



invest-export.brussels 



Update: November 2015

# Zweden

## Sectoren met groot potentieel Marktbenadering Aanbevelingen

Economisch en handelsattaché  
**Gilles BREDAS**

Contact:

[info@brussels-region.se](mailto:info@brussels-region.se)  
[stockholm@brusselsinvestexport.com](mailto:stockholm@brusselsinvestexport.com)

[www.brussels-region.se](http://www.brussels-region.se)

00 46 8 24 09 10



# Sectoren met groot potentieel

## **Voeding**

De Zweedse consument verlangt steeds meer gastronomisch raffinement, en de professionals, die aan die verwachting willen tegemoetkomen, zoeken voortdurend naar nieuwe producten. Bio- of fairtrade-producten kennen veel succes, evenals gezondheidsbevorderende voedingsproducten.

## **Decoratie & Design**

De woning speelt een belangrijke rol in het leven van de Zweden en vormt de grootste uitgavenpost van de gezinnen, gemiddeld 1203 EUR per woning in 2012. De sector is uit de crisis geklommen en de gezinsuitgaven stijgen. De Zweedse consument is erg gevoelig voor functioneel design.

## **Ecologisch bouwen**

Zweden speelt een voortrekkersrol door zijn beleid, onderzoek en innovaties inzake het energiemangement van gebouwen. De maatregelen voor de energiehuishouding van de gebouwen zijn bijna op hun eentje verantwoordelijk voor de vermindering van de CO<sub>2</sub>-uitstoot in Zweden. Deze houding heeft er onder andere toe bijgedragen dat Stockholm verkozen werd tot eerste Groene Hoofdstad van Europa.

## **Gezondheid en welzijn**

Beauty- en gezondheidsproducten behoren tot de sectoren met de sterkste groei- en verwachtingen voor de privéconsumptie. Er is zeer veel vraag naar dermo-cosmetische producten en innovatieve natuurproducten. De opheffing van het distributiemonopolie van apotheken en de komst van nieuwe ketens openen mogelijkheden op een markt waar de apotheekverkoop van dermo-cosmetische producten maar ook van voorschrijfvrije producten ondervertegenwoordigd is.

## **ICT**

Zweden staat in Europa aan kop wat betreft de ICT-uitgaven per inwoner. De activiteitszone van Kista, in de rand van Stockholm, is een van de grootste in ICT gespecialiseerde activiteitszones ter wereld. Naast Ericsson vindt men er een groot aantal exporterende KMO's en Amerikaanse "reuzen" zoals Microsoft, IBM, Sun, Intel, Oracle, Novell, Sybase en Apple, alsook de ICT-universiteit.

## **Mode**

Hoewel de opleving van deze sector in het najaar van 2009 slechts een verre herinnering is, blijft mode een belangrijke uitgavenpost voor de Zweedse consument. Niettemin sluiten er vele boetieks en verschuiven de uitgaven naar de grote ketens.

## **Transport**

De Zweedse regering heeft een investeringsprogramma vastgelegd ter waarde van 45 miljard euro voor auto- en spoorweginfrastructuur in de periode 2010-2021. Alleen al in de spoorwegsector heeft de regering 7 miljard euro investeringen gepland tussen 2010 en 2020. 15 miljard euro is uitgetrokken voor het beheer en het onderhoud van het wegennetwerk, en 23 miljard euro gaat naar de uitbouw van het transportsysteem.

# Marktbenadering

Zweden is een open, hoogontwikkelde en zeer veeleisende markt (kwaliteit van de producten, design, strenge en rechtlijnige manier van zakendoen, prijseffect) met een groot potentieel omdat hij binnen de regionale context moet worden bekeken en kan dienen als platform voor alle Noordse en Baltische staten. Dat geldt vooral voor nichesectoren waar een afzonderlijke benadering van elke markt niet rendabel zou zijn.

Hou dus prospectie in het hele noordelijke gebied in het achterhoofd. Zo zal u spelers identificeren die in Zweden aanwezig zijn maar met vestigingen in andere landen.

Om te verkopen in Zweden moet u niet enkel de juiste producten aanbieden maar ook een algemene prestatie die bijzonder competitief is (prijs, termijnen, communicatie, dienstverlening, ...) alsook een regelmatige en aandachtige opvolging. Hoop er niet op dat u zaken zal kunnen doen zonder naar uw potentiële klanten te stappen: soms zijn er meerdere ontmoetingen nodig voordat er een deal tot stand komt. Wees geduldig: in iedere sector duurt het beslissingsproces erg lang. Niemand zal u echter puur uit beleefdheid of nieuwsgierigheid ontvangen: als er interesse wordt getoond is die reëel, het is aan u om die vlam brandend te houden.

Heel wat sectoren zijn in handen van een klein aantal spelers, soms zelfs slechts 3 of 4 bedrijven. Hoewel potentiële klanten daardoor makkelijker te identificeren zijn, beperkt dit uw kansen om er voet aan grond te krijgen. Bovendien worden deze bedrijven extreem sterk bevraagd en zult u uw beste beentje moeten voorzetten om de eerste schifting te overleven. Uiteindelijk zal een Zweedse partner maar zelden geïnteresseerd zijn in een "one shot"-operatie.

De gemiddelde betalingstermijn tussen bedrijven is kort (36 dagen).

Hoewel Stockholm de hoofdstad van het land is, is het niet het enige zakencentrum. Naast Göteborg en Malmö bevatten nog andere middelgrote en kleine steden potentiële partners. Zo'n partner kan zelfs midden in de bossen verscholen zitten, ver van enige bewoning. Die versnippering maakt de prospectie er niet makkelijker op,

maar het zou een vergissing zijn het potentieel buiten de hoofdstad te negeren. Afhankelijk van de sector kan de deelname aan een professionele beurs de beste strategie blijken. Beurzen zijn er relatief goedkoop en alle spelers uit Zweden (en vaak ook uit de buurlanden) komen erop af.

In vele sectoren (mode, design, accessoires...) tonen de firma's en verkooppunten in Stockholm zich weinig risicobereid door nieuwe, in Zweden onbekende producten in hun gamma op te nemen. De concurrentie is er zeer hard waardoor men vaak een nul-risicobeleid voert. Laat u niet ontmoedigen en prospecteer het ommeland, dat vaak veel ontvankelijker is. Eenmaal u uw plaats op de markt heeft veroverd, zet dan de aanval op de hoofdstad in.

Tot slot beschikt de Zweedse consument over het algemeen over veel meer geld dan het Europese gemiddelde en heeft hij daarenboven heel gemakkelijk toegang tot consumptiekredieten.

# Aanbevelingen

- Zweden is een groot land. Die markt prospecteren vraagt tijd en lange verplaatsingen. Het is fout te denken dat de economische activiteit geconcentreerd is rond Stockholm, Malmö en Göteborg. Verschillende regionale centra zijn zeer dynamisch, minder druk en, soms, beter toegankelijk dan de grote steden;
- In de straten van Stockholm lopen geen ijsberen rond! Denk niet dat de afstand enigerlei invloed heeft op de kwaliteit of de kwantiteit van de reeds in Zweden beschikbare producten en diensten;
- Vergewis u ervan over een VOLLEDIGE website te beschikken (minstens in het Engels), het is de eerste zaak die uw prospect zal bekijken;
- Neem eerst telefonisch contact op vooraleer u uw voorstellingsmail verzendt; dit zal uw optreden meer gewicht geven. Geen antwoord betekent niet noodzakelijkerwijs geen belangstelling: neem opnieuw telefonisch contact op na een redelijke termijn;
- Wanneer u een afspraak in de wacht sleept: kom absoluut op tijd, laat uw gesprekspartner spreken zonder hem te onderbreken en meng vooral werk niet met privéleven;
- Verwacht geen zaak af te sluiten zonder ter plaatse te gaan, soms zelfs meerdere keren. Het besluitvormingsproces is traag, zeer traag. Wees geduldig en hou contact met uw prospects. Wanneer uw producten/diensten hen niet interesseren, zullen zij u dit zonder omwegen zeggen, zonder tijdverlies.