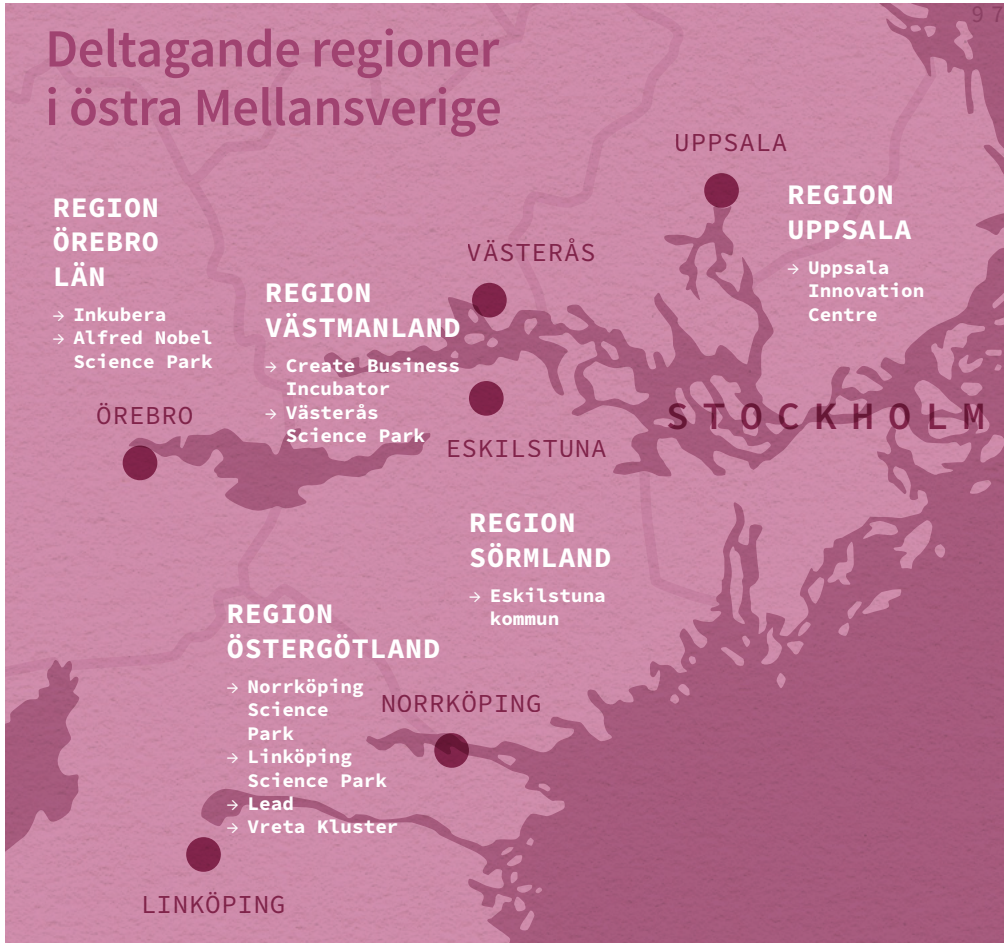
lead
Region Östergötlands inkubator accelererar utvecklingen av bolag genom riktade resurser och tjänster för snabbare tillväxt.

Vreta Kluster
Utvecklingscentrum som bidrar till nya innovationer, utveckling, fler jobb och tillväxt inom de gröna näringarna i Östergötland.

Eskilstuna kommun
Affärsutveckling för företagare, genom tjänster och aktiviteter som syftar till att förenkla och förbättra tillväxt.

LINKÖPING SCIENCE PARK
Världsledande innovationsmiljö inom bl.a. mobil kommunikation, fordonssäkerhet, visualisering och uppkopplade system.

VÄSTERÅS SCIENCE PARK
Västerås Science Park är en mötesplats för företagande, innovation, forskning och tillväxt – Empower business to grow!



FÖR ATT HJÄLPA FÖRETAG ATT VÄXA KRÄVS KAPITAL. ETT STORT TACK TILL SWEDISH SCALEUPS FINANSIÄRER.
↓

EUROPEISKA UNIONEN Europeiska regionala utvecklingsfonder

Region Örebro län

Region Östergötland

Region Sörmland

Region Västmanland

Region Uppsala

tillväxtverket

Swedish Scaleups är ett unikt samverkansprojekt mellan företagsinkubatorer och science parks över regiongränserna i östra Mellansverige. I projektet verkar engagerade människor i inspirerande miljöer, alla med ambitionen att skapa bästa möjliga förutsättningar för innovativa bolag att lyckas förverkliga sin potential.

Gemensamt för bolagen som får hjälp av Swedish Scaleups är att de har ambitionen att växa, från ett litet eller mellanstort företag till ett större, ofta internationellt, bolag. Och som för att ta nästa steg behöver överkomma utmaningar inom fyra områden som är särskilt viktiga för företag som vill växla upp: kapitalförsörjning, hållbarhet, kompetensförsörjning och internationalisering.

För mer inspiration och fakta kring tillväxt i innovativa bolag, besök swedishscaleups.se

© Swedish Scaleups 2021
Produktion: Ci.se
Redaktörer: Fredrik Larsson, Linköping Science Park
Ylva Wretås, Västerås Science Park
— Jerker Elfström & Johan Åberg, Ci.se
Foto: Evelina Carborn, Oskar Omne, Istockphoto, Filip Ljungström, Johan Tilli, Janne Hoflund
Form: Johan Blomgren, Ci.se

SWEDISH SCALEUPS

EUROPEISKA UNIONEN
Europeiska regionala utvecklingsfonden