Update

FÖRETAG | 3 | 2026

SVEA



Sluta leta efter drömrekryteringen

Leksakscity först ut med Svea och Storeborn

AI går från experiment till affär

Så skapar hållbarhet affärsnytta

Släpp fasaden och dela på ledarskapet

Organisationspsykologen och ledarskapsforskaren Caroline Lornudd ger råd om att leda en arbetsgrupp till framgång

Update

FÖRETAG | 3 | 2026

SVEA

Innehåll

4 **Sluta leta efter drömrekryteringen**
– våga satsa på potential

6 **Släpp fasaden och dela på ledarskapet**
– så maximerar du teamets resultat

8 **Leksakscity först ut med Svea och Storeborn**
– ny plattform som förenklar e-handeln

10 **AI går från experiment till affär**
– så skapar du verklig nytta

12 Från hinderbana till snabbstart:
Så vill Svea Bank hjälpa småföretagare att starta företag

14 **Så skapar hållbarhet affärsnytta**

Update utges av Svea Bank,
Evenemangsgatan 31,
169 81 Solna
Telefon 08 735 90 00

Ansvarig utgivare och chefredaktör Ulf Callerström
E-post ulf.callerstrom@svea.com

Texter Spoon, Birdh, Ingrid Kindahl, Svea Bank
Layout Jörgen Melin, Playgraphics

Foto Svea Bank, Adobe Stock m fl
Illustrationer Anna Windborne
Webbsida svea.com

Chefen ska inte vara den smartaste

Välkommen till ett extra rikt nummer av Update Företag. Här skriver vi om allt från ledarskap till AI och hållbarhet. Håll i hatten, för nu kör vi!

Är du den smartaste personen i rummet? Byt rum! Så lyder ett gammalt ordspråk som jag själv alltid har levt efter. Som chef vill man inte vara bäst och smartast, hur ska då företaget kunna växa? När du rekryterar, leta efter folk som kan mer än du! Det är särskilt viktigt i dessa tider, då kompetensbristen är ett av de största problemen för företag i tillväxt. Släpp fixeringen vid att den som får jobbet är perfekt från början. Sök efter kloka, idérika och trevliga människor som kan bidra till företagets utveckling, och utbilda dem själv efter hand. Sveas expert Gillis Wener berättar mer på sidorna 4-5.

Tro inte heller att du som chef har svaren på alla frågor. Svaren finns hos dina medarbetare. Utnyttja dem! Låt dem spåna och säg ja hellre än nej till deras idéer. Så bygger du en dynamisk organisation där folk trivs och vill jobba.

Vi bjuder också på en riktigt bra artikel om AI. Någonstans har jag läst att den nya tekniken används inom en övervägande del av svenska företag – men att det sker på personalens egna villkor. De som vill och kan, de gör. Men gynnar de dem själva eller hela företaget? Det är frågan. För att företaget ska få ut det mesta av AI krävs att ledningen tar kontroll över användningen och börjar utforska hur tekniken kan skapa värde i framtiden. Börja smått och mät rätt saker. Det är lätt att mäta hur många som använder verktygen, men det du vill veta är ju hur vinsten påverkas. På sidorna 10-11 får du en lista med verkligt goda AI-råd.

Detta var bara något av innehållet i denna tidning. Du får dessutom information om ett par nya tjänster som Svea Bank riktar till webbföretag och nystartare, och du får också veta hur du höjer värdet på företagets hållbarhetssatsningar: Genom att låta hållbarhetsarbetet utveckla företaget. I stället för att bara se det som kostnader och krångel.

Jag önskar att jag hade vetat mer om ledarskap och teknikutveckling när jag själv startade Svea en gång för länge sen. Det har blivit en hel del trial and error. Å andra sidan: Jag har aldrig trott att jag själv var smartast i rummet. Sett så här i backspegeln verkar det vara den viktigaste framgångsfaktorn.

Trevlig läsning!



Lennart Ågren
Vd, Svea Bank

Sluta leta efter drömrekryteringen – våga satsa på potential



Kompetensbrist beskrivs ofta som ett av de största hindren för svenska företags tillväxt. Lösningen handlar sällan om att jaga den perfekta kandidaten. Satsa i stället på att investera i internutbildning, se potential framför meriter och att bygga ett starkt varumärke som arbetsgivare.

En Novusundersökning genomförd av Svea Bank uppger 24 procent av de tillfrågade industribolagen att kompetens- och personalbrist är deras största utmaning. Det är en siffra som speglar verkligheten för många svenska bolag. och har studerat ledning och styrning i 15 år.

Problemet handlar ofta om ett synsätt där arbetsgivare letar efter medarbetare med exakt rätt utbildning och erfarenhet – kandidater som i många fall inte finns på marknaden.

En strategisk affärsfråga för tillväxt

Gillis Wener, försäljningschef på Svea Bank, träffar många företagsledare över hela landet. Han betonar att kompetensbristen inte bara är en praktisk fråga, utan påverkar företagarnas beslut, framtidstro och i förlängningen bolagets tillväxt och konkurrenskraft.

– Insikten är egentligen att man faktiskt måste tänka lite bredare nu för tiden. Företagare måste i mycket högre utsträckning satsa på att utbilda och bygga kompetensen internt, säger han.

Våga investera i kompetens

Att investera i nyanställda som inte är fullt ut produktiva från dag ett kan kännas som en stor ekonomisk risk, särskilt i tider av osäkerhet i omvärlden. Så hur ska företag tänka som inte har kapaciteten att göra en nödvändig investering i ny kompetens?

– Det är viktigt att inte fastna, för då kan du lätt bli omsprungen av konkurrenterna. I den situationen får vi som bank prata mer om vilka möjligheter som finns, säger Gillis Wener och fortsätter:

– Vi hjälper företag att finansiera tillväxt, det kan handla om en ny maskin eller att hitta likviditet men också med hjälp att investera i kompetensförsörjning som är nödvändig. Det ena ger ju det andra.

Woolpower: Från 100 till 250 anställda

Ett företag som har ställts inför denna utmaning är textilproducenten Woolpower i Östersund. När företaget vann en stor upphandling till de nordiska försvarsmakterna, behövde de gå från 100 till cirka 250 medarbetare – i en industri där yrken som industrisömmerskor i princip saknas i Sverige.

Ulrika Rogeman, operativ chef på Woolpower, beskriver hur företaget fick tänka kreativt när kompetensen inte fanns att hitta.

– Vi insåg rätt snabbt att vi måste hitta riktigt bra personer som framför allt vill jobba hos oss, i Östersund. Så vi rekryterade väldigt mycket på vilja och personlighet.

Lösningen blev att bygga ett gediget internt utbildningsprogram. I dag har Woolpower medarbetare från runt 20 olika nationaliteter. Arbetsspråket är svenska, och medarbetarna hjälps åt så att alla får möjlighet att lära sig språket på plats.

– Det viktiga för oss är att alla som vi rekryterar ska vilja jobba kvar länge. Det kan ta upp till två år innan en ny sömmerska verkligen har lärt sig yrket, så det är en jätteinvestering. Alla är betydelsefulla här och vi bygger en gemensam kultur tillsammans, säger Ulrika Rogeman.

Börja nu – i det lilla

Att lösa kompetensförsörjningen behöver inte innebära ett gigantiskt projekt direkt. Genom att fokusera på några nyckelroller, visa upp verksamheten för skolor och våga satsa på juniora kandidater kan företag bygga sin egen kompetens.

Gillis Wener skickar med en tydlig uppmaning till företagare:

– Bygg ditt varumärke som arbetsgivare. Se människorna och se till att de vill arbeta hos dig. Fokusera på potentialen i de som du anställer och investera i att utbilda de anställda du har, säger han och avslutar:

– Och: börja. För börjar man inte, då halkar man efter.

3 tips för att lyckas med kompetensförsörjningen.

1. **Fokusera på människan och personligheten: Lita på att det går att utbilda och lära ut yrkeskunskapen.**
2. **Bygg processer och kultur tillsammans: Kom ihåg att alla medarbetare är kulturbärare som bygger arbetsplatsen ihop.**
3. **Ha ansvariga för utbildning: Se till att ha utsedda personer som ansvarar för introduktion och utbildning av nyanställda.**


Ulrika Rogeman, operativ chef Woolpower



Illustration: Anna Windborne

Släpp fasaden och dela på ledarskapet – så maximerar du teamets resultat

Att leda en arbetsgrupp till framgång handlar inte om att sitta på alla svar själv. Tvärtom. Organisationspsykologen och ledarskapsforskaren Caroline Lornudd menar att det moderna ledarskapet kräver att du vågar visa din egen mänsklighet och frigöra kraften i den kollektiva intelligensen.

Många chefer bär på en tung ryggsäck av förväntningar. De tror att de ska vara den smartaste personen i rummet, sätta alla mål och ha stenkoll på varje operationell detalj. Men i en snabbrörlig och oförutsägbar omvärld är det en omöjlig ekvation.

Caroline Lornudd är programansvarig och programledare för Chefakademins Executive MBA i Leadership & Management. Hon är legitimerad psykolog, har doktorerat i Medical Management på Karolinska Institutet och har studerat ledning och styrning i 15 år.

– Ett gott resultat handlar om att lyckas med sitt uppdrag på ett sätt som är hållbart i längden. Det är skillnad på en sprint och ett maraton. För att bygga ett högpresterande team över tid måste du låsa upp gruppens gemensamma styrka, säger hon.

Tre pelare för ett högpresterande team

Hur skapar man då en grupp som inte bara levererar det här kvartalet, utan även nästa år? Enligt Caroline Lornudd handlar det om tre fundamentala byggstenar:

Släpp idén om att du ska kunna allt: När du fattar beslut baserat på flera hjärnors initiativ får du ett bättre underlag. Dessutom skapar det ett enormt engagemang. När medarbetarna får vara med och tänka på riktigt känner de ett större ägarskap, mår bättre och presterar därefter.

Skapa ett tillåtande samtalsklimat: Innovation och lärande uppstår inte i grupper där folk är tysta eller bara säger det som är självklart. Du måste bygga en miljö där människor vågar ”provtänka” högt, bjuda på en dikeskörning och utmana varandra på ett konstruktivt sätt.

Visa din egen mänsklighet: Många ledare tror att de inte får visa svaghet. Men om du som chef framstår som perfekt, kommer dina medarbetare också att försöka leva upp till en destruktiv perfektionism. Våga bjud på dina egna misstag.

– Jag träffade en vd som inför en föreläsning om stress valde att berätta för sina anställda om när han för länge sedan själv satt en lördag och grät på kontoret av utmattning. Att han sa ’jag vet hur det känns’ gjorde troligtvis att cheferna i den organisationen skulle våga berätta om de har det tufft. Och det är mer än vad någon extern föreläsare någonsin hade kunnat uppnå, berättar Caroline Lornudd.

Utgå inte från att folk förstår sitt värde

En vanlig fälla för chefer är tanken att ”det här är vuxna människor som får lön, jag behöver inte berömma dem för att de bara gör sitt jobb”. Man är snabb med att korrigera när något blir fel, men glömmer bort vardagen.

– Vi underskattar grovt värdet av att bekräfta det dagliga slitet. Folk vill bli sedda i ögonen. De vill ha en ledare som säger: ”Jag ser att du kämpar på och jag är imponerad. Tack vare att du gör detta kan vi leverera det här till kunden”. Det är de små detaljerna som får människor att känna att de tillhör och tillför.

Hitta balansen mellan krav och värme

Att leda mot resultat handlar självklart också om att ställa krav. Tydlighet är något människor mår bra av, och du måste våga säga till när någon inte når upp till förväntningarna. Hemligheten ligger i hur du paketerar budskapet.

I stället för att bli irriterad och anta att medarbetaren är lat eller slarvig, föreslår Caroline Lornudd en utforskande och problemlösande approach:

– Säg som det är: ”Det här håller inte, jag tror att du kan bättre och jag vill att vi pratar om det”. Fråga sedan vad som hindrar dem och vad de behöver från dig eller organisationen för att lyckas. Ha kvar det höga kravet, men möt människan med värme och utan att skuldbelägga.



”Organisationens absolut viktigaste tillgång är inte din kompetens som chef, utan den kraft du lyckas plocka fram tillsammans med ditt team.”

Caroline Lornudd
Programansvarig Chefakademins Executive MBA i Leadership & Management

Fastnat i gamla hjulspår? Skapa en nystart

Om du upplever att din arbetsgrupp har stagnerat och du vill höja prestationen, tipsar Caroline Lornudd om en enkel fyrstegsraket för måndagsmötet:

1. **Förtydliga målet:**
   Se till att absolut ingen svävar i osäkerhet kring vad ni faktiskt ska uppnå.
2. **Koppla på ett ”varför”:**
   Vad är det större syftet? Hur underlättar ert arbete för en annan del av företaget eller för slutkunden?
3. **Prata om ”vi”, inte ”ni”:**
   Samla teamet och säg: ”Vi behöver göra något annorlunda för att nå våra mål, låt oss slå våra kloka huvuden ihop. Vad hindrar oss i dag och vad kan vi skruva på?”
4. **Dela på ledarskapet:**
   Om en medarbetare är expert på AI eller brinner för kundmötet – låt den personen leda just den diskussionen. Du tappar inte status för att någon annan tar taktpinnen ibland.

Kom ihåg att ledarskap är en lagsport. Rollen där chefen pekar med hela handen kan verka skön för att du får bestämma, men den blir snabbt ensam och tung. Organisationens absolut viktigaste tillgång är inte din kompetens som chef, utan den kraft du lyckas plocka fram tillsammans med ditt team.

Leksakscity först ut med Svea och Storeborn – ny plattform som förenklar e-handeln

Med den nya svenska e-handelsplattformen Storeborn ska det bli enklare att starta och driva webbutik. Leksakscity är en av de första handlarna på plattformen, med Svea Bank som betalpartner.



”Enkelhet, hastighet och flexibilitet är viktigt. Men säkerheten är det allra viktigaste för oss.”
Joel Bahar
Grundare Storeborn

Idén till Storeborn har funnits länge. Redan 2019 började Joel Bahar och hans kollegor på Prestaworks fundera på hur de kunde ta erfarenheterna från många år i e-handelsbranschen och bygga något nytt.

– Vi kommer från den tekniska världen och ville ta det bästa från open source och paketera det i en plattform som är enklare och snabbare att använda, säger Joel Bahar, medgrundare till Prestaworks. Resultatet blev Storeborn, en plattform där enkelhet, snabbhet och flexibilitet står i centrum. En ny webbutik kan enligt Joel skapas på mindre än tre minuter. Det är gratis att komma igång och prismodellen är sedan kopplad till försäljningen, med 0 procent i plattformsavgift upp till 10 000 kronor i månadsförsäljning.

– Vi vill att man ska kunna bygga upp sin verksamhet i lugn och ro. Prismodellen kan växa med kunden och är också en fördel för verksamheter med stora säsongsvariationer.

Säkerheten viktigast

Men det finns ytterligare en aspekt som Joel Bahar värderar ännu högre. Efter många år med open source-lösningar har Prestaworks sett vilka utmaningar som kan uppstå med äldre teknik, uppdateringar och säkerhet. Därför har säkerheten varit central i utvecklingen av Storeborn.

Plattformen är byggd så att säkerhet och uppdateringar kan hanteras centralt. Samtidigt har stort fokus lagts på snabba laddtider och möjligheten att lägga till nya funktioner och integrationer när behovet uppstår. Plattformen är också byggd med internationell tillväxt i åtanke, med stöd för flera språk och valutor och en växande marknadsplats för integrationer.

– Enkelhet, hastighet och flexibilitet är viktigt. Men säkerheten är det allra viktigaste för oss, säger Joel.

Tröskeln ska också vara låg för den som redan har en webbutik. Storeborn hjälper till med migreringen och handlaren kan testa plattformen utan att direkt binda upp sig på stora kostnader.

– Vi är så säkra på vår teknik att vi vill låta handlarna prova plattformen och se hur den fungerar.

Leksakscity bytte på några timmar

En av de första e-handlarna som hoppade på var Leksakscity. Företaget fick nya ägare i slutet av 2024 och när den befintliga e-handelsplattformen behövde uppgraderas fick vd John Pettersson höra talas om Storeborn.

– Det såg fräscht och bra ut och var extremt snabbt. Mycket ingår från början och sedan kan vi lägga till moduler efter hand som vi behöver dem. Prismässigt är det också bra för oss, säger han.

I juni gick flyttlasset. Och det blev betydligt mindre dramatiskt än vad ett byte av e-handelsplattform kan låta som.

– Integrationen var väldigt smidig och det tog bara några timmar att flytta. Kundservicen är dessutom ruggigt bra. Vi får snabba svar, till och med på helger, säger John Pettersson.

Att Svea Bank redan fanns integrerat i Storeborn förenklade ytterligare. Leksakscity använde Svea som betalpartner sedan tidigare och kunde fortsätta med samma lösning efter plattformsbytet.

– Svea har ett bra erbjudande där vi får de betalsätt vi behöver i checkouten. Men jag uppskattar också att vi har samma kontakt och får snabba svar och förslag på förbättringar. Man lär känna dem man jobbar med, säger John.

Svea Bank med från början

Svea Bank är den första betallösningen som integrerats i Storeborn. Samarbetet bygger vidare på en lång relation mellan banken och Prestaworks.

– Vi är glada över att få vara med från början. Vi har ett långt och bra samarbete med Prestaworks sedan tidigare, säger Thomas Svensson, e-handelsexpert Payments på Svea Bank.

Även för Joel Bahar har den personliga relationen varit viktig. När Storeborn skulle lanseras var det naturligt att Svea skulle vara med.

– När vi byggde Storeborn ville vi göra det tillsammans med Svea. De är engagerade och försöker genuint lösa frågor tillsammans med oss. För mig är det så ett bra samarbete ska fungera.

För Leksakscity innebär det tre parter med tydliga roller: Leksakscity kan fokusera på kunder och tillväxt, Storeborn på plattform och teknik och Svea Bank på betalningen. Tanken är enkel – ju mindre tid handlaren behöver lägga på tekniken runt omkring, desto mer tid finns för att utveckla själva affären.



”Vi är glada över att få vara med från början. Vi har ett långt och bra samarbete med Prestaworks sedan tidigare.”
Thomas Svensson
E-handelsexpert Svea Bank



”Integrationen var väldigt smidig och det tog bara några timmar att flytta. Kundservicen är dessutom ruggigt bra. Vi får snabba svar, till och med på helger.”
John Pettersson
Vd Leksakscity

Storeborn och Leksakscity

Storeborn: Ny svensk e-handelsplattform utvecklad av Prestaworks, som har arbetat med e-handelslösningar sedan 2008. Idén till Storeborn började ta form 2019 och plattformen lanserades 2026.

Så fungerar det: Det är gratis att skapa och komma igång med en webbutik. Storeborn börjar ta betalt när handlaren börjar sälja eller aktiverar tilläggsfunktioner som har en kostnad.

Leksakscity: Svensk e-handlare inom leksaker och barnprodukter. Leksakscity Sverige AB ingår sedan slutet av 2024 i samma koncern som Spelexperten.

Samarbetet: Leksakscity använder Storeborn som e-handelsplattform och Svea Bank som betalpartner. Svea Bank är den första betalningslösningen som integrerats i Storeborn.



AI går från experiment till affär – så skapar du verklig nytta

AI-användningen bland svenska företag har mer än tredubblats på två år. Men trots att allt fler använder tekniken är steget till tydliga affärsresultat fortfarande stort. Så vad krävs för att lyckas?

Sveas rapport Drivkraft: AI 2026 visar att 38 procent av svenska företag använder AI. Samtidigt tror tre av fyra företag att tekniken kommer att vara implementerad inom fem år. Utvecklingen går alltså snabbt, men att använda AI är en sak. Att få tekniken att bidra till produktivitet, försäljning och lönsamhet är något annat. Det är också där nästa stora möjlighet finns för svenska företag.

Börja med affärsproblemet

Det är lätt att börja med att fråga sig vilka AI-verktyg man borde använda. Men vänd på det och fråga dig i stället var arbetstid försvinner? Vilka moment upprepas om och om igen? Var finns flaskhalsarna och var skulle bättre analys eller snabbare beslutsunderlag kunna göra skillnad?

Rapporten visar att 55 procent av företagen som använder AI använder tekniken för att effektivisera enskilda medarbetares arbete och 50 procent inom data och analys.

Samtidigt flyttar AI närmare intäkterna. På bara ett år har användningen inom försäljning ökat med 21 procentenheter.

Malin Blomberg, vd på Zimply, rekommenderar företag att leta efter ”quick wins” i stället för att försöka förändra allt på en gång.

– Om ett flöde är stort och komplicerat är mitt råd att ta en liten del i taget, lära av processen och bygga ut i bitar efter hand, säger hon.

Mät effekten på affären

Hittills märks resultatet av AI framför allt i produktiviteten. 21 procent av företagen som använder AI upplever stor effekt på produktiviteten. Motsvarande siffror är 16 procent för stärkt konkurrenskraft och 12 procent för ökad lönsamhet.

Förväntningarna är däremot höga. Bland företagen som överväger att integrera AI bedömer 39 procent att tekniken i hög grad kan öka lönsamheten. Bland dem som redan använder eller överväger AI pekar 49 procent på ökad produktivitet och 46 procent på effektivare säljprocesser som sätt för AI att bidra till lönsamhet och tillväxt.

Andreas Håkansson, AI Lead på PwC, menar att det gäller att mäta rätt saker.

– När du mäter effekten av AI ska fokus ligga på affärsmålet, inte på hur många som använder verktyget eller hur många piloter som genomförs, säger han.

Det kan handla om sparad arbetstid och lägre kostnader, men också om ökad försäljning eller bättre prognoser. Nästa steg kan vara att fundera på vad AI gör möjligt som företaget inte har kunnat erbjuda sina kunder tidigare. Andreas Håkansson lyfter bland annat mer personliga kundupplevelser, optimerad prissättning och nya affärsmöjligheter som exempel.

Bygg in säkerheten från början

När AI får en större roll i verksamheten behöver också spelreglerna bli tydliga. Vilken information får användas? Var lagras den? Vilka verktyg är godkända? Och hur stora behörigheter ska en AI-agent egentligen ha?

Jonathan Ström, senior konsult på Omegapoint, pekar på risken att känslig information delas med externa AI-tjänster utan kontroll. När AI kopplas till exempelvis mejl, dokument och affärssystem blir det också viktigt att begränsa vad tekniken kan komma åt och göra.

– AI-agenter behöver tydliga begränsningar och så små behörigheter som möjligt, säger Jonathan Ström.

Säkerhet behöver alltså finnas med från start, men AI-resan är inte bara en teknikfråga. AI-experten Paulina Modlitba beskriver den som 70 procent människa och organisation, 20 procent data och teknik och 10 procent algoritmer. För att lyckas behöver ledningen skapa både kunskap och utrymme för medarbetarna att utforska tekniken.

– Ledningen måste investera i och frigöra tid för utforskande redan nu för att kunna skapa värde framåt. AI ska frigöra tid så att människor kan göra det de är bäst på, säger Paulina Modlitba.

När AI-verktyg blir tillgängliga för allt fler företag kommer tekniken i sig knappast att vara det som skapar försprånget. Skillnaden ligger snarare i hur väl företaget lyckas omsätta AI i konkret nytta för kunden, medarbetaren och affären.

Ladda ner och läs hela Sveas rapport Drivkraft: AI 2026

5 tips för att få mer affärsnytta av AI

1. Börja där det skaver. Leta efter tidskrävande arbetsuppgifter, flaskhalsar och repetitiva processer där AI kan göra konkret skillnad.
2. Testa smått och skala det som fungerar. Börja med ett avgränsat initiativ, bygg erfarenhet och utveckla användningen stegvis.
3. Mät det som betyder något. Följ exempelvis intäkter, kostnader och beslutskvalitet – inte bara hur mycket AI används.
4. Sätt tydliga spelregler. Bestäm vilken data som får användas, vilka verktyg som är godkända och vem som ansvarar.
5. Ge medarbetarna tid att lära. Utbildning, tydliga ramar och utrymme att testa är avgörande för att få ut värde av tekniken.



SVEA

Från hinderbana till snabbstart: **Så vill Svea Bank hjälpa småföretagare att starta företag**

Krångliga bankprocesser, tröga myndighetskontakter och veckor av väntan. Att starta och driva småbolag i Sverige innebär ofta en hinderbana av administration. Genom en satsning på skräddarsydd digital teknik och personlig service vill Svea Bank göra det enklare och snabbare än någonsin att bli sin egen.

Att starta ett aktiebolag ska vara fyllt av energi och framtidstro, men för många nyblivna entreprenörer bromsas drivkraften upp direkt i mötet med bankväsendet. Långa väntetider på bankkonto, obegripliga frågor om reella huvudmän och krånglig hantering av aktiekapital skapar en digital tröskel.

David Jordell, Head of Product på Svea Bank, menar att det är dags för banksektorn att rannsaka sig själv och börja agera smörjmedel istället för bromskloss.

– Småföretag är vårt bread and butter, det är verkligen det vi brinner för. Vi vill förenkla banktjänsterna för företagare generellt, så att de kan fokusera på sin verksamhet och sin business helt enkelt, förklarar David Jordell.

Den viktiga ryggraden i svensk ekonomi är småföretagare

Behovet av smidiga banklösningar för små och medelstora bolag kan knappast överskattas. Företagarnas vd Magnus Demervall påpekar att hela 99 procent av Sveriges företag har färre än 50 anställda.

– Det är verkligen ryggraden i hela den svenska ekonomin. För det första är tid pengar, framför allt i en entreprenörsvardag där du kanske valt att lämna en anställning. Om du inte kan skapa värde på fyra, sex eller åtta veckor för att processerna tar för lång tid, då har du redan byggt upp en skuld eller en risk för att inte kunna ta ut lön, säger Magnus Demervall och tillägger:

– Kan man tajta ihop den där processen? Varje timme eller i alla fall varje dag är värd otroligt mycket för en företagare.

”Starta bolag” – ny tjänst som kapar väntetiderna

Magnus Demervall påpekar också att det ofta uppstår en besvikelse hos de minsta bolagen när lokala bankkontor stängs ned samtidigt som de stora bankernas digitala självhjälpslösningar inte räcker till. Det skapar ett gap där entreprenörer lämnas åt sitt öde.

Det är precis detta gap Svea Bank vill fylla. Med sin tjänst ”Starta bolag” har banken byggt upp en process som speglar tjänsten Verksamt.se men kapar väntetiderna drastiskt.

– Vi har satsat otroligt mycket på att bygga en plattform där syftet är att kunna hantera våra kunder effektivt, även i processer som inte nödvändigtvis ger oss en direkt avkastning. Kan vi bekräfta uppgifter med officiell extern data så gör vi det för att effektivisera steget. Är bara företagaren lika rapp, så är vi inget hinder i flödet, förklarar David Jordell.

Vill behålla det mänskliga mötet

Genom att integrera verifiering och onboarding redan i ansökningsskedet, kan entreprenören exempelvis swisha in sitt aktiekapital och få bankintyget utfärdat direkt.

När bolaget väl blir registrerat hos Bolagsverket skickas en notis och med ett knapptryck aktiveras bankkonto, kort och transaktionshantering.

Samtidigt understryker David Jordell att teknik inte får ske på bekostnad av det personliga bemötandet.

– Vi har sagt från dag ett att vi ska vara en helt digital bank, men vi ska behålla det personliga mötet. Det ska alltid gå att ringa oss och enkelt få prata med en människa. Vi ringer faktiskt alla nya kunder som vi tar in för att se om vi kan hjälpa till och bygga en relation. Småföretagare kan inte alltid passa in i en fyrkantig process.

En investering i framtidens bolag

Många traditionella banker drar sig för att engagera sig i nystartade och mindre verksamheter, för att istället jaga bolagen först när de omsätter tiotals miljoner. Men på Svea Bank ser man det som sin kärnuppgift att finnas där från dag ett och växa tillsammans med entreprenören. Den inställningen applåderas av Företagarnas vd, som också vill skicka med en uppmuntran till alla som drömmer om att driva eget.

– Man ska framför allt komma ihåg att det är förbannat kul att driva företag! Du får vara med och driva samhällsomvandling och lösa människors vardagsproblem. Det finns hinder, men de går att övervinna, och det finns partners där ute som är redo att hjälpa till, avslutar Magnus Demervall.

Starta bolag via Svea Bank



Illustration: Anna Windborne

När bolaget väl blir registrerat hos Bolagsverket skickas en notis och med ett knapptryck aktiveras bankkonto, kort och transaktionshantering.

Så skapar hållbarhet affärsnytta



Sveas rapport Drivkraft: hållbarhet 2026 visar att 84 procent av svenska företag arbetar aktivt med hållbarhet. Den främsta drivkraften är kundernas förväntningar, följt av lagar och regler. Betydligt färre uppger lönsamhet eller affärsmodellen som främsta skäl. Samtidigt finns mycket att vinna på att koppla hållbarhetsarbetet närmare affären.

Titta bortom de enkla vinsterna

Många företag har redan kommit långt med åtgärder som ger relativt snabb effekt. 81 procent bland företag som arbetar aktivt med hållbarhet återvinner och minskar materialförbrukningen, och 71 procent arbetar för goda arbetsvillkor i leverantörsledet.

Det är viktiga insatser som kan sänka kostnader och minska risker. Men rapporten visar också att de satsningar som har störst potential att skapa tillväxt prioriteras lågt. Cirkulära affärsmodeller lyfts fram som den satsning som har störst potential att driva tillväxt och lönsamhet. Ändå planerar bara fyra procent av företagen att investera i sådana lösningar.

– Det som har störst tillväxtpotential är också det minst prioriterade, säger Caroline Collin, hållbarhetsansvarig på Svea Bank.

Kundernas krav påverkar allt fler

Att hållbarhet blir en allt viktigare affärsfråga märks också på kraven från omvärlden. 36 procent av företagen uppger att hållbarhetskrav är en av de makrotrender som kommer att påverka verksamheten mest. Bara ränteläget hamnar högre.

Och kraven berör inte bara stora företag. När större bolag behöver redovisa sin klimatpåverkan behöver de i sin tur information från sina leverantörer. Det innebär att även mindre företag kan behöva ha koll på exempelvis utsläpp och leverantörsled för att kunna behålla kunder, delta i upphandlingar och få finansiering.

– Hållbarhetsrisker ses i dag som finansiella risker, vilket innebär att exempelvis höga koldioxidutsläpp, beroende av fossila bränslen eller exponering mot klimatrelaterade risker kan påverka ett bolags kreditvärdighet, säger Caroline Collin.

Gör hållbarhet till en del av affären

För att hållbarhetsarbetet ska få verklig effekt behöver det också förankras i hela företaget. Karin Rehnberg, vd och medgrundare av Revive Retail, menar att det annars finns en risk att andra satsningar går före.

– Om hållbarhet bara blir hållbarhetsavdelningens fråga är risken större att arbetet skjuts på framtiden till förmån för andra satsningar där den direkta vinsten kan vara lättare att se. För att hållbarhetsarbetet ska få fart måste affärsutveckling, tech, lojalitet och ledning förstå vad de själva vinner på det, säger Karin Rehnberg.

Ett exempel är second hand. Genom att lyfta fram en produkts andrahandsvärde redan vid köpet kan cirkularitet bli en del av kundresan. Karin Rehnberg berättar att när kunder får välja mellan pengar tillbaka och presentkort när de säljer tillbaka en vara, väljer omkring 70 procent av dem presentkort. Det kan få kunden att återvända och göra ett nytt köp, på så sätt blir hållbarhet också en fråga om kundlojalitet.

Samtidigt kräver omställningen investeringar. 15 procent av företagen planerar att ställa om till fossilfria transporter under det kommande året och 12 procent ser ett ökat behov av extern finansiering. För många företag blir det därför viktigt att planera både investeringar och finansiering i god tid.

Hållbarhet behöver alltså inte vara ännu ett krav att bocka av. Rätt satsningar kan stärka kundrelationerna, öka konkurrenskraften och öppna för nya affärer.

Ladda ner Sveas rapport Drivkraft: hållbarhet 2026

Åtta av tio svenska företag arbetar aktivt med hållbarhet. Men många satsningar handlar fortfarande om att sänka kostnader och möta olika krav. Den stora möjligheten ligger i nästa steg: att använda hållbarhet för att utveckla affären.



5 tips för att skapa affärsnytta av hållbarhet

1. Koppla hållbarhet till affären: Se var satsningarna kan skapa kundvärde, intäkter eller stärkt konkurrenskraft.
2. Titta bortom kostnadsbesparingarna: Utvärdera exempelvis cirkulära affärsmodeller och nya erbjudanden.
3. Ligg steget före kraven: Ha den hållbarhetsdata som kunder, partner och finansiärer kan komma att efterfråga.
4. Involvera hela företaget: Hållbarhet behöver vara en fråga för fler än den som ansvarar för hållbarhetsarbetet.
5. Planera finansieringen: Större investeringar kan kräva externt kapital. Var ute i god tid så att finansieringen inte bromsar omställningen.

svea.com

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
info@svea.com

Org. nr: 556158-7634
Säte: Stockholm

Följ oss på LinkedIn