

e-handel

Sälj mer när
din kund får
välja frakt

80/20-regeln

Maria Lachonius
höjde lönsamheten

Är din kund under
rekonstruktion –

SE UPP!

Günther Mårder, vd för Företagarna:

**"HÄR ÄR KNEPEN FÖR
ATT FÅ BÄTTRE BETALT"**

Vi som gör det möjligt

På Svea Ekonomi nöjer vi oss inte med att vara ett finansbolag. Vi vill vara en vän att hålla i handen för företagare som vill starta, expandera, fusionera och förändra. I den här tidningen har vi ambitionen att visa hur du som företagare kan dra nytta av oss. Så att det som tidigare kändes omöjligt, blir möjligt.

VI GÖR DET GENOM ATT låta andra företagare berätta om sina erfarenheter, hur de använder sitt eget kunnande och kombinerar det med olika externa tjänster – sådana som vi eller andra aktörer kan bidra med. Genom att intervjua framstående personer i samhället visar vi vart ekonomin är på väg, vart pilarna pekar och hur det kan påverka ditt liv.

EN FRÅGA SOM ALLTID ÄR PÅ TAPETEN är lönsamheten. Hur förbättrar man den?

I detta numret kan du bland annat läsa om Maria Lachonius, som driver översättningsbyrån Språkbolaget. Hon har gjort verklighet av Paretos princip och höjt sin lönsamhet genom att använda sig av 80/20-regeln.

ATT EU:S NYA DATASKYDDSREGLER, GDPR, börjar gälla 25 maj vet nog de flesta. Men redan första maj införs ett annat direktiv, PSD2. Vi reder ut vad det innebär för oss konsument och företag.

MISSA INTE HELLER INTERVJUN med Företagarnas vd Günther Mårder. Han berättar om hur man lyckas ta bättre betalt av sina kunder.

Trevlig läsning!

Lennart Ågren
Vd, Svea Ekonomi



Innehåll

#1 2018

- 3 Spar tid när kunden tar kontroll över krediten**
Om kunden kan sköta sin egen ansökan om lånelöfte frigörs tid både för kassapersonal och säljare.
- 4 Konverteringen ökar när konsumenten får välja leveranssätt**
När kunderna själva fick välja betalsätt ökade konverteringen. Nu vill kunderna även välja fraktsätt – det har Stidner tagit fasta på.
- 6 Knepen för att få bättre betalt**
Svenska småföretagare sliter för pengarna. Lär er ta bättre betalt! Det säger Günther Mårder, vd på Företagarna.
- 8 Hon har gjort 80/20-reglen till skön konst**
Maria Lachonius på Språkbolaget har ökat lönsamheten tack vare Paretos princip.
- 10 Så lämnar du digitala fotspår när du reser**
Vare sig du reser i jobbet eller privat lämnar du hela tiden digitala avtryck som lagras hos olika företag och myndigheter.
- 12 Är din kund föremål för rekonstruktion?**
Då gäller det att se upp. Du riskerar att inte få betalt om du inte har koll.
- 14 PSD2 bryter bankernas monopol**
EU:s nya betaltjänstdirektiv PSD2, som införs i Sverige den 1 maj, öppnar upp för nya aktörer att erbjuda finansiella tjänster.
- 16 Notiser**
 - E-barometern: Fortsatt stark tillväxt i e-handeln
 - Gratis GDPR-guide hjälper småföretagare
 - Ny gräns för direktupphandling
 - Genombrott för digitala kvitton
 - Betalningsindex fortfarande stabilt
- 18 Konkursnytt**
Starkt första kvartal för detaljhandeln, svagt för hotell och restaurang.

Spar tid när kunden tar kontroll över krediten

Om kunden kan sköta sin egen ansökan om lånelöfte frigörs tid både för kassapersonal och säljare. Köpen går snabbare och smidigare – både för kund och butik.

”En flexibel lösning som Self kan också locka kunder till en viss butik och därmed öka försäljningen.”

Linus Bleiweiss, projektledare
för Verifonesamarbetet.



Butiker och tjänsteföretag som erbjuder kunder finansiering kan via Svea Ekonomis tjänst Self låta kunden ta hand om sin egen ansökan om lånelöfte. När och var det passar. Det ger också dig som handlare möjlighet att fokusera på att sälja produkter och tjänster istället för att hantera ansökningar om lånelöfte.

–Grundtanken med Self är att det erbjuder ett smidigt, tryggt och privat sätt för kunden att ansöka om lånelöfte. Dagens kunder vill kunna ha kontrollen själva, därav namnet på tjänsten, som innebär att kunden enkelt via mobil eller annan enhet kan ansöka om lånelöfte utan att vara tvungen att prata med någon säljare eller annan butikspersonal, säger Linus Bleiweiss, produktutvecklare på Svea Ekonomi.

Syftet med Self är kunddrivet – en möjlighet att ha lånelöftet klart när man väl kommer till butiken. Fördelen för säljföretaget är att det frigör tid eftersom butikspersonal inte behöver

ägna tid åt att hjälpa kunder fylla i låneansökningar och delbetalningsplaner.

– En flexibel lösning som Self kan också locka kunder till en viss butik och därmed öka försäljningen. Tjänsten passar företag som är intresserade av att jobba med extern finansiering som ett stöd i säljprocessen, säger Linus Bleiweiss.

Han berättar att tjänsten initialt utvecklades då det kom önskemål om att skapa en tjänst som gjorde klart finansieringen innan kunden var på plats hos tjänsteföretaget.

– På så vis frigjorde man tid för medarbetare att fokusera på sin kärnverksamhet istället för på finansieringen.

Idag finns Self brett tillgängligt och tjänsten riktar sig både till serviceföretag och detaljhandel, som möbelaffärer, byggvaruhus, eller andra som tillhandahåller större inköp där konsumenten efterfrågar möjligheten att dela upp betalningen.

Förutom tidsbesparingar kan Self

användas som ett säljverktyg. Lösningen är sömlös och fungerar över olika kanaler. Hantering av lånelöften sker i Svea Ekonomis gränssnitt medan transaktionerna kan hanteras i företagens egna kassasystem eller betalterminaler. När en kreditansökan blivit godkänd och kunden signerat den via Mobilt BankID, skickas en notis till affären som på så vis kan förbereda för leverans eller avhämtning.

Flexibilitet och möjlighet att erbjuda olika betalalternativ blir allt viktigare som konkurrensverktyg för handeln och Self är en del av det. En annan nyhet som kommer lanseras i vår är ett samarbete mellan Svea Ekonomi och Verifone. Detta innebär att privatkunder, utöver att betala med sitt kort, ska kunna välja att betala sina köp mot faktura direkt i butikens betalterminal.

–Det här är en integrerad lösning som erbjuder fler betalsätt i befintlig infrastruktur vilket också är ett sätt att erbjuda säljstöd till handlarna, säger Linus Bleiweiss.

Konverteringen ökar när konsumenten får välja leveranssätt

Stidner låter kunderna styra över hela sitt köp

När konsumenten själv får välja betelsätt i checkouts, ökar chansen till konvertering – att affären verkligen genomförs. Nu vill kunderna även bestämma mer om frakten. Det har företaget Stidner tagit fasta på.

Frakterna var tidigare en svag punkt

Stidner grundades av Dennis Svensson och några kollegor våren 2016. Dennis Svensson har arbetat som konsult av e-handelsplattformar åt olika butiker. Som egenföretagare ville han först ta ett stort grepp på e-handeln. Men så märkte han att frakterna verkade vara en svag punkt, och beslöt sig för att rikta in sig på dem. Sverige ligger nämligen efter andra jämförbara länder när det gäller e-handelsvolym, och en anledning kan vara att konsumenterna inte är nöjda med frakterna. Man vill inte sitta hemma en hel dag och vänta på en lastbil, och inte heller att varorna ska hamna på ett utlämningsställe som är svårt att ta sig till.

Så Dennis Svenssons idé blev att utveckla en tjänst där konsumenten själv får välja frakt företag och hur leveransen ska ske – till hemmet eller till det utlämningsställe man själv anger.

Stidner förenklar även för e-handlaren

Men inte bara det – Stidner förenklar också för e-handlaren, som får hjälp med administrationen kring leveransen, samt hämtning av paketen – på den plats och den tidpunkt som hen själv väljer.

– Vi tar helt enkelt bort det manuella arbetet. E-handlaren behöver bara klicka på skärmen och få ut adressetiketten med rätt streckkod. Vi har också en enkel prismodell utan bindningstider som passar de mindre e-handlarna, säger Dennis Svensson.

De stora e-handelsföretagen har ofta möjlighet att själva teckna förmanliga avtal med fraktbolagen och kan för bara 1 krona få del av Stidners "autoetikett" och andra tjänster. För de små erbjuder sig Stidner att teckna fraktavtal, som då blir förmånligare än de hade blivit om det lilla företaget själv hade förhandlat med de stora aktörerna som Schenker eller Postnord.

Dennis Svensson, Stidner till vänster och Johan Ahlberg, Payson.



Nytt avtal med Loopia

Under vintern har Stidner och Payson slutit avtal med Sveriges största webbhotell Loopia om ett samarbete. Loopia vidareutvecklar sitt koncept till att även tillhandahålla webbutik i ett paket till nystartade e-handlare. Den som nappar på det kommer att ha både Stidner och Payson (som erbjuder alla former av betallösningar för e-handeln) förinstallerat i sin e-handel.

– Vi vill att konsumenterna ska kunna handla och använda de betalsätt de själva vill. Kort, faktura i efterhand eller direkt från banken. Och genom samarbetet med Stidner kan de också välja leveranssätt. Då blir hela köpet en bättre upplevelse för slutkunden, säger Johan Ahlberg, chef för partnerskap på Payson.

Stidner hittar hela tiden på nya sätt att underlätta för slutkunden och för e-handlarna. Exempelvis har man en

app kallad Pick och Pack, som innebär att när lagerarbetare går i lagret för att hämta varor, scannar man varorna i stället för att gå med en plocklista. Då får kunden alltid rätt vara.

Just nu arbetar Stidner med alla de stora fraktföretagen som Postnord, Schenker, Bring, UPS, Best Transport. Snart väntas också ett avtal med Fedex stå klart.



”Vi vill att konsumenterna ska kunna handla och använda de betalsätt de själva vill. Kort, faktura i efterhand eller direkt från banken. Och genom samarbetet med Stidner kan de också välja leveranssätt”.

Här är knepen för att få bättre betalt

Svenska småföretagare sliter för pengarna. Lär er ta bättre betalt! Det säger Günther Mårder, vd på Företagarna.



"Vill du höja lika mycket som om du hade varit anställd, följ inkomstbasbeloppet. Du kan argumentera att du bara har följt med i utvecklingen, och i realiteten inte höjt priset, säger Günther Mårder".

Günther Mårder har gjort sig känd som en rättfram person, som säger vad han tycker. Tidigare har han varit vd för Aktiespararna, sparekonom på Nordet, han har flera styrelseuppdrag och gör själv affärer. I höstas investerade han i Piteåföretaget Lundkvist Trävaru AB. Men mest jobbar han för att företagare ska få bättre villkor.

Det behövs, menar han, för företagare sliter mer än anställda. Även om de tjänar lika mycket och ibland mer, är timpenningen ofta låg. En orsak är att företagare ofta har svårt att ta betalt för sin tjänst eller produkt.

Hur kommer det sig, är det inte utbud och efterfrågan som styr priset?

– Nej, den regeln är ofta satt ur spel eftersom företagaren befinner sig i underläge gentemot sin kund. Särskilt soloföretagaren, den vanligaste typen av företagare, är utsatt för hård press att höja kvaliteten och samtidigt sänka priserna, säger Günther Mårder.

Pressen kommer inte bara från kunden. Många företagare lider av dåligt självförtroende och underskattar värdet av det hen levererar. Men här kommer Günther Mårder med ett konkret och fullt genomförbart tips:

– Välj ut en viss grupp av kunder och höj priset för dem med 20 procent. Det kan du göra oavsett vad för slags företag du driver. Höj bara – för några. Utvärdera sedan. Vad händer?



Illustration: Anna Windborne

–I de flesta fall kommer du att märka att ingenting händer – förutom att din vinst ökar och företaget växer. Då är det bara att gå vidare och höja med 20 procent för alla kunder.

Men om man nu är så hårt konkurrensutsatt att försöket misslyckas och testkunderna sviker – vad göra man då?

–Då är det bara att korrigera nedåt igen, och du får tillbaka åtminstone hälften av kunderna. Men risken att det ska hända är så pass liten att den är värd att ta, försäkrar Günther Mårder.

En annan sak är att hålla reda på vilket pris som är rätt. Vad tar andra betalt i samma bransch? Om man är medlem i Företagarna kan det vara idé att åka på organisationens event i andra städer och prata med kolleger i samma bransch, men som inte är direkta konkurrenter.

Prissätt alla moment

Själv tar Günther Mårder ofta moderatoruppdrag, vilket innebär att han leder en konferens om ett ämne, med

många föredragshållare. Det är alltid svårt att prissätta den typen av arbete. Uppdragsgivare glömmer lätt att moderatoren i förväg måste läsa in sig på ämnet, tala med alla föredragshållare i förväg och så vidare.

– Om du har liknande uppdrag är tipset att prissätta alla momenten för sig: inläsningen, förberedelsen, genomförandet och efterarbetet. Tänk på att varje gång du och en uppdragsgivare har kommit överens om ett pris och kommer tillbaka med fler uppdrag, finns en potential för dig att få ut mer nästa gång. Testa var gränsen går!

För att inte halka efter i din prissättning föreslår Günther Mårder att du använder ett index som gör att du automatiskt kan justera priserna varje år. Många använder KPI, men det har varit missvisande under flera år. Trots att KPI har varit mycket lågt, har ändå lönerna skjutit i höjden. Som företagare vill även du ha löneförhöjning. Då är det bättre att använda sig av ett prisbasbelopp som grund för sina prishöjningar.

–Vill du höja lika mycket som om du hade varit anställd, följ inkomstbasbeloppet. Du kan argumentera att du bara har följt med i utvecklingen, och i realiteten inte höjt priset, säger Günther Mårder.

Hur ska företagare placera sina pengar?

Även om många företagare har svårt att höja priserna och kämpar med

låga timlöner, gäller inte det alla. En del har tjänat mycket pengar under de senaste årens goda konjunktur. Hur gör man som företagare för att placera sina pengar? Ska man satsa på bitcoin?

Frågan är ställd halvt på skämt, men Günther Mårder skrattar inte. Troligen har han fått frågan för många gånger. Och han har inte mycket till övers för bitcoin eller andra kryptovalutor. Där andra har jämfört dem med 1600-talets tulpanlöksbubbla, drar Günther Mårder paralleller till sin barndoms hockeybilder:

– När jag var liten var jag hängiven samlare. Värdet på ett kort byggde på utbud och efterfrågan och det faktum att så många unga var med och samlade. Jag köpte ett för 400 kronor när jag var 14 år. En hel förmögenhet, som var svår att omvandla tillbaka till pengar.

Vill man vara välvillig kan man kalla bitcoin för ett digitalt samlarföremål ungefär som konst. Men det fina med en kvalitetstavla är att den inte kan återskapas – det räcker inte att man har olja, duk och ram för att åstadkomma en Mona-Lisa.

– Det är svårt att se att bitcoin har den kraften. Många kommer åka på enorma blåsningar. Bättre att vänta på digitala valutor som backas upp av centralbanker.

Ok, ge ett seriöst tips för lyckosamma företagare? Ska man bygga upp ett sparkapital i bolaget? Eller plöja ner vinsterna i verksamheten?

– Det är en risk med det. Skulle företaget börja gå sämre, kommer andra att göra anspråk på det kapitalet och investeringen i den egna verksamheten kan gå förlorad. Bättre då att starta ett holdingbolag som äger ditt eller dina rörelsedrivande företag. Skicka upp pengar du inte behöver till holdingbolaget, hellre än att plocka ut dem, eftersom det ger skatteeffekter. Ta ut dem först när du behöver dem privat.

Hon har gjort 80/20-re

Paretos princip, eller 80/20-regeln, är användbar för alla företagare som vill uppnå tillväxt och förbättringar.



Maria Lachonius
och Anna Petersson

geln till skön konst

Maria Lachonius på Språkbolaget har gjort det till en konst.

Det var den italienske 1800-tals-sociologen Vilfredo Pareto som kom på att 20 procent av orsakerna står för 80 procent av verkan. Regeln är giltig i de flesta sammanhang: 20 procent av dina kunder står för 80 procent av dina intäkter. Du använder 20 procent av kläderna i din garderob 80 procent av tiden.

I teorin kan Paretos princip användas för att skapa tillväxt och effektivisering i ditt företag, genom att du fokuserar på de lönsamma kunderna och tar bort onödiga arbetsmoment. Men hur omvandlar man teori till praktik? Maria Lachonius bestämde sig för att göra ett ärligt försök. Hon började med att starta sitt Excel-program.

"För att kolla om regeln över huvud taget stämmer beslöt jag att lägga in alla kunder i Excel och sedan ange exakt hur mycket vi fakturerade var och en av kunderna."

Hon laddade in ett verktyg kallat Qlik Sense och fick sedan fram tydliga besked om vilka kunder som stått för vilken omsättning i flera år bakåt. Redan där upptäckte Maria Lachonius att 80/20-regeln stämde, i alla fall något så när.

– Men en viktig lärdom var att de 20 procent av kunderna som står för 80 procent av omsättningen ett år inte är helt desamma som ett annat år. Den kund som kommer att vara jätteviktig nästa år, kan alltså finnas bland årets "övriga" 80 procent.

Man kan alltså inte tolka 80/20-regeln så att man alltid kan tacka nej till 80 procent av kunderna – då missar man återväxten.

Maria Lachonius startade Språkbolaget 2002. Det är en översättningsbyrå för marknadsorienterade texter på alla möjliga språk. De vanligaste översättningarna är till engelska, svenska och nordiska språk, men förra året fick Språkbolaget i uppdrag att översätta till både den kurdiska dialekten kurmanji och till tigrinska som talas på Afrikas horn. I dag omsätter Språkbolaget 11,5 miljoner kronor, har sex anställda och serverar omkring 200 kunder på ett år.

Själv är Maria Lachonius inte översättare utan civilekonom, inriktad på sälj, marknadsföring och ledarskap. Hennes stora intresse är att driva själva bolaget och här kommer 80/20-regeln in. Hon har provat den på flera olika områden, hela tiden på jakt efter att höja lönsamheten. I hennes Excel-mapp kan man se:

- Vilka typer av texter som efterfrågas mest
- Vilka språk som är störst
- Vilka förfrågningar som ökar (filmöversättningar)
- Vilka språk som är på väg upp (arabiska)

Sen gäller det att använda informationen. Det gör Maria Lachonius till exempel genom att blogga om en tjänst som är på väg att öka för att förstärka den trenden eller annonsera på LinkedIn för att dra till sig kunder som efterfrågar tjänsten.

– En viktig del är att prata med medarbetarna om 80/20-regeln. Då blir de medvetna om var de lägger det mesta av sin tid och vad som är mest lönsamt. I vår bransch är det lätt att tappa fokus.

Den största glädjen med 80/20-regeln är att den ger Maria Lachonius möjlighet att lyfta upp frågor till en högre nivå i företaget.

– Då är det lättare att skapa en-

Snabbt om 80/20-REGELN

20 procent av produkterna eller kunderna står för **80 procent** av vinsten.

20 procent av marknadsföringen eller säljarna ger **80 procent** av intäkterna.

20 procent av ditt arbete ger **80 procent** av resultatet.

20 procent av personalen står för **80 procent** av personalproblemen.

OGH OMVÄNT:

80 procent av klagomålen kommer från **20 procent** av kunderna.

Du skulle alltså 1) kunna tacka nej till de olönsamma kunderna och/eller 2) bearbeta dem så att de blev lönsamma.

Du skulle också kunna ta mycket mer ledigt och ändå få det nödvändiga jobbet gjort och/eller frigöra tid och investera den i något nytt.

gagemang, och det leder i sin tur till beteendeförändringar, säger hon.

Vad lägger Maria Lachonius själv mest tid på?

– Jag lägger 20 procent av min tid på att städa och rensa. Det sparar mig 80 procent av jobbet, genom att jag slipper leta efter dokument.

Så lämnar du digitala f

Vare sig du reser i jobbet eller privat lämnar du hela tiden digitala avtryck som lagras hos olika företag och myndigheter. Alla avtryck som kan härledas till en individ kallas personuppgifter och omfattas av EU:s nya dataskyddsregler, GDPR.



EU:s nya dataskyddsregler ställer nya krav på alla organisationer som samlar in personuppgifter. Syftet är att skydda dig som individ från att uppgifterna används på ett sätt du inte har informerats om eller sprids till andra parter. Och "personuppgift" syftar i dagens digitala miljö på mycket mer än forna tiders namn och adress. Begreppet omfattar all data som kan härledas till en enskild individ, eller

dennes enhet, dvs GPS-koordinater som visar hur du har rört dig och var du är, filmer från digitala övervakningskameror i offentliga miljöer som flygplatser, fakta som att du handlat varor i en butik. I dag är allt ettor och nollor, och det mesta sparas.

Dina digitala avtryck växer i rask takt och de flesta är du säkert inte medveten om. Redan när du vaknade i morse

och stängde av alarmet i din smartphone noterade hälsoappen i din telefon att du vaknat och hur länge du sov. Kanske mätte den din puls automatiskt, och om du tog en löprunda för att komma i form inför resan registrerade den var du sprang.

Är flyget försenat?

Och när du planerade din resa och bokade flyg och hotell lämnade du ifrån

otspår när du reser

dig olika uppgifter, inte bara fakta om vem du är utan naturligtvis också vart du ska, och preferenser kring boende och kanske önskemål om speciell mat. När avresan närmar sig köper du transfer till flygplatsen, kanske via en app eller en hemsida. På flygplatsen är det dags att checka in och dags att öppna nästa app. I väntan på flyget loggar du in på flygplatsens wifi-nätverk eller besöker taxfree-shoppen och betalar med kort. Är flyget försenat eller har det bytt gate? Även det kan numera flygplatsens app informera om. Du vill kanske själv berätta för ditt sociala nätverk att du är på väg till Svalbard och det gör du genom att "checka in" på Facebook. De digitala avtrycken blir bara fler och fler...

Syftet är gott

Syftet med datainsamlingen är naturligtvis gott – det handlar om tjänsteleverantörer som vill göra din resa smidigare, hjälpa dig hitta, få dig att må bättre och underlätta din vardag, inte minst när du är ute och reser. Din data sparas för att kunna erbjuda dig en bättre upplevelse nästa gång, eller för att visa att du blir allt friskare.

Men det utesluter dessvärre inte att det finns element därute som kan ha mindre ädla syften med att kartlägga ditt liv in i minsta detalj – från dina rörelsemönster och din hälsa, till vilka kontakter du har tagit och vilka webbsidor du surfat in på.

Det gäller även när du reser i affärssyfte, och kanske särskilt då. Säg att du jobbar med förvärv och försäljningar på ett börsnoterat bolag och ofta reser till en ort där er största konkurrent har sitt huvudkontor. Du förhandlar om ett eventuellt samgående – i hemlighet, tror du. Men i fel händer kan dina digitala avtryck göra det möjligt för obehöriga att kartlägga dina rörelsemönster och dra slutsat-

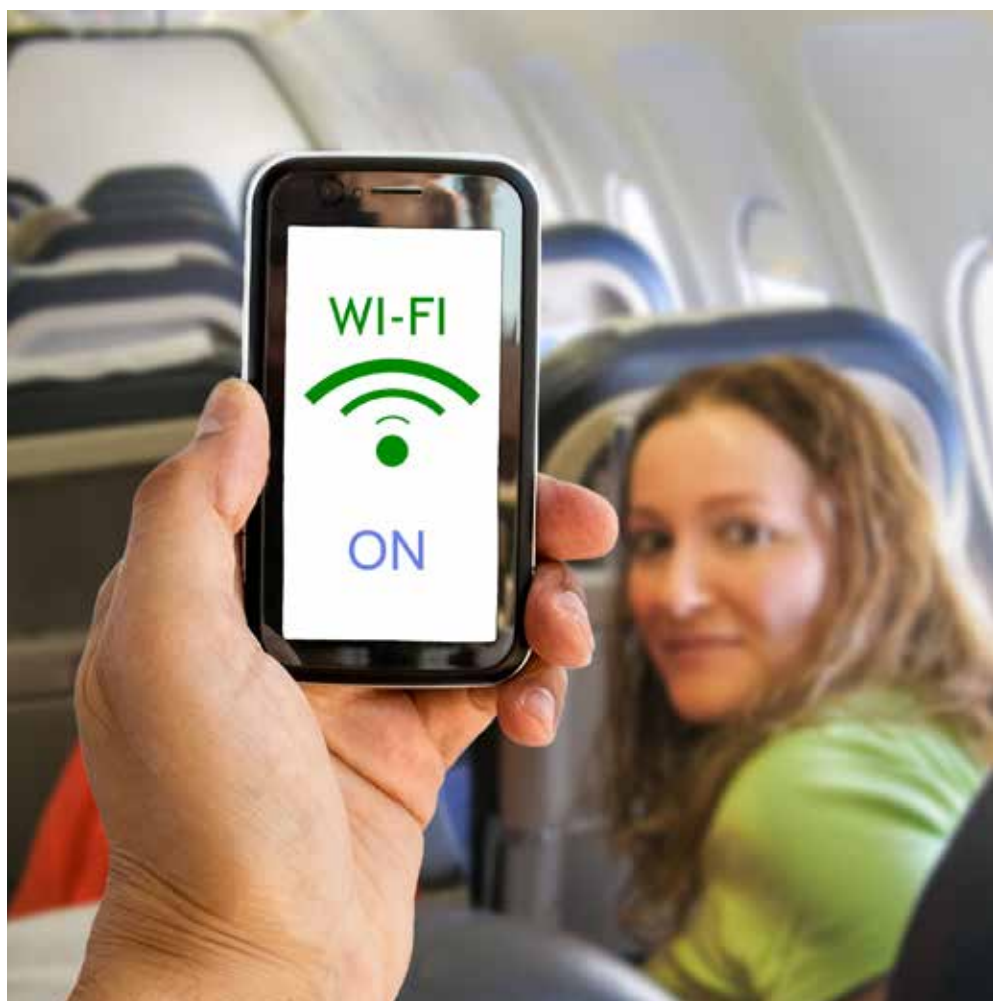
sen att en storaffär som gör avtryck i börskursen är nära förestående.

Hur många känner till att du reser idag?

De nya dataskyddsreglerna syftar till att företag som samlar in uppgifter om dig – även där du givit ditt samtycke – ska kunna visa att de förmår skydda dessa uppgifter mot intrång och kapning. De ska också begränsa sitt uppgiftsinsamlande till data som är relevant för att kunna leverera det du vill ha. Och de ska inte spara uppgifterna längre än nödvändigt.

Kostnaden för att lagra information idag är näst intill obefintlig. Detta gör att varje liten informationsmängd som har läckt kan sparas för all framtid. I fel händer kan kriminella utnyttja denna information och pussla ihop informationen i syfte att tjäna pengar, kanske genom utpressning eller röja företagshemligheter. Hur många känner till att du reser i dag?

Syftet med de nya dataskyddsreglerna är att minska riskerna för dig som användare av digitala redskap, så att du tryggt kan fortsätta på dina fysiska – och digitala – resor. Inkognito.



Är din kund föremål för Då gäller det att se upp. Leverera



Det kan finnas tusen anledningar till att ett företag råkar i svårigheter. Dålig affärsidé, slapp ledarskap eller brist på ordning och reda för att nämna några. I värsta fall kan det leda till konkurs. Få känner till att rekonstruktion är ett alternativ till det.

Det som krävs för en rekonstruktion är att företagaren vänder sig till en rekonstruktör som bedömer läget och skickar en ansökan till tingsrätten. Beviljas det får företagaren under pågående rekonstruktion inte betala några skulder från före den tidpunkten. Däremot måste företagaren lägga fram en plan för hur skulderna ska kunna betalas efter rekonstruktionen. I allmänhet sker detta genom att tingsrätten fastställer ett ackord. Det innebär att fordringsägarna får en viss procent av sin fordran, normalt 25 procent. Ingångna avtal med kunder och leverantörer gäller. Efter datumet för rekonstruktionen måste företaga-

r rekonstruktion? bara mot förskottsbetalning.



ren betala alla fakturor som kommer in kontant.

Är du leverantör till ett företag den dagen som det får beslut om rekonstruktion riskerar du alltså att inte få betalt, i varje fall inte för hela skulden. Hör du till fordringsägarna kommer du att underrättas om detta av rekonstruktören senast inom en vecka efter beslutet.

Som ny leverantör till företaget gäller det att se upp. Hur vet du om din kund befinner sig i ekonomiska svårigheter? Nya leverantörer blir inte automatiskt underrättade om att rekonstruktion pågår. Enda sättet att få reda på det är då att ta en kreditupplysning.

– Om du vet att din kund är under rekonstruktion, och du ändå vill sälja varor eller tjänster till det, se till att få förskottsbetalning.

Det säger Hans Ödén, affärsjurist på Ackordscentralen i Stockholm, och själv rekonstruktör.

Han berättar att det förutom förskottsbetalning också finns en annan möjlighet:

– Du kan sälja din vara eller tjänst på kredit till företaget om du får bekräftelse från rekonstruktören att hen godkänner det. I så fall får du som leverantör en så kallad superförmånsrätt om bolaget skulle gå i konkurs senare. Det innebär att du kommer

före andra borgenärer när det gäller att få betalt, till och med före banker, säger Hans Ödén.

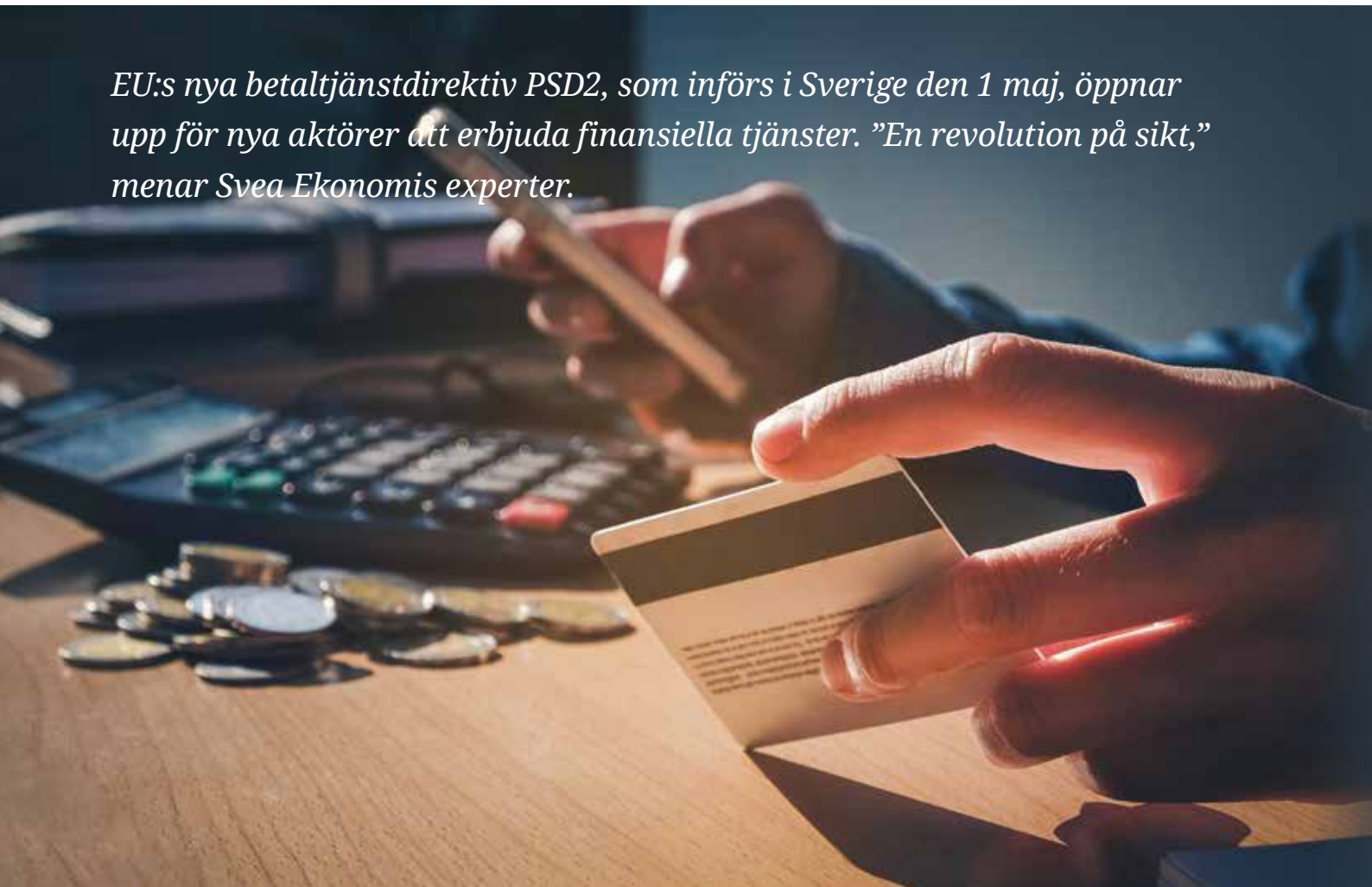
Samtidigt påpekar han att det inte hör till vanligheterna att rekonstruktörer ger en sådan bekräftelse. Det ges för att företaget ska kunna köpa in varor och tjänster som anses helt nödvändiga för verksamheten.

Antalet rekonstruktioner i Sverige har varit få de senaste åren, tack vare högkonjunkturen. Förra året uppgick antalet till 174 stycken, uppger Hans Ödén.

– I runda slängar kan man säga att ungefär varannan rekonstruktion lyckas, det vill säga att företaget undviker konkurs, säger han.

PSD2 bryter bankernas

EU:s nya betaltjänstdirektiv PSD2, som införs i Sverige den 1 maj, öppnar upp för nya aktörer att erbjuda finansiella tjänster. ”En revolution på sikt,” menar Svea Ekonomis experter.



Den 1 maj införs EU:s direktiv om betalningstjänster PSD2 (Payment Services Directive) i Sverige. De nya bestämmelserna utmanar de traditionella bankernas särställning inom betalningstjänster och ekonomisk information, enligt Johan David, som är expert på Svea Ekonomi och ser positivt på möjligheterna:

– Andra aktörer än banker kommer att kunna tillhandahålla betaltjänster och andra finansiella tjänster, vilket är en stor revolution. Att trösklarna för konkurrens sänks gynnar i förläng-

ningen kunderna och gör det möjligt för oss på Svea Ekonomi att utveckla nya spännande tjänster. Målet med direktivet är att förbättra innovationen i sektorn, stärka konsumentskyddet och öka säkerheten för internetbetalningar och kontoåtkomst inom Europa, och det hälsar vi med glädje,

I korthet innebär direktivet att bankkunder – både privatkunder och företag – kan låta tredjepartsleverantörer som Apple och Google utföra finansiella tjänster åt dem. Bankerna blir skyldiga att på kundens upp-

maning ge tredjepartsleverantörer åtkomst till kundens konton genom öppna applikationsprogrammeringsgränssnitt, så kallade API:er.

Öppnar dörrarna

PSD2 öppnar dörrarna för alla företag som vill använda sig av bankernas information, konstaterar Johan David och förklarar EU:s ambition:

– Grundsynen är att informationen inte tillhör banken utan den kund som informationen avser. Och kunden ska kunna välja andra leverantörer av

monopol

Vad är PSD2?

PSD2 är ett gemensamt europeiskt ramverk för reglering av betaltjänster på EU:s inre marknad.

Vad är syftet?

Att stärka konkurrensen inom betaltjänster, främja innovation av tjänster samt öka säkerheten för nätbetalningar.

Vad innebär PSD2 för konsumenter och företag

Det blir enklare och billigare att göra elektroniska betalningar utan att använda något kort. Konsumenterna kan via nättjänster göra betalningar direkt från sina bankkonton. Det blir även möjligt att få kontoinformation sammanställd från olika banker på ett ställe. Kunderna bestämmer själva vem som ska få tillgång till deras personliga information. Säkerheten och användarrättigheterna kommer att tillvaratas även över nationsgränserna.

finansiella tjänster än bankerna. Man vill utmana bankerna och deras informationsmonopol på uppgifter om sina kunders ekonomi. Ökad konkurrens och standardisering ska leda till ökad valbarhet och flexibilitet, samt lägre kostnader.

Informationen handlar främst om data från kundernas transaktionskonton, det vill säga i praktiken ekonomisk information om inkomster, utgifter, amorteringar och annat. Med det i ryggen kan nya leverantörer utveckla och tillhandahålla olika tjänster.

Snabbare och enklare

Den viktigaste förändringen handlar enligt Johan David emellertid om e-handlarnas möjligheter att ta betalt över gränserna och erbjuda nya betalningsalternativ:

– Jag tror och hoppas att den riktiga revolutionen av PSD2 blir inom e-handeln. Direktivet kommer att innebära en standardisering av betalningar inom EU. I framtiden kommer det att räcka med ett godkännande från Finansinspektionen i det land företaget finns för att få genomföra betalningar inom hela EU. E-handlarna kommer dessutom att kunna erbjuda flera betalningsalternativ än i dag, även avbetalningsköp och andra krediter som kräver kreditprövning baserat på information om kundens ekonomi.

I förlängningen tror han också att säljföretagen kan få betalt snabbare och enklare i och med att andra aktörer än bankerna kan initiera betalningstjänster. Samtidigt framhåller han att svenska banker i dag ligger långt framme inom samarbeten på betalningsområdet med Swish och andra tjänster.

Nya aktörer

PSD2 innebär troligen att två nya typer av finansiella aktörer ser dagens ljus. Dels leverantörer av betalningsinitieringstjänster som pengaöverföringar och betalning av räkningar, dels leverantörer av kontoinformationstjänster som till exempel en analys av användarens konsumtionsmönster eller en sammanställning av kontoinformation från flera olika banker.

Förändringarna kommer troligen inte att märkas över en natt, påpekar Johan David:

– Bankerna står inför en diger uppgift i att bygga om sina IT-system men för fintech-branschen hägrar nya spännande möjligheter.

PSD2 öppnar dörrarna för alla företag som vill använda sig av bankernas information, konstaterar Johan David

Johan David på Svea Ekonomi



E-barometern:

Fortsatt stark tillväxt i e-handeln

E-handeln i Sverige växte med 16 procent under förra året. Totalt omsätter den svenska e-handeln 67 miljarder kronor, vilket är 9 procent av den totala handeln. Det visar den senaste e-barometern från Postnord, HUI Research och Svensk Digital Handel.

Leksaks-, bygg- och livsmedelshandeln var de delbranscher som hade störst tillväxt under det gångna året.

Under det fjärde kvartalet 2017 e-handlade i genomsnitt 31 procent av de svenska e-handelskonsumenterna från utlandet varje månad.

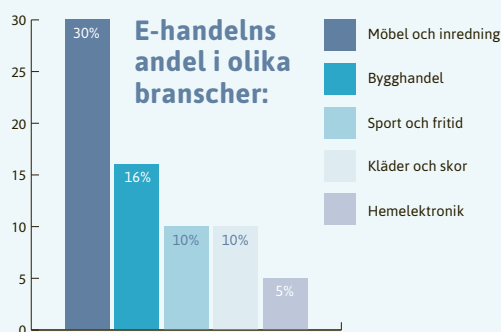
63 procent handlar från utlandet för att det är billigare och 32 procent för att de anser att utbudet är större. Kina är det mest populära landet att shoppa från.

Varannan svensk nätbutik har försäljning till utlandet. De nordiska grannländerna - Norge, Finland och Danmark - är de största marknaderna.

När e-handelskunderna får lista de kanaler som ger dem mest personlig och relevant information hamnar e-post högst upp. Många kunder föredrar att få erbjudanden via e-post, även om de säger att reklamen inte ska vara för påträngande.

Kundernas viktigaste källor inför köpet är butiken/varumärkets webbsida, Google och kundrecensioner.

Källa: Svensk Handel



Gratis GDPR-guide

Hjälper småföretagare

Osäker på om ditt företag uppfyller kraven som GDPR ställer?

Nu finns en kostnadsfri guide för att hjälpa små företag att förbereda sig inför dataskyddslagen. Guiden är framtagen för verksamt.se av Datainspektionen och Tillväxtverket.

Den 25 maj i år träder den nya dataskyddsförordningen GDPR i kraft i Sverige och övriga EU. Förordningen reglerar bland annat hur företag får hantera personuppgifter om exempelvis kunder, leverantörer och anställda. Guiden innehåller ett urval av grunderna i GDPR och vänder sig primärt till enmans- och mikroföretag.

– Det finns en stor efterfrågan på information om hur företagare bäst uppfyller reglerna i GDPR och hanterar personuppgifter på ett



ansvarsfullt sätt. Därför har vi tagit fram en guide för just små företag, säger Agneta Runmarker, dataråd på Datainspektionen.

Guiden ger information om hur företag ska följa kraven som den nya lagstiftningen ställer när det gäller till exempel kundregister, bokningssystem, och e-post.

Läs mer på: verksamt.se/gdpr-guiden

GENOMBROTT FÖR DIGITALA KVITTON

2018 blir kanske året då det digitala kvittot slår igenom. Svensk Handel spår att allt fler butiker kommer att erbjuda detta till sina kunder, som väntas visa ett tilltagande intresse för det.

Varje år stryker 60 000 träd med för att 1,7 miljarder kvitton ska kunna skrivas ut.

Enligt Nils Weidstam, ansvarig för Rådet för betal- och kassasystem, har ett förslag på en gemensam standard för digitala kvitton nu tagits fram. Förhoppningsvis blir tekniken som möjliggör det hela klar under hösten 2018.

Redan i höst kommer Hemköps och Willys

kunder att kunna välja om de vill ha ett digitalt kvitto i e-posten i stället för ett vanligt kassakvitto.

Källa: DN



Ny gräns för DIREKTUPPHANDLING

Från och med den 1 januari har EU-kommissionen höjt tröskelvärdena för offentliga upphandlingar. I kombination med att euron har stärkts jämfört med den svenska kronan sedan förra justeringen, innebär det att gränsen för direktupphandling har blivit högre.



För varor och tjänster blir tröskelvärdet för statliga myndigheter 144 000 euro, i stället för tidigare 135 000 euro. För övriga upphandlande myndigheter som kommuner, landsting, allmännyttiga bolag, föreningar och stiftelser höjs tröskelvärdet från 209 000 euro till 221 000 euro.

För medlemsstater där euro inte är den officiella valutan, finns en omräkningstabell. Motvärdet för 144 000 euro är 1 365 782 kronor medan 221 000 euro räknas om till 2 096 097 kronor.

Tröskelvärdet för byggtreprenader blir 5 548 000 euro (tidigare 5 225 000 euro). Denna gräns motsvarar 52 620 561 kronor och gäller samtliga upphandlande myndigheter.

Inom sektorerna vatten, energi, transporter och posttjänster har gränsen höjts från 418 000 euro till 443 000 euro (4 201 678 kronor).

De nya beloppen påverkar även kommande gränser för direktupphandling som är en procentsats av EU-tröskelvärdena. För kommuner och landstings LOU-upphandlingar gäller 28 procent av tröskelvärdet (586 907 kronor) och 26 procent för LUF/LUFS (1 092 436 kronor). Tidigare direktupphandlingsgränser var 534 890 respektive 993 368 kronor.

De nya tröskelvärdena gäller alla anbud som lämnas in under 2018 och 2019.

Källa: Inköpsrådet

BETALNINGSINDEX fortfarande stabilt

Statistiken över betalningstider visar att betalningsbeteendet bland svenska företag i genomsnitt fortfarande ligger historiskt högt. Men nu kan man skönja små tecken på utplaning.

STATISTIKEN SOM FÅTT NAMNET BETALNINGSINDEX och tas fram av affärsinformationsföretaget Bisnode, kan anta ett värde mellan 0 och 100, där 80 innebär att företaget betalar på förfallodatum. Ett betalningsindex på 85 betyder att företaget betalar i genomsnitt 5 dagar i förskott och ett betalningsindex på 75 att man betalar 5 dagar för sent.

Tabellen visar att betalningarna i början av april 2018 totalt låg på 79,54, alltså mycket nära idealet 80. Siffran för april 2017 var marginellt bättre, 79,57, medan den för två år sedan låg på 79,62. Den som vill vara pessimistisk kan konstatera att tendensen för april månad har försämrats både sedan 2017 och 2016, men förändringarna är mycket små.

BRANSCH	PAYDEX			Skillnad senaste året
	2018-04	2017-04	2016-04	
Juridik, ekonomi, vetenskap och teknik	79,22	79,44	79,49	-0,22
Kultur, nöje och fritid	80,03	79,90	79,96	0,13
Offentlig förvaltning och försvar	79,54	79,84	79,31	-0,30
Tillverkning	79,31	79,30	79,22	0,01
Transport och magasinering	79,87	79,90	79,91	-0,03
Utbildning	79,91	80,02	80,20	-0,11
Uthyrning, fastighetsservice, resetjänster och andra stödtjänster	79,53	79,65	79,39	-0,12
Utvinning av mineral	79,40	79,24	79,42	0,16
Vattenförsörjning; avfallsrening, avfallshantering och sanering	79,44	79,52	79,42	-0,08
Vård omsorg och sociala tjänster	80,04	79,99	80,33	0,05
Byggverksamhet	79,42	79,46	79,53	-0,04
Verksamhet vid internationella organisationer	85,29	84,86	85,75	0,43
El, gas, värme och kyla	79,83	79,60	79,52	0,23
Fastighetsverksamhet	80,25	80,28	80,37	-0,03
Finans- och försäkringsverksamhet	79,46	79,46	79,78	0,00
Handel; reparation av motorfordon och motorcyklar	79,32	79,39	79,43	-0,07
Hotell- och restaurangverksamhet	79,98	79,83	80,12	0,15
Informations- och kommunikationsverksamhet	79,00	78,97	79,14	0,03
Jordbruk, skogsbruk och fiske	80,73	80,67	80,73	0,06
Annan serviceverksamhet	80,35	80,18	80,34	0,17
Uppgift om bransch saknas	83,02	81,98	81,24	1,04
Total (ALL)	79,54	79,57	79,62	-0,03

Källa: Bisnode

Starkt för detaljhandeln, svagt för hotell och restaurang

Antalet företagskonkurser minskade med 3 procent under årets första kvartal, enligt UC. I detaljhandeln minskade konkurserna med 23 procent i mars månad. Men hotell- och restaurang uppvisade en dramatisk ökning.



Konsumtionen ökade under januari och februari och e-handeln växer.

Sett enbart till mars gick det ovanligt bra för detaljhandeln. Där minskade antalet konkurser med hela 23 procent jämfört med mars i fjol.

– Med ökade försäljningsvolymerna och omsättning inom detaljhandeln

följer nu även en positiv utveckling av minskat antal konkurser. Konsumtionen ökade under januari och februari och e-handeln växer. Fakta som bekräftar trenden är att endast ett fåtal av Sveriges samtliga 12 000 e-handelsbolag

har ansökt om, eller avslutat en konkurs under mars månad, säger Richard Damberg, ekonom och utbildningsansvarig på UC.

Utöver detaljhandeln minskade även antalet konkurser inom byggindustrin med 4 procent. Partihandeln följde också trenden och minskade med 14 procent. Avvikande var hotell- och restaurangbranschen, där konkurserna ökade med hela 74 procent för mars 2018 jämfört med mars i fjol.

UC:s konkursstatistik visar att antalet företagskonkurser totalt minskade med 3 procent i hela landet under årets första kvartal och med 3 procent under mars månad.

De flesta landets län visade på minskat antal konkurser. I Stockholm steg konkurserna med 3 procent i mars, men minskade med 6 procent under det första kvartalet. I Västra Götaland steg konkurserna med 12 procent under mars men minskade med 3 procent under första kvartalet. Skåne uppvisade en minskning med 8 procent i mars och oförändrat under årets första kvartal.

Källa: UC

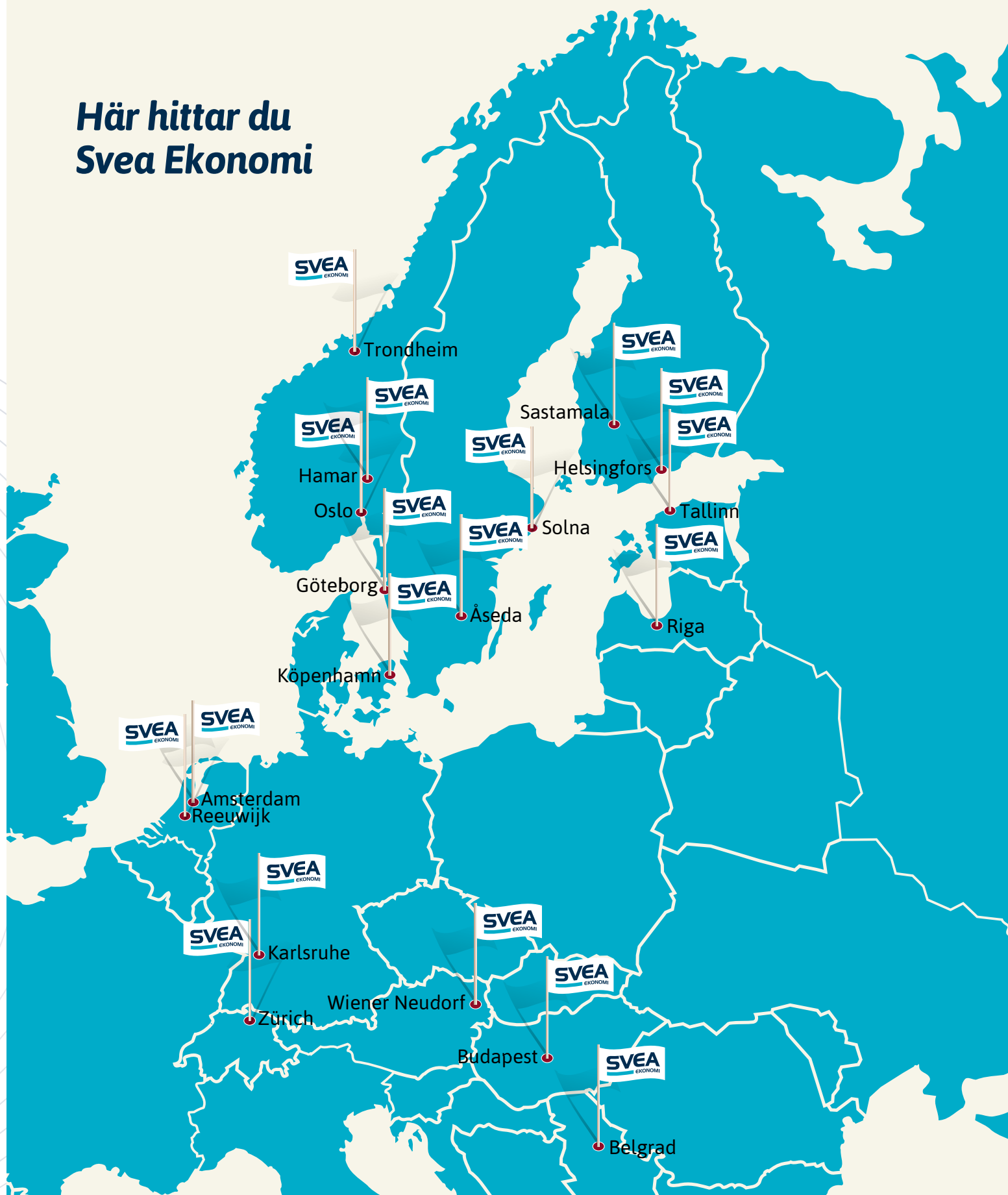
VIKTIGA DATUM

Du vet väl om att du hittar viktiga datum på Skatteverkets hemsida? Där hittar du bland annat information om när du ska betala / redovisa / lämna in inkomstdeklaration, moms och skatter beroende på vilken omsättning du har och vilken typ av rörelse du bedriver.

www.skatteverket.se



Här hittar du Svea Ekonomi



Solna
SE-169 81 Solna
Sverige

Evenemangsgatan 31
Tel: +46 8 735 90 00
Fax: +46 8 735 42 09

Göteborg
Box 2149
SE-403 13 Göteborg
Sverige

Otterhällegatan 12 B
Tel: +46 31 17 25 45
Fax: +46 31 711 18 16

Åseda
Box 116
SE-364 21 Åseda
Sverige
Sveavägen 1
Tel: +46 8 735 90 00
Fax: +46 474 716 68

www.sveaekonomi.se
info@sveaekonomi.se
Org. nr: 556489-2924
Säte: Stockholm

Följ oss i sociala media



Fyll på med kunskap

Välkommen till våra kurser och seminarium där du kan fylla på med kunskap, bli inspirerad och knyta värdefulla kontakter.



Anmäl dig på sveaekonomi.se/utbildning eller ring 08-735 90 00