

JULI 2016

Min firma

EN MEDLEMSTIDNING FRÅN UNIONEN EGENFÖRETAGARE

TEMA:

GLOBAL MARKNAD

- Tips för framgång i utlandet
- Så undviker du kulturkrockar
- Få koll på internationell juridik
- Madeleine driver eget i paradiset

Ostmästaren
Vincent är

Expert på import

UNIONEN
EGENFÖRETAGARE

Välkommen till Min firma

Min firma är en medlemstidning från Unionen Egenföretagare som distribueras åtta gånger per år. Här får du ta del av våra senaste tjänster och förmåner. I varje nummer lyfter vi fram ett aktuellt tema som stärker och inspirerar dig i ditt företagande.

Här får du också träffa andra medlemmar och se hur de har vuxit tillsammans med Unionen Egenföretagare.



Foto: Johan Strömberg

Har du tips och idéer om vad du vill läsa i Min firma? Mejla minfirma@unionen.se.

Vill du bli medlem i Unionen Egenföretagare? Eller har du frågor om ditt medlemskap? Mejla foretagslinjen@unionen.se.

HA KOLL PÅ JURIDIKEN

Anders Permeus, grundare och chefsjurist på Avtal24, ger råd om vad du ska tänka på juridiskt sett när du gör affärer utomlands.



Vad är viktigt att tänka på när man gör affärer i utlandet?

– Vid konsumentavtal kan konsumenten alltid åberopa bestämmelser i landet där hen bor. Nu är dessa i och för sig harmoniserade inom EU, men man bör undersöka om det finns några speciella regler på den marknad där man vill verka. När det gäller varor så finns det produktsäkerhetslagar att beakta. De reglerar ansvaret för olika risker som användning av varan kan leda till. Generellt har det blivit lättare för konsumenter i annat land att reklamera en vara. Det finns numera även möjlighet för företag att ansluta till en frivillig tvistemålsplattform för att lösa reklamationer på ett enkelt och digitalt sätt.

Vad mer ska man tänka på?

– Vid avtal med annat företag är det viktigt att försöka få affären att utgå från egen lag och egna avtalsvillkor i så stor utsträckning som möjligt.

Som liten svensk företagare kan det därför vara bra att ha ett förslag färdigt på ett bra och välbalanserat standardavtal med normala kommersiella villkor och som specificerar att det är svensk rätt som ska gälla. Det är inte alltid du får igenom det till fullo, men om du har ett färdigt standardavtal är chansen större att affärspartnern går med på det. Det minskar riskerna. Om annat lands lag ska tillämpas bör en jurist från det landet granska villkoren.

Avtal24 har en översättnings-tjänst för avtal, hur fungerar den?

– Vi samarbetar med en översättningsbyrå som är specialiserad på att översätta juridiska dokument med en effektiv och digital metod. Detta för att man ska kunna känna sig trygg med att avtalet får rätt innebörd oavsett språk. Det kan vara användbart om du behöver översätta ett redan färdigt avtal till din nya affärspartners språk.

Ansvarig utgivare

Åsa Sjölander, Unionen

Innehållsansvarig

Marcus Henningsson
marcus.henningsson@unionen.se

Redaktör

Linus Fremin
linus.fremin@makeyourmark.se

Formgivare

Markus Hillborg
markus.hillborg@makeyourmark.se

Account Director

Magnus Lindvall
magnus.lindvall@makeyourmark.se

Project Manager

Mia Nilsson
mia.nilsson@makeyourmark.se

För frågor om innehållet:

Marcus Henningsson
marcus.henningsson@unionen.se

Repro: Bildrepro Stockholm AB

Tryck: Sörmlands Printing Solutions

Gör succé på nya marknader

Tomas Norling, senior affärsrådgivare inom export på Business Sweden, ger sina bästa råd för hur du lyckas med din utlandssatsning.

FALLGROP 1

Du underskattar omfattningen av en utlandssatsning.

Framgångsfaktor: Fokusera dina resurser och insatser. Det tar tid och kostar pengar att etablera sig i utlandet och det krävs hårt arbete för att få det att fungera. Var smart och gör det kostnadseffektivt. Börja med att etablera dig i en region, skaffa referenskunder och ett positivt kassaflöde som gör det möjligt för dig att ta nästa steg i satsningen. Vi på Business Sweden kan hjälpa till att lägga upp planen för en sådan här satsning, göra budgetunderlag och sedan realisera allt.

FALLGROP 2

Du missbedömer skillnaderna mellan olika marknader.

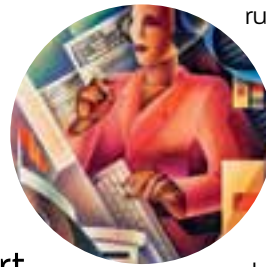
Framgångsfaktor: Anpassa dig efter lokala förhållanden. Det handlar om att anpassa produkten, förpackningen och marknadsföringen efter den nya marknaden. Det kan även handla om att anpassa hela säljmetodik och hur du kommunicerar produkten eller tjänstens förtjänster. Vi på Business Sweden finns lokalt med cirka 55 kontor runt om i världen och vi har både lokal och svensk personal som kan hjälpa dig att identifiera det särskilda med den aktuella marknaden och ge relevanta råd.



FALLGROP 3

Du underskattar vikten av juridiska råd för en lyckad utlandssatsning.

Framgångsfaktor: Använd dig av lokal expertis på den aktuella marknaden och anlita en oberoende rådgivare. Var inte naiv och tro att det till exempel räcker med att bara översätta ett svenskt avtal för att det ska vara giltigt. Se till att avtalet har en exitklausul så att du kan avsluta samarbetet när du vill. Även exklusivitet är viktigt att definiera i kontraktet. Det är viktigt att du använder en oberoende rådgivare som har ditt intresse i första



rummet, använder du dig av rekommendationer från lokala partners riskerar du hamna hos vänner eller släktingar. Business Sweden har ett brett nätverk med lokala rådgivare även inom det juridiska området om du skulle behöva hjälp.

FALLGROP 4

Du väljer en partner eller distributör utifrån fel premisser.

Framgångsfaktor: Välj rätt sorts partner. Många företag vi kommer i kontakt med har valt sin partner efter att till exempel ha stött på dem på en mäsas och tyckt de har verkat bra. Man väljer helt enkelt första bästa och lägger därmed hela sin utlandssatsning hos någon utan att riktigt veta varför. Gör i stället en grundlig analys av vad du behöver. Vilka krav vill du ställa på din partner i utlandet? Vi på Business Sweden har en lång erfarenhet inom detta område och har en väl-etablerad metodik för att ta fram kravprofilen och sedan systematiskt söka efter den rätta partnern.

FALLGROP 5

Du tappar kontrollen över din utlandssatsning.

Framgångsfaktor: Avsätt tid och resurser för att få kontroll över din utlandssatsning. Res till den aktuella marknaden och träffa dina partners på plats. Men även mindre frågor är viktiga, som varumärkesskydd, lokala registreringar och att sätta upp supporttelefonnummer. Många av dessa frågor tenderar att hamna hos den lokala partnern, men i värsta fall, om du inte har valt rätt partner, kan det sluta med att denne äger ditt varumärke. Vi på Business Sweden vill vara en del i hela processen så att du gör rätt val från början till slut och undviker de vanliga fallgroparna.



VINCENT IMPORTERAR FRÅN HELA EUROPA

Vincent Lefèvre importerar ostar från 300 olika franska småproducenter till sin anrika ostbutik Androuet i Stockholm. Tack vare smarta logistiklösningar kan han erbjuda det absolut bästa till sina kunder.

Androuets ostbutik på Nybrogatan i Stockholm är kyldiskarna fullproppade av olika ostsorser.

Under ett år finns här cirka 400 olika ostar. 90 procent av dem kommer från småskaliga producenter runt om i Frankrike och resten kommer från exempelvis Portugal, Schweiz, Italien och Spanien.

Bakom Androuet, som dessutom har en systerbutik på Götgatsbacken i Stockholm, står fransmannen Vincent Lefèvre. Han flyttade till Sverige med sin svenska fru Anna för 17 år sedan efter flera år inom Paris restaurangvärld.

Han var sugen på att starta eget företag och fick av en chans möjlighet att driva Androuet.

– Jag har alltid velat driva eget och jag har lärt mig otroligt mycket de 15 år jag har haft egen firma. Det är så många delar man måste ha koll på, allt från det ekonomiska till det tekniska. Framför allt har jag lärt mig att det är upp till mig själv att hålla upp motivationen och se till att företaget håller rätt kurs, säger Vincent.

Androuet är ett gammalt och anrikt företag som startades redan 1909 av mejeristen Henri Androuët. Under ost- och mjölkbutiken på rue d'Amsterdam i Paris lagrade han ostar från hela Frankrike och skapade sig snabbt ett gott rykte.

Androuet har i dag åtta ostbutiker i Paris, en i London samt Vincents två butiker i Sverige, som är fristående företag under samma anrika namn.

– Vi är specialister på genuina produkter gjorda på traditionella sätt. Vi är inte bundna till avtal med stora leverantörer, utan vår

och skatteredovisning är dessutom väldigt enkelt i Sverige, så det är inte så svårt för min del.

Vincent reser regelbundet runt till sina producenter i Frankrike. Dels för att upptäcka nya produkter, men även för att se till att de håller den höga kvalitet som han kräver.

»Det är jätteviktigt för mig att möta mina producenter. Jag vill erbjuda de allra bästa produkterna till mina kunder.«

styrka är att vi kan erbjuda fantastiska produkter från små producenter i väldigt liten mängd, vilket gör det lite exklusivt.

Att importera produkter från utlandet kan vara krångligt för en del egenföretagare, men Vincent tillhör ett kooperativ inom Androuet där de har centraliserat logistiken.

Det gör att alla 200 till 300 små producenter levererar till samma adress i Paris, som sedan skickar vidare till Vincents butiker i Stockholm.

– Det har även blivit enklare att importera inom EU. En produkt som är livsmedelsgodkänd i Frankrike är det även i resten av EU. Det gör det smidigare. Moms-

– Det är jätteviktigt för mig att möta mina producenter. Jag både lär mig mer om hur ostarna blir till och om nya spännande sorter som jag kan erbjuda mina kunder. Vi vill erbjuda de allra bästa produkterna.

Framöver hoppas Vincent kunna sälja sina ostar till hela Sverige. Han har börjat lite smått med e-handel och ska förhoppningsvis växla upp satsningen framöver. Som medlem i Unionen Egenföretagare känner han sig trygg att fortsätta satsa på sitt företagande.

– Jag tycker att det är skönt att ha en sorts skyddsnät. Även om jag tror på mitt eget företag vill jag ha rätt skydd och stöd om något skulle hända, säger Vincent.

VINCENT LEFÈVRE

Ålder: 45 år.

Bor: i Stockholm.

Gör: Driver Androuets
ostbutiker i Stockholm.





SÅ UNDVIKER DU KULTURKROCKAR

Unionen Egenföretagare-medlemmen Charlotta Brynger driver CueMe och är expert på hur man undviker kulturkrockar. Här är hennes bästa råd.

HA RESPEKT FÖR OLIKHETER

Bakom varje kulturkrock finns goda intentioner. Med hjälp av kulturell kunskap kan du överbrygga det mesta. Det är dock viktigt att ha förståelse och respekt för att vi har olika värderingar och synsätt runt om i världen. Och det gäller att vara ödmjuk inför det faktum att alla tycker att deras sätt är det rätta ...

LÄS PÅ OM LANDET OCH KULTUREN

Se till att utbilda dig själv när du och ditt företag ska göra affärer med någon från ett annat land eller kultur. Det räcker inte att tänka att du bara ska vara artig, för artighet ser olika ut i olika kulturer. Även enkla gester och hälsningar kan betyda skilda saker i olika kulturer. Se därför till att skaffa dig baskunskaper om landet eller kulturen i fråga.

BYGG UPP EN RELATION

Vi i Sverige är uppdragsorienterade, vilket betyder att vi gärna snackar business direkt. Men de flesta kulturer är relationsorienterade och där är det viktigt att bygga upp en professionell vänskap först. För att göra det krävs det ofta att man möts även i informella sammanhang. Om du inte träffar personen rent fysiskt, kommunicera hellre via telefon än i mejl och hellre via Skype än via telefon. Ju mer ansiktskontakt, desto lättare är det att bygga upp ett förtroende.

LÄR DIG ALLT OM EXPORT!

Vill du börja sälja dina varor eller tjänster utomlands? Verksamt.se reder ut reglerna.



FÖRSÄLJNING INOM EU

Varor som rör sig inom EU behöver inte anmälas till någon tullmyndighet, vare sig i avsändarlandet eller i mottagarlandet. En vara som säljs i ett EU-land ska normalt få säljas i alla andra EU-länder. För tjänster gäller fri rörlighet på EU:s inre marknad. Det innebär att du inte behöver etablera ditt företag i ett annat EU-land för att få sälja tjänster där. Du och ditt företag har rätt att fritt prova andra marknader,



FÖRSÄLJNING TILL LAND UTANFÖR EU

Vid export till ett land utanför EU ska du inte redovisa eller lägga på någon svensk moms. Du ska däremot lämna en exportdeklaration till Tullverket. Om du säljer tjänster behöver du inte lämna någon tulldeklaration. De tjänster du säljer till andra företag och som anses omsätta utomlands momsredovisas inte i Sverige. I stället redovisas normalt moms i utlandet, av köparen eller av dig som säljare.

Lyckas digitalt i utlandet

Olof Berglund på Sting ger tips till dig som vill lansera en digital produkt/tjänst utanför Sverige.



1 Gör din hemläxa

Gör din hemläxa. Analysera vilka länder som har störst potentiell marknad för just din produkt eller tjänst. Hur ser efterfrågan och konkurrenssituationen ut?

2 Sökordoptimera

Sökordoptimera så att du blir sökbar även på andra språk. Ta hjälp av lokal expertis som vet vilka ord eller uttryck som funkar bäst.

3 Använd billig logistik

Om du har e-handel, se till att ha billig logistik som är anpassad för olika marknader. Du vill inte förlora vinsten på grund av dåliga avtal.

Kalendarium

FLER AKTIVITETER PÅ UNIONEN.SE/KURSER-OCH-AKTIVITETER



UNIONEN I ALMEDALEN

Politikern, entreprenören, arbetsmarknadens parter – vad händer om de byter roller?

Hur ska vi få fler att vilja, våga och kunna starta eget företag i en värld som förändras i snabb takt med digitalisering och delningsekonomi? Frågan diskuteras i en panel med politiker, entreprenörer, trendspanare och representanter för arbetsmarknadens parter. Detta i succéformatet från Almedalen i fjol då över 200 personer lyssnade på pandedeltagarna som fick byta roller med varandra.

DATUM: 6 JULI
TID: 10.00–11.00
PLATS: DONNERS PLATS 2



UNIONEN STOCKHOLM

Nytt eller halvnytt företag? Här får du en genväg till kunskaper

Du som är medlem i Unionen Egenföretagare är nu välkommen på en kostnadsfri grundkurs i småföretagande – anpassad för dig som är mer eller mindre ny med din verksamhet. Vi går bland annat igenom:

- Prissättningens psykologi
- De olika företagsformernas för- och nackdelar
- Bokföring, fakturering och lön
- Ekonomisk trygghet

DATUM: 6 SEPTEMBER

TID: 17.30–19.30

PLATS: NYFÖRETAGARCENTRUM, SÖDERS LOKALER, ROSENLUNDSGATAN 50, STOCKHOLM.

ANMÄLAN: 30 AUGUSTI

Var med i Min firma!

Har du en intressant historia att berätta om ditt liv som egenföretagare? Mejla till minfirma@unionen.se så blir det kanske ditt företag vi skriver om i nästa nummer av Min firma!

Har du koll på ditt medlemskap?

Stärk ditt företag med hjälp av medlemsförmånerna i Unionen Egenföretagare.

Granska din LinkedIn-profil

Fler och fler använder LinkedIn som ett sätt att visa upp sig för potentiella kunder. Nu kan vi tillsammans med Cruited erbjuda dig en kostnadsfri granskning av din LinkedIn-profil.

Bidrag till kompetensutveckling

Du kanske vill gå en kurs i nätverkande eller något annat intressant? Med Unionens studiestöd får du ersättning för dina kurskostnader med upp till 3 200 kr per termin. Läs mer på unionen.se.

Företagarguiden

Som medlem får du en egen handbok från oss där vi har samlat kunskap och handfasta råd.

Digitala kurser

Som medlem kan du ta del av Diplomas kurser till stora rabatter, bland annat inom försäljning, marknadsföring och kundvård. Gå in på unionen.se och sök på Diploma för att ta del av erbjudandet.

Läs mer på unionen.se/egenforetagare.

DRIVA EGET I PARADISET

Madeleine Askebrink driver egen resebyrå, delvis med utgångspunkt från Mauritius. Att etablera sig där som egenföretagare och kvinna har varit en kamp.

På paradisen Mauritius har Madeleine Askebrink funnit sitt andra hem. Ön, belägen i Indiska Oceanen cirka 1 800 kilometer från den afrikanska östkusten, har också blivit utgångspunkten för hennes företag Fly & Go.

– Förutom ljuset, färgerna och dofterna är det framför allt människorna som gör Mauritius så speciellt. Landet har världens vänligaste människor, säger Madeleine.

Vägen till eget företag har varit krokig. Madeleine har arbetat hela livet inom försäljning och marknadsföring, men hittade hem karriärmässigt när hon 1993 kom till resebranschen.

– Jag blev headhunted av en stor affärsresebyrå och efter två år där blev jag resebyråchef och senare även ansvarig för ännu ett kontor. Sedan fick jag barn och enligt företaget gick det inte att både vara chef och ha småbarn.

Tack vare medlemskapet i Unionen kunde hon ta facket till hjälp och få skadestånd från arbetsgivaren. Hon fortsatte karriären på SAS innan hon blev kontaktad av Tord Magnuson, som då var representant för Air Mauritius i Sverige och även honorärkonsul. Hon arbetade för honom ett flertal år tills han meddelade att han ville avsluta sitt åtagande och gå i pension.

– Jag blev livrädd och ville inte bli arbetslös eller börja arbeta för någon annan. Jag ville fortsätta arbeta med det jag gjorde. Det var då jag startade mitt aktieföretag. Jag började höra mig för om jag kunde ta över kontraktet för Air Mauritius i Sverige. Det var inte helt enkelt. De stora företagen på

Mauritius har en oerhörd hierarki och kvinnor kan inte komma och tro att de är något.

Det var en kamp att övertyga dem om att jag var rätt person.

Madeleine fick kontraktet och tillsammans med en anställd skötte hon verksamheten under flera år, men i början av 2016 kom ett chockande besked: Air Mauritius hade beslutat att stänga ner sitt Sverigekontor.

– Jag grät när jag fick beskedet och tänkte: vad gör jag nu? Jag undrade hur jag skulle kunna sätta mat på bordet. Redan dagen efter beskedet vaknade jag upp med ny energi och skrev ner allt jag ville göra. Det resulterade i att jag nu satsar på min egen resebyråverksamhet med hela världen som min marknad.

Madeleine vill inte släppa Mauritius helt. Ett första steg i den nya verksamheten har blivit att hon har lyckats få kontrakt med Emotions, ett representationskonto för en så kallad »ground handler« på Mauritius. Hon sköter bokningar av transfers, utflykter och hotell för deras räkning i hela Norden.

Nu när hon är ensamföretagare har hon även blivit medlem i Unionen Egenföretagare.

– Jag är uppväxt med tanken att man blir starkare tillsammans. När man driver ett företag helt själv är det ännu viktigare att ha en organisation bakom sig som är proffs på egenföretagarfrågor och som dessutom har rabatt på försäkringar och utbildningar, vilket är ett stort plus. Jag känner mig trygg genom att vara medlem, säger Madeleine.