

SVERIGE TAPPAR EXPORTANDELAR

Global Export 2023

SVENSK VARUEXPOR HALKAR EFTER

Business Sweden följer årligen upp utvecklingen på den globala varuexportmarknaden. Sveriges andel av det globala exportvärdet har under perioden 2015–2020 legat på en relativt stabil nivå på drygt 1 procent. Men sedan 2020 har den svenska varuexporten utvecklats svagare än den globala varuexporten. Det betyder att Sverige två år i rad har tappat andelar på den globala exportmarknaden. Under 2022 tappade Sverige andelar inom i princip samtliga varugrupper utom kemi, läkemedel och stål där andelen ökade. Exporten av elström utvecklades i linje med den globala exporten av elström och därmed bibehöll Sverige sin position.

Även Europa och Asien tappade andelar på den globala exportmarknaden 2022, samtidigt som Nord- och Sydamerika, Mellanöstern och Afrika hade en stark exporttillväxt.

Att Sverige tappar exportandelar kan bero på flera faktorer. På längre sikt är det förstås inte rimligt att ett mindre land som Sverige skulle behålla sin andel av den globala exportmarknaden när stora tillväxtmarknader får fart på sin export. Detta spelar ju inte heller någon roll om den totala exportmarknaden samtidigt växer. En annan förklaring skulle vara att svenska exportföretag har tappat något i sitt produkterbudande som sänker deras internationella konkurrenskraft. Men även en sådan utveckling visar sig först över tid.

Något som emellertid utmärker 2022 är stora rörelser på valutamarknaden. Den svenska kronans tapp på 15 procent mot den amerikanska dollarn under 2022 är förstås en avgörande nackdel för Sverige när det sammanlagda exportvärdet för världens länder omräknas från lokala valutor till en och samma valuta. Som brukligt, och som är fallet för vår källa UN Comtrades exportdata, sker omräkningen till just amerikanska dollar.

I dagsläget vet vi inte i vilken utsträckning denna valutaeffekt påverkar den svenska exporten och det blir därför högtintressant att följa utvecklingen framöver. Kommer den svaga kronan att lyfta exporten så mycket att det kompenserar för tappet när exportvärdet omräknas i dollar, eller för den delen i euro? Just nu talar väldigt lite för det, inte minst den sviktande efterfrågan på Sveriges hemmamarknad Europa. Så länge kronan försvagas kommer de svenska företagens andelar av den globala exportmarknaden att undermineras. Det är lätt att förföras av utsikten från hemmaplan: Allt ser gott och väl ut för exporten och intäkterna i kronor fortsätter att flöda in. Men för att försvara Sveriges ställning som intressant exportnation på sikt behöver vi en stark exportutveckling även mätt med viktiga handelsvalutor.

Lena Sellgren
Chefekonom



SVERIGE TAPPAR ANDELAR PÅ DEN GLOBALA EXPORTMARKNADEN

Business Sweden följer årligen upp utvecklingen på den globala varuexportmarknaden med fokus på hur den svenska exporten utvecklas i förhållande till den globala exportutvecklingen. Analysen omfattar de 14 största svenska exportvarugrupperna som utgör 85 procent av den svenska varuexporten.¹

Sveriges exportvärde ökade med 4,8 procent 2022, vilket var lägre än den globala varuexporten som ökade med 9,1 procent. Det innebär att svensk varuexport tappade andelar på den globala exportmarknaden.

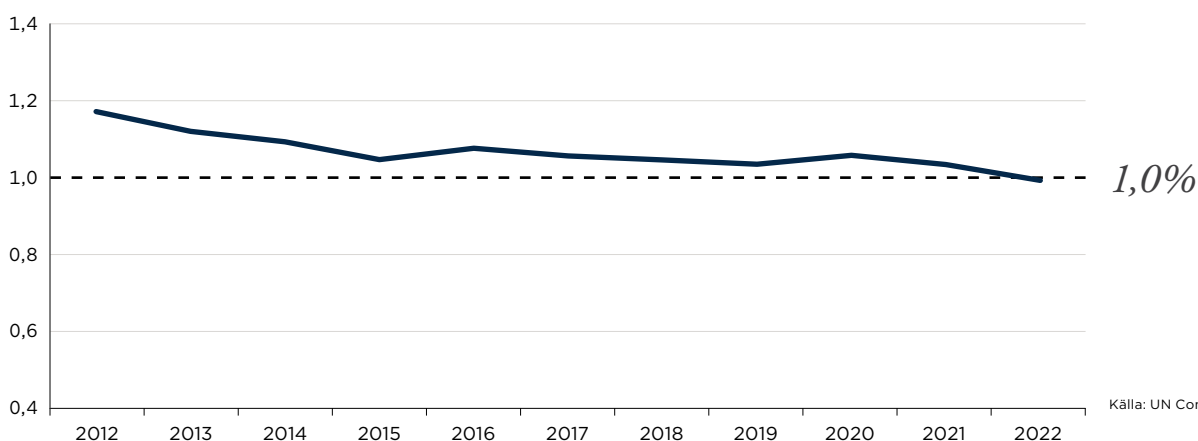
Sett till de 14 varugrupper som Sverige exporterar mest av har Sveriges andel av värdet på den globala varuexportmarknaden legat på en relativt stabil nivå på ca 1,05 procent mellan 2015 och 2020. Men efter 2020 har Sveriges varuexport tappat marknadsandelar, om än marginellt, och var 2022 strax under 1,0 procent. Orsakerna

till detta tapp är flera, där en stark exporttillväxt i Nordamerika, Sydamerika och Mellanöstern förklarar en del. Något som därutöver utmärker 2022 är stora rörelser på valutamarknaden – rörelser som är viktiga att beakta när den globala handeln analyseras i en och samma valuta (amerikanska dollar, USD), och som sannolikt också påverkar den svenska exportmarknadsandelen.

RESULTATET PÅVERKAS AV VALUTAEFFEKTER

Analysen i denna rapport baseras på FN:s databas UN Comtrade, där alla värden redovisas i löpande priser omräknade till amerikanska dollar (USD). Det innebär att det införs en valutaeffekt som påverkar resultatet och de slutsatser som dras. Detta är särskilt viktigt att beakta för ett land som Sverige, där en stor del av exportförsäljningen prissätts och betalas i andra valutor än

SVERIGES VARUEXPORT TAPPAR ANDELAR PÅ DEN GLOBALA EXPORTMARKNADEN
Sveriges andel av den globala varuexporten av de 14 största svenska exportvarugrupperna, procent



¹ Motsvarande siffra för den globala varuexporten är 75 procent. En översikt av de 14 varugrupperna ges i appendix.

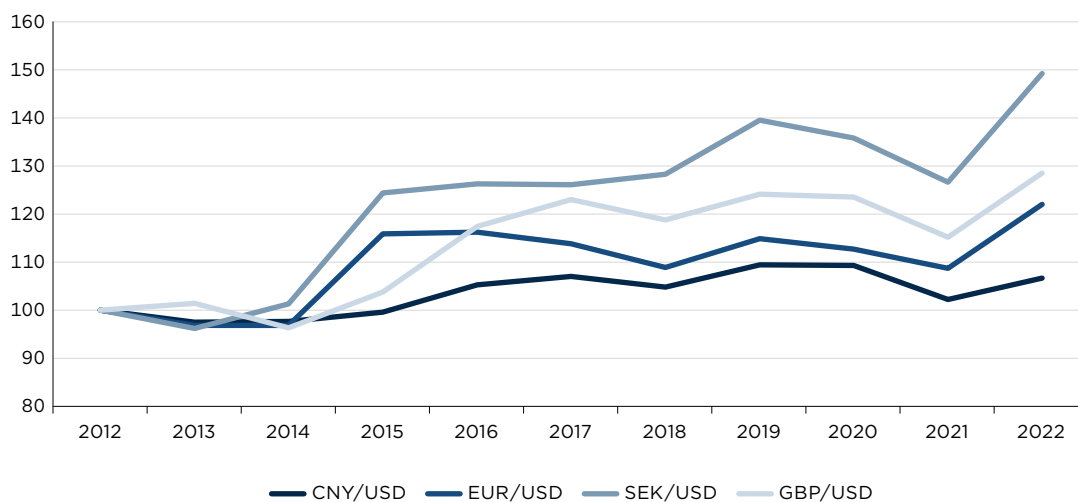


USD, främst i euro (EUR) och svenska kronor (SEK). Under 2022 gick ca 40 procent av den svenska varuexporten till euroområdet medan ca 9 procent gick till USA. Dessa andelar ska inte likställas med andelarna av varuexporten som handlades med EUR eller USD, men det indikerar att den svenska exporten mätt i USD inte ger hela bilden av hur svensk export utvecklas och påverkas av olika valutors relativa värde gentemot den svenska kronan.

På många sätt ökade osäkerheten i världsekonomin under 2022. Geopolitiska spänningar och efterpandemiska effekter skapade oro på många marknader, vilket i sin tur innebar att investerare sökte sig till större och tryggare marknader. Detta bidrog till att det blev stora rörelser på valutamarknaden där många mindre valutor tappade mot större – rörelser som är viktiga att beakta när den globala handeln ska analyseras.

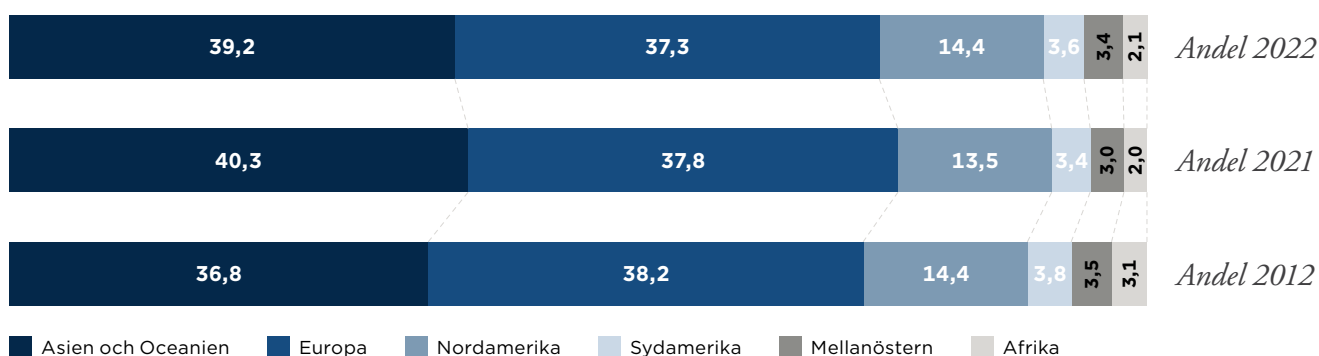
Om en valuta försvagas blir företag med sina huvudsakliga kostnader i den valutan mer konkurrenskraftiga då deras produkter och tjänster blir billigare för utländska köpare i ett annat valutaområde. Detta innebär i sin tur högre inkomster i den lokala valutan eftersom utländska köpare betalar i relativt starkare valutor. Mot detta måste ställas att importerade varor och tjänster blir dyrare när den lokala valutan tappar i värde, vilket leder till ökade kostnader för företag som är beroende av en stor andel insatsvaror och tjänster från utlandet. Dessa högre kostnader leder till att företagen kan bli tvingade att ta ut högre priser för sina exportprodukter med risk för fallande exportvolymen som följd. Redan här inses att effekten som valutaförändringar kan ha för exporterande företag och marknader är komplex.

DE FLESTA VALUTOR HAR TAPPAT MOT AMERIKANSKA DOLLARN (USD)
Lokal valuta per USD, index, 2012=100



Källa: Macrobond

EUROPA OCH ASIEN TAPPAR MARKNADSANDELAR 2022



Källa: UN Comtrade (2023)

Som noteras i diagrammet ovan har den svenska kronan (SEK) uppvisat en relativt kraftig försvagning gentemot både USD och EUR de senaste tio åren. Det som framkommer i exportdata är att i dollar- eller eurotermer har den svenska exporten bara ökat måttligt, medan den mätt i kronor har blivit desto mer värd. Mellan år 2012 och 2022 ökade det nominella värdet av Sveriges export med knappt 15 procent mätt i USD. Detta kan jämföras med exempelvis Tyskland som i USD hade en värdeökning av sin export på strax under 20 procent under samma period. Skulle man istället mäta Sveriges och Tysklands exporttillväxt i lokal valuta under perioden, det vill säga SEK och EUR, skulle utvecklingen se annorlunda ut. Den svenska exporten omräknat till SEK innebar ett ökat värde på drygt 70 procent. Samtidigt hade den tyska exporten räknat i EUR en värdestegring på endast strax över 40 procent under denna period.

Sammanfattningsvis är det viktigt att ha i åtanke att resultaten i denna analys påverkas av valutaeffekter och att resultaten därför måste tolkas med försiktighet.

SVERIGES VIKTIGASTE EXPORTMARKNAD EUROPA TAPPAR GLOBALT

Liksom Sverige tappade Europa sammantaget globala exportmarknadsandelar 2022. Men Europa påverkades i mindre grad av valutaeffekter jämfört med Sverige då EUR tappade mindre mark gentemot USD.

Till följd av kriget i Ukraina har den europeiska ekonomin tappat mer fart än den globala ekonomin i stort. Detta har i viss mån gått ut över exporten av europeiska varor. De

tilltagande priserna på energi som kriget i Ukraina har inneburit har lett till dyrare produktion, men det har också lett till att handeln med elström mellan de europeiska länderna har ökat i värde. Denna tilltagande elhandel har gett ett positivt bidrag till Europas globala exportmarknadsandel. Sett till samtliga av de 14 varugrupper som analyserats i denna rapport minskade Europas exportmarknadsandel med en halv procentenhet till 37,3 procent 2022, från 37,8 procent 2021.

Även Asien och Oceansens exportmarknadsandel minskade under 2022 till 39,2 procent, från 40,3 procent föregående år. Detta beror sannolikt till stor del på de utbudsproblem som rådde under 2022, vilket försvårade exporten av många av Asiens huvudsakliga exportvaror som till exempel elektronik och telekom.

En ytterligare förklaring till varför Europa och Asien och Oceanien tappade exportmarknadsandelar under 2022 var att det var ett starkt år för varuexporten i Nord- och Sydamerika. Även de mindre regionerna Mellanöstern och Afrika hade en relativt stark exportutveckling 2022. I Nordamerika var det särskilt USA som upplevde en betydande tillväxt i sin export. De största amerikanska exportkategorierna inkluderade varor som råolja, bränsleolja och andra petroleumprodukter, vilket till viss del speglar USA:s stärkta position inom energisektorn. Dessutom bidrog ökningen inom kapitalvaror, så som civila flygplansmotorer och elektrisk utrustning, samt ökningen inom livsmedels- och jordbruksprodukter till den samlade exporttillväxten. Särskilt gentemot Kina visade den amerikanska exporten av jordbruksprodukter en fortsatt uppåtgående trend då den ökade för fjärde året i rad.

TOPP 10 VARUEXPORTERANDE MARKNADER GLOBALT

Varuexport i miljarder USD respektive andel av den globala varuexporten i procent, 2022

| Placering | Marknad | Miljarder USD | Andel, procent |
|-----------|---------------|---------------|----------------|
| 1 (1) | Kina | 3594 (3362) | 16,0 (15,5) |
| 2 (2) | USA | 2062 (1753) | 9,2 (8,1) |
| 3 (3) | Tyskland | 1686 (1636) | 7,5 (7,5) |
| 4 (5) | Nederländerna | 768 (697) | 3,4 (3,2) |
| 5 (4) | Japan | 747 (757) | 3,3 (3,5) |
| 6 (8) | Italien | 700 (616) | 3,1 (2,8) |
| 7 (7) | Sydkorea | 684 (644) | 3,0 (3,0) |
| 8 (9) | Frankrike | 618 (585) | 2,7 (2,7) |
| 9 (6) | Hongkong | 610 (671) | 2,7 (3,1) |
| 10 (10) | Kanada | 597 (502) | 2,7 (2,3) |

Anm: Siffrorna inom parentes avser 2021.
Källa: UN Comtrade (2023)

Även Sydamerika hade en betydande tillväxt i sin exportmarknadsandel. Bland de mest framträdande exportprodukterna från Sydamerika finns sojabönor, råolja, järnmalm och raffinerade petroleumprodukter. Men det som framför allt drev upp exportvärdet under 2022 för Sydamerikas var en ökning av exportpriserna på några av de största exportvarorna. Bland de produkter vars priser ökade mest fanns olja, kaffe och socker.

KINA ÄR DEN KLART STÖRSTA VARUEXPORTERANDE MARKNADEN

Kina, USA och Tyskland är de tre stora varuexporterande marknaderna globalt och står för ungefär en tredjedel av den globala varuexporten. Kina blev fram ytterligare under 2022 som den dominanta aktören på den globala exportmarknaden med en andel på 16,0 procent, bland annat genom en markant ökning av elfordonsexporten. Även USA stärkte sin position inom en rad olika varugrupper, inklusive teknik och tung industri och har nu en andel på 9,2 procent av den globala exportmarknaden. Tysklands export förblev stark inom dess traditionella styrkeområden som fordonsindustrin och maskinteknik, trots globala utmaningar som kvarstående brist på vissa insatsvaror,

främst halvledare, och logistiska problem som begränsade exporttillväxten. Tyskland innehar en tredjeplats med sina 7,5 procent av den globala exportmarknaden. Nederländerna, en central handelsknutpunkt i Europa, visade på en fortsatt styrka inom exporten av jordbruksprodukter, kemikalier och maskiner och gick om Japan och innehar nu fjärdeplatsen.

Japan och Sydkorea fortsatte att vara ledande inom elektronik och fordon, även om de mötte utmaningar som konkurrens från till exempel Kina. Italien, känt för sina lyxvaror och högkvalitativa livsmedel samt en stor fordons- och läkemedelsindustri, ökade sin andel under 2022. Frankrike fortsatte att exportera en bred palett av produkter, från lyxvaror till industriella varor, men kunde inte uppbåda ett ökat exportvärde som Italien. Hong Kong, som likt Nederländerna är ett viktigt distributionscentrum, behövde under 2022 anpassa sig till ett förändrat globalt handelsmönster med en långsammare tillväxt av den asiatiska exporten vilket innebar att de hade svårare att upprätthålla vidareexporten av framför allt importerade varor från fastlandskina och tappade därmed marknadsandelar. Kanada upplevde en ökning inom sitt traditionella styrkeområde råvarusektorn, särskilt för mineralolja, vilket reflekterar den globala

EXPORTTILLVÄXTEN HALKAR EFTER I EUROPA OCH ASIEN 2022
Exporttillväxt i de 14 utvalda varugrupperna, procent

| | Globalt | Sverige | Europa | Asien och Oceanien | Nord-amerika | Syd-amerika | Mellan-östern | Afrika |
|-------------------------|------------|------------|------------|--------------------|--------------|-------------|---------------|-------------|
| Elektronik med telekom | 2,1 | -3,7 | 1,2 | 0,8 | 10,3 | 13,5 | 16,4 | 9,4 |
| Elström | 92,2 | 93,3 | 106,4 | 12,4 | 60,5 | 1,8 | -4,6 | 3,0 |
| Fordonsindustri | 6,2 | -2,3 | 2,3 | 8,3 | 10,4 | 33,3 | 28,0 | 10,2 |
| Instrument | 7,8 | -4,9 | -1,3 | 15,6 | 9,9 | 8,0 | 14,0 | -1,8 |
| Kemi och läkemedel | 8,8 | 9,7 | 6,5 | 6,9 | 15,3 | 48,4 | 17,6 | 24,7 |
| Livsmedel | 8,1 | 6,1 | 5,0 | 6,6 | 7,7 | 24,8 | 12,9 | 4,6 |
| Maskinindustri | 4,3 | -3,9 | 0,7 | 5,4 | 12,1 | 17,6 | 15,6 | -1,9 |
| Metallindustri | 8,8 | -0,8 | 7,1 | 7,1 | 21,7 | 20,2 | 19,4 | 3,0 |
| Möbler | -4,4 | -5,9 | -6,1 | -6,8 | 15,1 | -5,3 | -6,3 | 9,0 |
| Papper | 6,4 | 2,2 | 3,6 | 8,4 | 7,3 | 19,9 | 13,5 | 5,5 |
| Petroleum och produkter | 48,4 | 43,1 | 54,7 | 55,5 | 55,5 | 62,4 | 20,1 | 34,1 |
| Stål | 7,9 | 9,4 | 3,8 | 10,1 | 17,7 | 19,3 | 4,4 | 0,2 |
| Textil och skor | 3,5 | -2,0 | 4,4 | 2,1 | 9,8 | 14,2 | 13,5 | 7,9 |
| Trävaror/bearbetning | -0,4 | -7,2 | 1,9 | -2,9 | -6,2 | 9,0 | 16,7 | -1,0 |
| Samtliga | 9,1 | 4,8 | 6,7 | 6,3 | 17,5 | 32,3 | 18,3 | 17,8 |

- 10 procent svagare utveckling än den globala utvecklingen
- I linje med den globala utvecklingen
- 10 procent starkare utveckling än den globala utvecklingen

Anm: UN Comtrade hade inte publicerat data för vissa marknader när denna rapport publicerades. Vissa marknader saknas därför, vilket kan påverka tillväxttalen som redovisas i tabellen. Framför allt gäller det Mellanöstern då data för både Saudiarabien och Kuwait saknas.

Källa: UN Comtrade (2023)

efterfrågan på energiresurser och ökade oljepriser. Sverige tappar en plats ner till plats 31 under 2022.

SVERIGE TAPPAR ANDELAR I DE FLESTA VARUGRUPPERNA

Sveriges tappade andelar på den globala exportmarknaden inom flertalet av de 14 varugrupperna 2022. Inom kemi och läkemedel samt stål var dock tillväxten i exportvärdet högre än den globala exporttillväxten, vilket betyder att Sverige tog andelar globalt. Exporttillväxten för el var i linje med den globala exporttillväxten. För de övriga varugrupperna var förändringen i exportvärde betydligt lägre jämfört med den globala utvecklingen.

I Europa ökade exporten av el påtagligt snabbare än den globala exporten. Detta är en följd av att elpriserna drivits upp av kriget i Ukraina och till skillnad från andra regioner finns det goda förutsättningar att exportera el inom Europa vilket gjort den europeiska

elexporten växt påtagligt i värde. Ett tydligt negativt bidrag till Europas krympande globala exportandel var fordonsindustrin vars export växte långsammare än det globala genomsnittet. I Asien var det framförallt exporten av instrument som ökade snabbare än den globala exporten. Asiens största exportvarugrupp, elektronik och telekom, växte däremot påtagligt långsammare än den globala exporten.

Nord- och Sydamerika sticker ut som de stora vinnarna sett till tillväxten av varuexporten 2022. För nästan alla i den här rapporten redovisade varugrupperna var tillväxten påtagligt högre i dessa regioner än tillväxten i den samlade globala varuexporten. Detta måste dock ses i ljuset av att exportmarknaderna i Nord- och framför allt Sydamerika är relativt små.

Även Mellanöstern och Afrika påvisade tydlig tillväxt i flera varugrupper, men då data över dessa regioner i större grad är haltande bör dessa regioners statistik tolkas med viss försiktighet.

OM GLOBAL EXPORT

Business Sweden publicerar rapporten *Global Export* en gång per år. Rapporten ger en översiktlig bild av hur svensk varuexport utvecklas i förhållande till den globala varuexportmarknaden.

Analysen baseras på FN:s databas UN Comtrade för åren 2012 till 2022. UN Comtrade omfattar de flesta marknadernas utrikeshandel nedbrutet på varugrupper enligt den så kallade SITC-nomenklaturen.

Alla uppgifter är i löpande priser (värde), uttryckt i amerikanska dollar, USD. Att göra analysen av handelsströmmarna i värde utgör emellertid en begränsning och ger inte något tydligt svar på exportutvecklingen påverkat svensk ekonomi i termer av BNP och sysselsättning. Fastprisberäkningar saknas för många marknader och för att kunna gå ned på varunivå tvingas man att hålla sig till värdeuppgifter.

Analysen omfattar de 14 viktigaste varugrupperna för svensk export och täcker cirka 85 procent av den svenska varuexporten. Varugrupperna är följande, med SITC-koder (Rev 4.) inom parentes:

- *Livsmedel* (0, 1)
- *Trävaror/bearbetning* (24, 63)
- *Kemi med läkemedel* (5)
- *Papper* (25, 64)
- *Petroleum och produkter* (33)
- *Elström* (35)
- *Stål* (67)
- *Metallindustri* (69)
- *Maskinindustri* (71, 72, 73, 74)
- *Elektronik med telekom* (75, 76, 77)
- *Fordonsindustri* (78)
- *Möbler* (82)
- *Instrument* (87)
- *Textil och skor* (65, 84, 85)

De viktigaste varugrupperna som hamnar utanför de 14 ovan nämnda är vissa mineraliska bränslen (SITC 32 och 34), diverse konsumentprodukter (SITC 89) till exempel sportartiklar, leksaker med mera samt metaller utöver järn och stål (SITC 68). Sveriges exportmarknadsandel beräknas som andel av den totala varuexporten på den globala marknaden inom de ovan specificerade varugrupperna.

VARUGRUPPER



KEMI OCH LÄKEMEDEL

I varugruppen ingår kemiska produkter såsom kemikalier, gödningsprodukter och plaster, samt läkemedel. En betydande del av Sveriges kemiindustri ingår idag i internationella koncerner som Akzo Nobel, Nouryon, Perstorp och Borealis. Läkemedelsbranschen domineras av Astra Zeneca, ett av Sveriges största exportföretag. Ytterligare stora exportföretag i branschen är Pfizer, Sobi, Cytiva, Fresenius Kabi och Octapharma. Till läkemedel hör även att stora royaltyintäkter genereras, vilket registreras i tjänsteexporten. Kemi och läkemedel stod 2022 för 13,7 procent av den svenska varuexporten och är därmed den största varugruppen i Sverige sett till exportvärde.



MASKININDUSTRI

Maskinindustri avser kraftalstrande maskiner, maskiner för särskilda industrier, metallbearbetningsmaskiner och andra icke-elektriska maskiner och apparater. Här finns många av Sveriges traditionella exportföretag såsom ABB, Atlas Copco, SKF, Alfa Laval och Husqvarna. Andra stora exportföretag är Hexagon, Nibe, Systemair, Munters, Mycronic och Valmet. Därutöver finns ett stort antal små och medelstora verkstadsföretag. Maskinindustrin har länge utgjort den största delen av svensk exportindustri men har på sista tiden tappat gentemot andra varugrupper. Under 2022 omfattade maskinindustri 12,0 procent av Sveriges totala varuexport, vilket innebar att det var den näst största varugruppen i Sverige sett till exportvärde.



FORDONSINDUSTRI

Fordonsindustrin domineras i Sverige av Volvo AB, Volvo Cars och Scania, men består totalt av flera hundra företag. Viktiga komponenttillverkare är Autoliv, Leax och Haldex. Fordonsindustrin är med sina 11,5 procent av Sveriges totala varuexportvärde den tredje största varugruppen.



ELEKTRONIK MED TELEKOM

Elektronik med telekom omfattar elektriska produkter och utrustning för till exempel generering och distribution av elström, datorer och datorutrustning, elektroniska komponenter, hushållsapparater, samt telekommunikationsutrustning och ljud-, radio och TV-produkter. ABB är en stor exportör av kraftutrustning. Ericsson har traditionellt varit en stor exportör inom varugruppen men sedan 2015 klassas Ericsson som ett tjänsteföretag. Trots omklassificeringen är Ericsson fortfarande en stor leverantör av basstationer, men en övervägande del av leveranserna sker från andra länder genom så kallad trepartshandel. 2012 stod varugruppen för 9,5 procent av den svenska exporten.



LIVSMEDEL

I varugruppen livsmedel ingår bland annat kött-, mjölk-, och fiskprodukter, grönsaker och frukt, kaffe och te, sockerprodukter samt drycker och tobaksprodukter. Livsmedel är något som många länder exporterar i någon form och som ofta, åtminstone, sker med grannländer. Den största svenska exportören är sedan flera år tillbaka Absolut Vodka, men även stora exportörer som AAK, Åbro, Kopparbergs, Almondy, Annas Pepparkakor, Pågen och Gevalia Löfbergs, och varumärken som Wasa och Abba bidrar till den svenska livsmedelsexporten. Utöver en inhemsk produktion av livsmedel kan också varor, som exempelvis norsk lax, driva upp exporten då den passerar genom Sverige till världsmarknaden. Svensk livsmedelsindustri stod för 6,1 procent av den svenska varuexporten 2022.



PETROLEUMPRODUKTER

Varugruppen petroleum innefattar bland annat råolja och raffinerade mineraloljeprodukter. Viktiga svenska företag inom segmentet är Preem, Nynas och St1. Den svenska exporten av petroleum och petroleumprodukter motsvarar en andel på 7,3 procent av det totala svenska exportvärdet.

VARUGRUPPER



STÅL

I varugruppen stål ingår järn och stål. Sverige är idag en ledande nischproducent av olika typer av specialstål med aktörer som bland annat SSAB, Alleima, Outokumpu, Ovako och Uddeholm. Det mesta av så kallat handelsfärdigt stål som levereras av stålföretagen i Sverige går på export, vilket innebär att alla stålföretag är exportörer. Stålvärar stod 2022 för 4,5 procent av det totala svenska exportvärdet.



INSTRUMENT

Instrument omfattar olika typer av mät- och kontrollinstrument samt fotografiska och optiska instrument för vetenskapligt och tekniskt bruk, exempelvis inom sjukvården. Även konsumentprodukter som klockor ingår i varugruppen. Sverige har ett antal stora exportföretag som Getinge och Elekta och mer nischade företag som till exempel Gambro Lundia/Baxter International som är aktiva på exportmarknaden. 1,9 procent av Sveriges exportvärde bestod av denna typ av instrument.



TRÄVAROR

Trävaror omfattar råvaror och förädling av trä och kork, men inte möbler. Exempel på stora svenska företag inom segmentet är Skogsägarna, SCA, Setra, Derome och Holmen. Trävaror stod för 3,1 procent av det svenska exportvärdet 2022.



ELSTRÖM

De största elhandlarna som exporterar el från Sverige är Vattenfall, EON och Fortum. Elström påvisar den absolut snabbaste tillväxten av de 14 utvalda varugruppernas exportvärde i Sverige. Till följd av den kraftiga uppgången av elpriser har den svenska elexporten ökat till 2,4 procent av den totala varuexporten 2022.



MASSA OCH PAPPER

Massa- och pappersindustrin är en traditionell svensk exportindustri som var den största branschen om man går tillbaka till decennierna efter andra världskriget. Idag är det den sjätte största varugruppen med 6,6 procent av det svenska varuexportvärdet. Företag som SCA, Metsä, Stora Enso, Billerud Korsnäs, Holmen, Södra Skogsägarna och Smurfit Kappa dominerar marknaden.



METALLINDUSTRI

Metallindustrin tillverkar olika typer av hand- och maskinverktyg samt konstruktioner av metall, behållare, containrar samt föremål av metall för hushåll och industri. Hårdmetall och maskinverktyg är en stor del av svensk export där Sandvik är en ledande internationell spelare och Gunnebo Industries och Lindab är andra stora svenska exportörer. Metallindustrin stod för 2,4 procent av det svenska exportvärdet 2022.



MÖBLER

Varugruppen möbler omfattar möbler, madrasser, sängkläder och kuddar. Den absolut viktigaste svenska exportören inom segmentet är IKEA. Som andel av den totala svenska exporten är möbelexporten liten med 1,1 procent av totala värdet.



KLÄDER, SKOR OCH TEXTILIER

Sverige är en väletablerad marknad inom modeindustrin med stora företag som H&M, Acne, Wesc, Nudie, och Filippa K. Kläder, skor och textilier stod för 2,5 procent av exportvärdet 2022.



*We help Swedish companies grow global sales and
international companies invest and expand in Sweden.*

BUSINESS-SWEDEN.COM

BUSINESS SWEDEN Box 240, SE-101 24 Stockholm, Sweden
World Trade Center, Klarabergsviadukten 70
T +46 8 588 660 00 info@business-sweden.com
www.business-sweden.com