



Dagens og fremtidens forretningsklima

SMB-barometer – Norge

Rapport våren 2022



Innhold

Innledning	3
Oppsummering av resultatene	4
Hovedfunn	5
Økonomiske utsikter	7
Forretningsutsikter	9
Muligheter og trusler	14
Prioriteringer	19
Driftsutfordringer	24
Teknologi og cybersikkerhet	28
Miljø, sosiale forhold og styring (ESG)	32
Om Azets	38
Om undersøkelsen	39

Vi takker følgende ledere i små og mellomstore bedrifter (SMB) for å ha delt sine personlige erfaringer i forbindelse med barometeret:



Innledning av Chris Horne, CEO i Azets Group

Jeg er glad for å introdusere vårt SMB-barometer – og i likhet med vårt forrige barometer viser det nok en gang styrke og motstandsdyktighet blant SMB-ledere og bedriftseiere over hele Europa.

Preget av nok et år med Covid og tilknyttede virkninger fortsetter lederne av små og mellomstore bedrifter å vise tålmodighet. De endrer sine forretningsmodeller og beviser hvorfor de fortsetter å være ryggraden i vår økonomi, og håndterer usikkerheten med utholdenhet og mot.

Funnene fra denne vårutgaven ble samlet inn like før utbruddet av konflikten som finner sted i Ukraina, og mens krigen fortsetter tenker vi først og fremst på den enorme humanitære tragedien som finner sted.

Virkningen på den globale økonomien og SMB-sektoren vil være enorm når vi begynner å analysere effekten av sanksjoner, prissvingninger på råvarer og forstyrrelser i den globale forsyningskjeden,

for å nevne noe. Til tross for den enorme usikkerheten er det ikke noen overraskelse at problemstillingene og prioriteringene som avdekkes i barometeret, fortsatt er svært relevante.

Noen av utfordringene som nevnes er alt fra inflasjon, mangel på kompetanse, cybersikkerhetstrusler, håndtering av ESG-forpliktelser og generell uforutsigbarhet.

SMB-er over hele verden jobber fortsatt med å endre sine forretningsmodeller og omfavne digitalisering som de største mulighetene for videre vekst.

Det er denne fleksibiliteten og smidigheten som er nøkkelen for små og mellomstore bedrifter etter hvert som de fortsetter å bygge sin motstandsdyktighet, så vel som den moralske støtten de gir til sine lokale og

internasjonale fellesskap.

Azets er stolt av å kunne spille en rolle i å bidra til å styrke livene til våre kunder og lokalsamfunn på tvers av vårt store kontornettverk, og vi er takknemlige overfor de over 1 000 kundene og kontaktene fra Danmark, Finland, Norge, Sverige og Storbritannia som deltok i denne undersøkelsen.

Vi vil også takke SMB-lederne for å ha delt sine historier og råd til andre ledere som sliter med lignende utfordringer. De bidrar til å styrke SMB-enes resultater ytterligere.

Vi håper du finner resultatene interessante, og vi ser frem til å fortsette å arbeide med deg gjennom våre rådgivningstjenester tilpasset dine ambisjoner.



Chris Horne
CEO i Azets Group

99 %

av bedriftene i Europa er SMB-er, og de spiller en avgjørende rolle for økonomien.

1 093

ledere for små og mellomstore bedrifter over hele Norden og Storbritannia deltok i undersøkelsen.

Oppsummering av resultatene

Etter nok et år med Covid og ettervirkningene av det viser dette andre SMB-barometeret fra Azets at norske SMB-er er klart mindre positive til de økonomiske utsiktene enn de var for et år siden. Men til tross for dette er de hardnakket optimistiske på vegner av egen virksomhet.

Pandemien har utvilsomt vært en belastning for SMB-er med vekst i negative eksterne faktorer– fra inflasjon til mangel på kompetanse, trusler om cybersikkerhet, risiko i forsyningskjeden og generell uforutsigbarhet.

"Selv om jeg generelt er en positiv person og er optimistisk med tanke på fremtiden, er det større områder med usikkerhet og flere faktorer som jeg ikke har kontroll over enn noen gang før i mine over 50 år i næringslivet."

- SMB I STORBRITANNIA



Går vi nærmere i detalj, er dette hovedfunnene:

Mens 64 % av norske SMB-er var optimistiske med tanke på de økonomiske utsiktene i fjor sommer, er tallet nede i 57 % denne våren. 22 % forventer at det økonomiske klimaet forverres. På dette området er de mer optimistiske enn i Finland, Sverige og Storbritannia.

Selv om stemningen rundt det økonomiske klimaet er dårligere, **forventer to tredeler (67 %) av norske SMB-er at omsetningen vil øke i løpet av de neste 12 månedene**, og 57 % forventer økt fortjeneste. Det er altså mer sannsynlig at norske SMB-er forventer økte investeringer i virksomheten og antall ansatte enn SMB-er i andre markeder.

På tvers av alle bransjer beholder bedriftene troen på forretningsmodellen som sin største mulighet. De kan ha blitt hardt rammet av den pågående krisen, men innser at fleksibilitet, smidighet og nærhet til kundene er avgjørende for å

bygge motstandsdyktighet mot denne og fremtidige kriser.

Pandemien har akselerert digitaliseringen blant små og mellomstore bedrifter, og trenden vil sannsynligvis fortsette; **over halvparten av SMB-ene sier at de vil øke digitaliseringen i året som kommer.**

Det er ingen tvil om at teknologi, enten det gjelder cybersikkerhet, dataanalyse, fjernarbeid, e-handel eller prosessautomatisering, er nøkkelen til vedvarende motstandsdyktighet og konkurransefortrinn.

De ansattes trivsel har steget til å bli SMB-enes nest høyeste prioritet, etter økonomiske hensyn. Ikke bare uttrykker de bekymring for at Covid og fjernarbeid har tæret på moralen, men de erkjenner også at de må tilby de ansatte attraktive fordeler for å sikre seg talenter.

Kostnadsvekst og rekruttering er SMB-enes største utfordringer i det daglige, med ringvirkninger for kontantstrøm og tidsbruk på administrativt arbeid. Nesten to tredjedeler av små og mellomstore bedrifter sliter med å rekruttere riktig kompetanse.

Alt dette gjør at ESG-aspekter (miljø, sosiale forhold og styring) havner i bakgrunnen. 71 % av alle SMB-er (78 % av norske SMB-er) fokuserer for tiden ikke på å redusere karbonutslipp, og 85 % (89 % av norske SMB-er) måler for tiden ikke karbonfotavtrykket fra sin virksomhet. Kompetanse, tid, kostnader og due diligence knyttet til leverandørkjeden er blant de største utfordringene SMB-er står overfor med hensyn til ESG.



Vi vet ikke hva som kommer i morgen, verken fra myndighetene eller fra nye Covid-varianter.

- SMB i Norge

"SMB-markedet har vært preget av stor optimisme siden høsten 2021. Pandemien ser ut til å avta, og det høye sykefraværet vi nå opplever, vil trolig normalisere seg utover våren. Alt lå til rette for en mer positiv utvikling.

Dessverre har krigen i Ukraina skapt ny usikkerhet, og mye avhenger nå av hvordan situasjonen utvikler seg, og innvirkningen sanksjonene mot Russland vil ha på energipriser og råvarer osv.

Digitalisering er en viktig faktor i mange bransjer for å opprettholde konkurransedyktigheten. Det er også et viktig bærekraftstiltak. Digitalisering gjør også informasjon tilgjengelig fra alle steder med Internett-forbindelse og muliggjør en mer fleksibel måte å jobbe på.

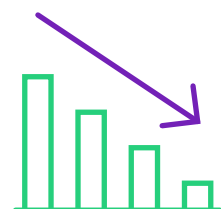
Cybersikkerhet er desto viktigere når det meste er digitalt, og vi ser at stadig flere selskaper blir mål for cyberangrep. Hver e-post, hver link og hvert dokument kan skjule et angrep – så det er avgjørende med bevisstgjøring, gode rutiner og opplæring."



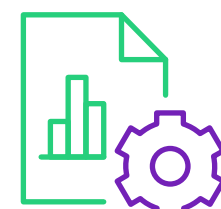
Rune Norbakk

Adm. direktør, Azets Norge

Oppsummering av resultatene | Hovedpunkter



Den økonomiske optimismen faller fra toppnivå siden sommeren 2021



Forretningsmodell, digitalisering og økonomi er de største mulighetene



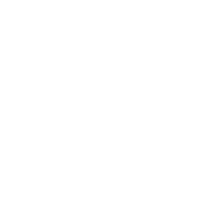
Kostnadsvekst er den største daglige bekymringen for små og mellomstore bedrifter



48 % av små og mellomstore bedrifter har ikke ESG-kompetanse



62 % av små og mellomstore bedrifter forventer at omsetningen vil øke i løpet av de neste 12 månedene



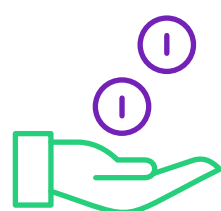
Covid-19 er fortsatt den største trusselen



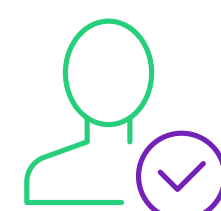
2/3 av SMB-er synes det er utfordrende å finne og rekruttere nye talenter med riktig kompetanse



71 % fokuserer IKKE på å redusere virksomhetens karbonavtrykk



Blant nordiske SMB-er er salg toppkompetansen som kreves for å oppnå vekst



Ansattes trivsel stiger til nest viktigste prioritet



61 % av SMB-er sier at digitalisering er viktig for fortsatt effektivitet i virksomheten



16 % av britiske SMB-er har opplevd et cyberangrep eller alvorlig datainnbrudd

Hovedfunn | Økonomiske utsikter

Optimismen knyttet til de økonomiske utsiktene har falt siden sommeren 2021

Når vi nå går inn i et tredje år av Covid og starten på en europeisk krig, har SMB-enes oppfattelse av økonomien klart fått en knekk, men de er likevel generelt håpefulle om at en oppgang vil komme.

I fjor sommer da flere land hadde lagt nedstengninger bak seg, nøt mange bedrifter fortsatt godt av offentlig støtte, og håpet var at det verste var over.

Denne våren er det tegn på at spredningen av den siste Covid-varianten er i ferd med å avta, men SMB-ene må fortsatt forholde seg til konsekvensene av pandemien i form av problemer i forsyningskjeden, kostnadsvekst, bemanningsproblemer med mer. I tillegg til dette er det fortsatt usikkerhet om det vil komme flere varianter.

Så mens 64 % av norske SMB-er var optimistiske til de økonomiske utsiktene i fjor sommer, er tallet nede i 57 % denne våren. 22 % forventer at det økonomiske klimaet forverres. Dette tilsvarer en positiv optimisme-indeks på +35 totalt, som er betydelig ned fra sommeren 2021, da vi registrerte en topp på +62.

Med mindre kontantstrøm og færre ansatte er mindre selskaper vanligvis mer sårbare for kriser enn større, og det er derfor ingen overraskelse at mikro- og småbedrifter også er mindre positive til utsiktene enn mellomstore bedrifter. Samlet sett er imidlertid små og mellomstore bedrifter i Norge mer optimistiske enn sine kolleger i Finland, Sverige og Storbritannia.

Det er store variasjoner i stemningen i ulike bransjer, der SMB-er innen finans, produksjon, bygg og anlegg er mest positive, mens mer forbrukerrettede bransjer, spesielt reiseliv, hotell, restaurant og transport er mindre positive.

"Vi har gått fra flere år med uforutsigbarhet knyttet til Covid til en ustabil politisk situasjon som setter hele verden under press. Optimismen som rådet ved forrige SMB-rapport, har nå gått over til mer usikkerhet og andre prioriteringer for SMB-er.

Det er et skarpt fokus på cybersikkerhet, ESG-klassifisering og kostnader. Ustabiliteten i markedet tvinger bedrifter til å prioritere annerledes enn for bare ett år siden.

Det ligger muligheter i digitalisering og nye forretningsmodeller. Vi ser også på konkurranse i markedet som en mulighet. Blant trusler ser vi Covid, konkurranse og økonomi.

Vi tror imidlertid de sterke vil slå de svake, slik at konkurranse blir en mulighet. Fokuser på egen forretningsmodell og utvikling, våg å utfordre, og bygg stein på stein.

SMB-barometeret viser at mange virksomheter ønsker å arbeide med på ESG og bærekraft i langt større grad enn tidligere. Men det viser også at over 80 % ikke fører klimaregnskap i dag.

Et stort potensial og en stor mulighet for Azets er å prioritere og støtte dette både i vårt eget selskap og for kundene våre. For det som kan måles, finnes det også tiltak – og vi har et ansvar overfor de som kommer etter oss. "



Runar Leite

Adm.dir. Azets Insight AS

Hovedfunn |

Økonomiske utsikter

Optimismen knyttet til de økonomiske utsiktene har falt siden sommeren 2021

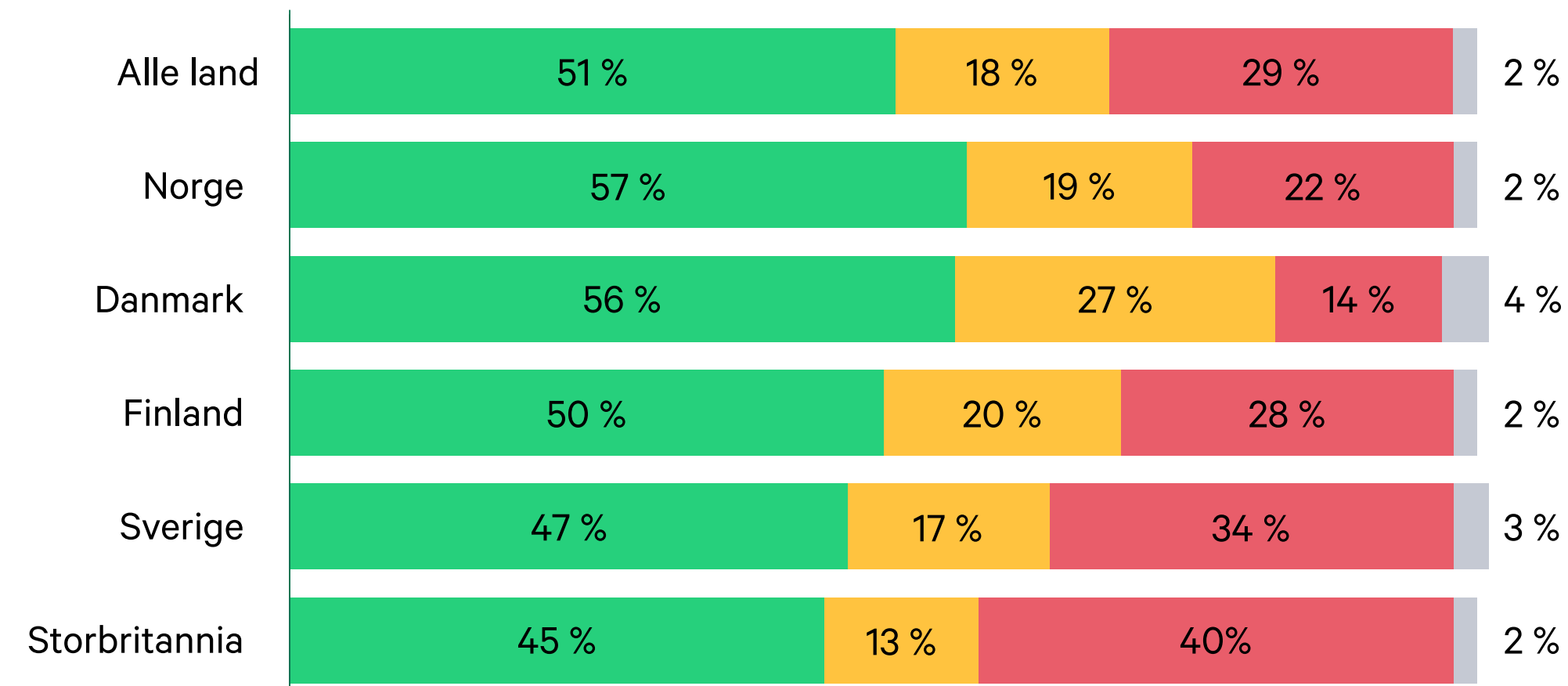
Vi spurte små og mellomstore bedrifter om hvordan de tror det økonomiske klimaet i landet vil endre seg de neste 12 månedene.

GRUNNLAG: n=1093 bedrifter på tvers av alle markeder

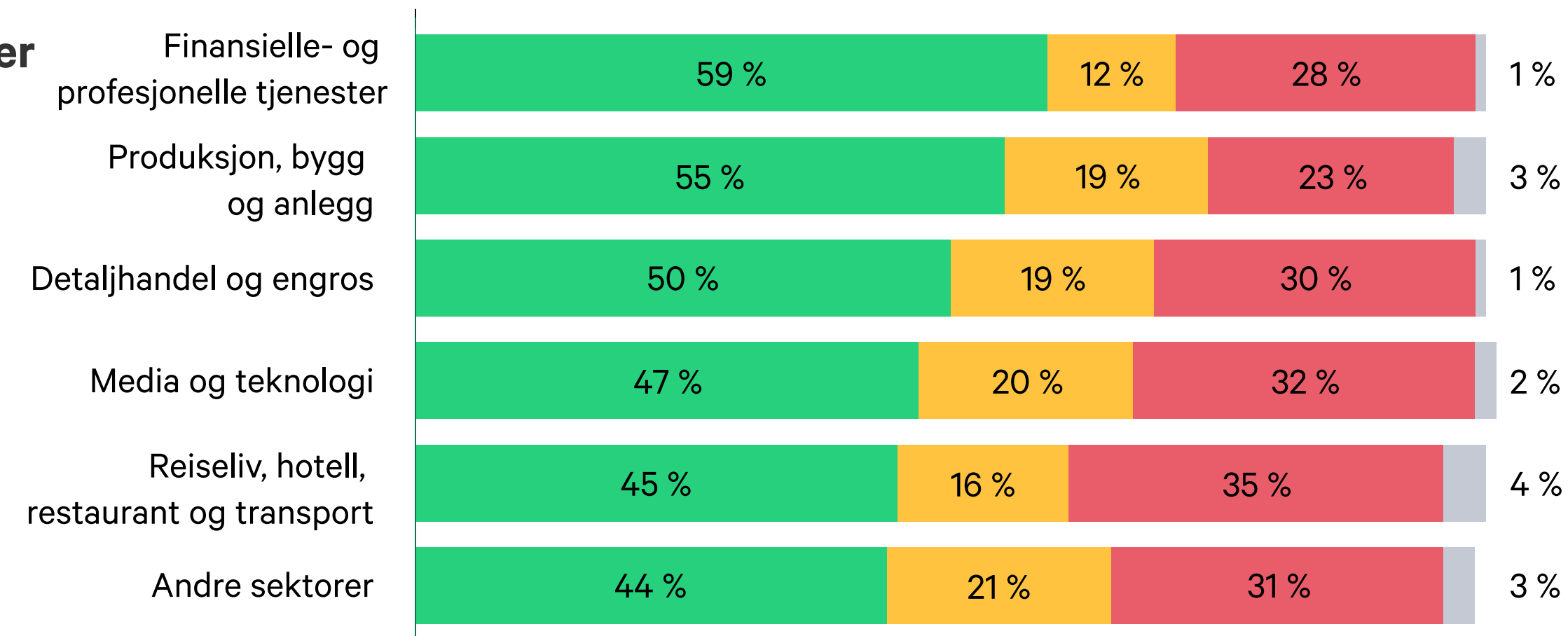
KILDE: Echo

Bedre Ingen endring/forblir som før Verre Vet ikke

Økonomiske utsikter etter land



Økonomiske utsikter etter sektor



Hovedfunn | Økonomiske utsikter

SMB-er er optimistiske til sine egne forretningsutsikter

Selv om forventningene til de økonomiske utsiktene er svakere, er SMB-ene i Norge og andre land nokså positive til vekstutsiktene for egen virksomhet.

To tredeler (67 %) av norske små og mellomstore bedrifter forventer at omsetningen deres vil øke i løpet av de neste 12 månedene, og 1 av 10 spår en vekst på over 20 %. For å oppnå veksten identifiserte norske SMB-er salg og markedsføring som kompetanseområdene som trenger mest forbedring.

Sammenlignet med i fjor sommer ser utsiktene for internasjonal handel litt lysere ut, etter hvert som trusselen om nedstengninger avtar og flere selskaper forventer å ansette flere.

På tvers av alle markeder er SMB-er innen teknologi de mest positive når det gjelder utsiktene til inntektsvekst, og 77 % forventer at den vil øke i løpet av de neste 12 månedene. SMB-er innenfor produksjons- og byggesektoren, er også optimistiske med tanke på økende fortjeneste (62 %) og økning i antall ansatte (59 %).

Samtidig er det ingen overraskelse at digitalisering er fremtredende på bedriftenes radar. Pandemien har akselerert digitaliseringen for mange bedrifter, store som små, etter hvert som fjernarbeid og digitalisert næringsvirksomhet har blitt normen. SMB-er erkjenner i økende grad at digitaliseringstrenden er kommet for å bli, og følgelig er de også i økende grad klar over at de trenger å håndtere cybersikkerhet.

Av alle land er det SMB-er i Norge som oppgir høyest sannsynlighet for å øke digitaliseringen og cybersikkerhetstiltakene i løpet av det kommende året.

Når det gjelder bærekraft og mangfold, har SMB-er nedprioritert dette i kampen for å overleve. Med klimakonferansen COP26 friskt i minne merker vi likevel en beskjeden økning i antall bedrifter som forventer å trappe opp sin innsats for bærekraft denne våren sammenlignet med i fjor sommer.



67 %

av norske små og mellomstore bedrifter forventer at omsetningen vil øke i løpet av de neste 12 månedene.

Salg

og markedsføring er de kompetanseområdene norske SMB-er sier trenger mest forbedring for videre vekst.

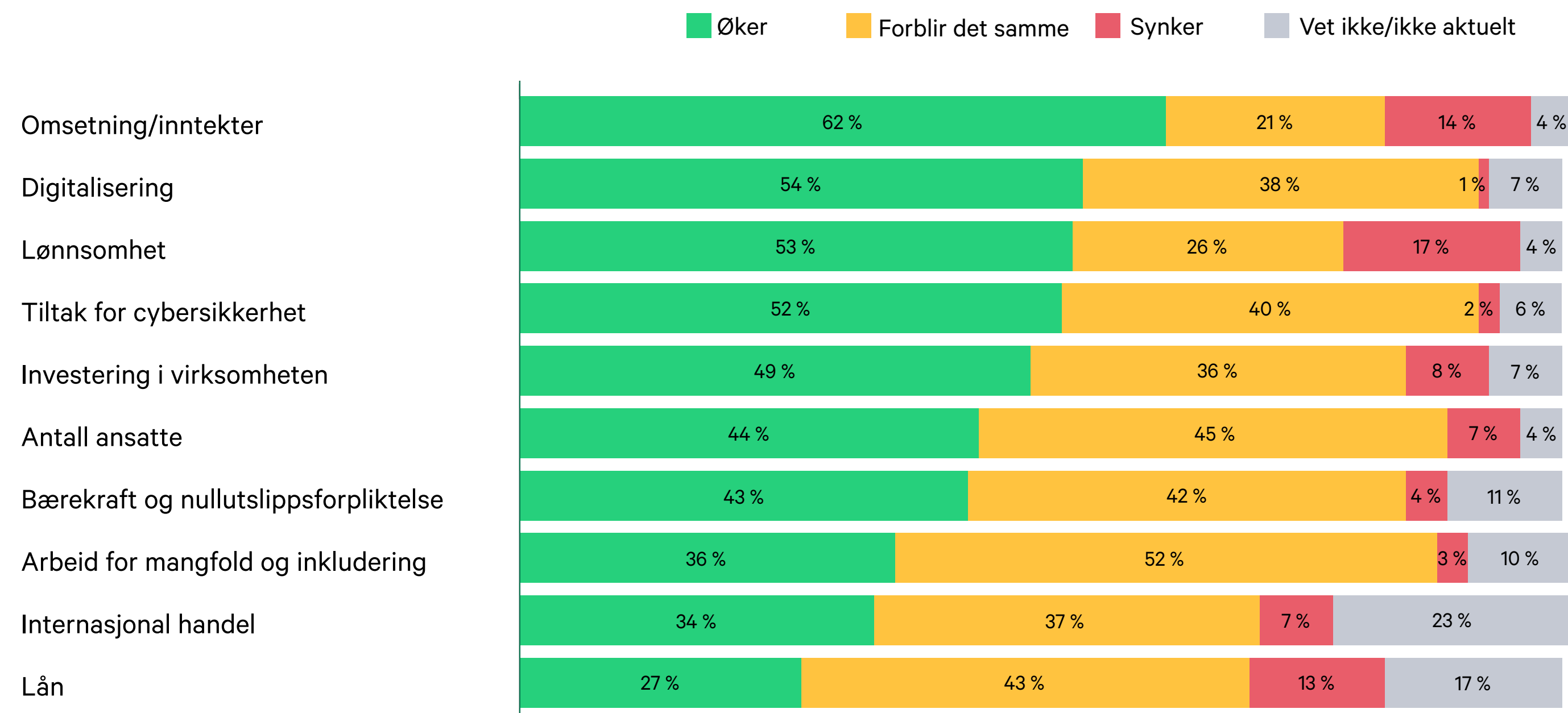
Hovedfunn | Økonomiske utsikter

SMB-er er optimistiske til egne
forretningsutsikter

For din bedrift spesifikt:
Forventer du at det følgende
vil øke, falle eller forbli på
samme nivå de neste 12
månedene?

GRUNNLAG: n=1093 bedrifter på tvers av alle
markeder

KILDE: Echo



"Bedriftens økonomiske situasjon er fortsatt førsteprioritet for SMB-er. De jobber hardt for å holde virksomheten sin på rett spor med vekstplaner og nødvendige tilpasninger. God selskapsledelse støttet av solide revisjonsberetninger kan bidra til å vise at selskapet har en sunn økonomisk utvikling og støtte vekstmuligheter, og har aldri vært viktigere i lys av de globalt usikre økonomiske utsiktene.

Ny teknologi og nye dataanalyser hos revisor gir bedrifter dypere innsikt og og mulighet for prosessforbedring, som gjør at ledelsen kan fokusere mer på prognoser for fremtidige resultater og dermed sunn økonomisk utvikling."



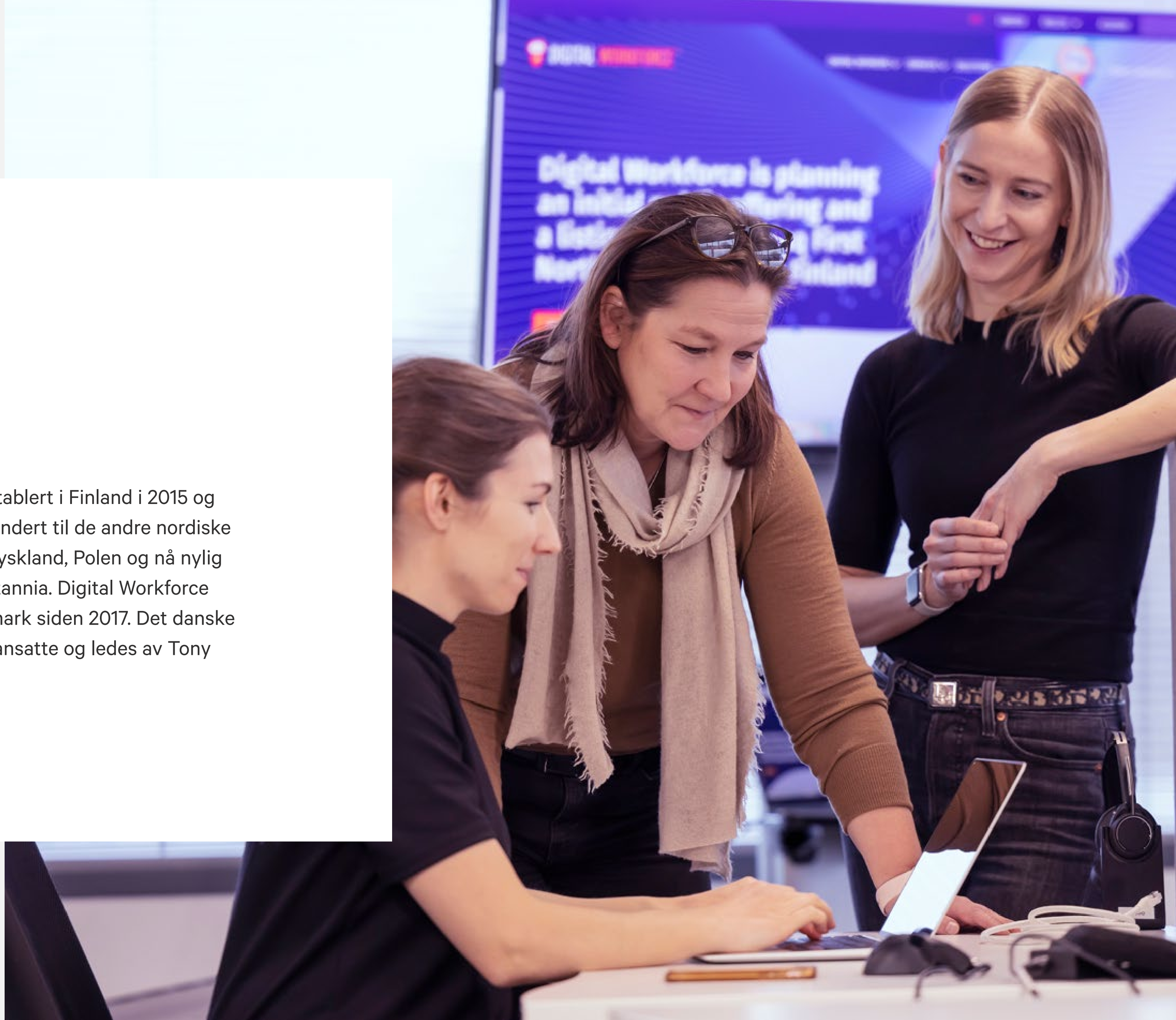
Lindsey Tyler
Revisjonssjef, Azets
Storbritannia



Om selskapet

Digital Workforce er en ledende leverandør av intelligent prosessautomatisering (IPA) for private virksomheter og offentlig sektor. Ved hjelp av roboter digitaliserer og automatiserer Digital Workforce kundenes arbeidsflyt, som sparer tid og oppnår høyere effektivitet og nøyaktighet i berørte funksjoner.

Selskapet ble etablert i Finland i 2015 og har siden ekspandert til de andre nordiske landene samt Tyskland, Polen og nå nylig USA og Storbritannia. Digital Workforce har vært i Danmark siden 2017. Det danske kontoret har ti ansatte og ledes av Tony Minana.



COVID-19 har satt fart på digitaliseringen i danske selskaper, men reisen er langt fra over

Den ledende leverandøren av IPA (intelligent prosessautomatisering) har lagt merke til hvordan pandemien har åpnet selskapers øyne for mulighetene i digitale automatiserte løsninger.

Digital Workforce opplever god vekst, og i SMB-barometeret peker sjef for Digital Workforce i Danmark, Tony Minana, på to avgjørende muligheter for selskapets fortsatte utvikling:

"Selvfølgelig digitalisering, som er vår kjernetjeneste. Det er det vi driver med! Og i tillegg COVID-19, som har økt mange bedrifters behov for digitale løsninger kraftig og ikke minst endret deres holdning til disse mulighetene."

Kampen om talenter blir stadig tøffere

Blant viktige trusler fremhever den danske sjefen konkurransen om menneskene. I likhet med mange andre danske selskaper opplever Tony Minana at det å tiltrekke og beholde ansatte er den store utfordringen i dag. En av de største prioriteringene hos Digital Workforce er derfor at de ansatte skal trives og bli værende.

"Som bedrift kommer man ingen vei uten en solid kjernegruppe av ansatte, og derfor er det viktig for oss å sikre høy trivsel hos de ansatte. Dette gjør vi blant annet gjennom muligheten for fleksibel arbeidstid og fleksibelt arbeidssted, og vi har et veldig åpent læringsmiljø med gode muligheter

for videre utvikling og utdanning."

Visjoner og ambisjoner er veien til vekst

Digital Workforce har de siste årene sett en økende erkjennelse av at en strategisk tilnærming til digitalisering og automatisering ofte fører til forretningsvekst, større robusthet og økt konkurranseevne.

"Danske bedrifter er på vei, men jeg skulle gjerne sett et enda høyere ambisjonsnivå når det gjelder å tenke nytt om tradisjonell arbeidsflyt og metoder. Vi trenger ambisjoner og visjoner for å skape vekst og gjøre danske SMB-er enda mer konkurransedyktige – også på internasjonalt nivå."

"Vi trenger ambisjoner og visjoner for å skape vekst og gjøre danske SMB-er enda mer konkurransedyktige – også på internasjonalt nivå."



Tony Minana

Sjef for Digital Workforce, Danmark

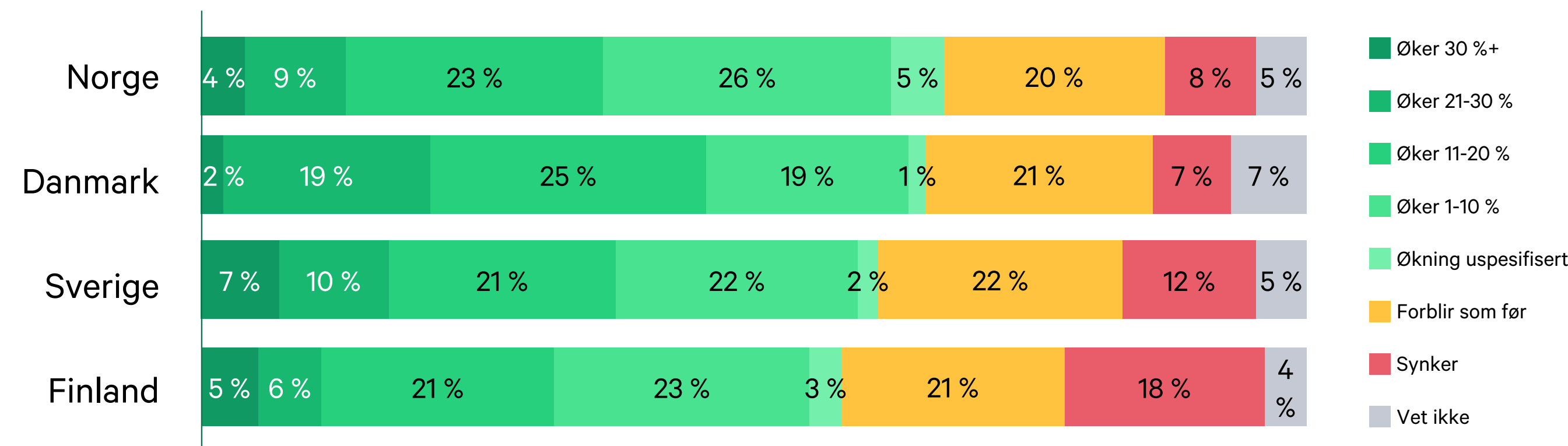
Hovedfunn | Økonomiske utsikter

SMB-er er optimistiske til sine egne
forretningsutsikter

Hvor mange prosent vekst i
omsetning/inntekt forventer
dere at virksomheten vil
oppnå i løpet av de neste 12
månedene?

GRUNNLAG: n=760 nordiske bedrifter

KILDE: Echo



"Det har aldri vært så mange skatteinsentiver, strukturer og lettelser tilgjengelig for britiske virksomheter, enten de skal investere i innovasjon eller videre produktutvikling, noe som er avgjørende for å øke langsiktig vekst og produktivitet.

Manglende utnyttelse av støtteordninger så langt skyldes sannsynligvis økonomisk usikkerhet, noe som gjør at bedriftseiere er tilbakeholdne med å bruke penger for raskt. Jeg vil imidlertid oppfordre SMB-er til å igjen se på evnen til å investere nå og bruke insentivene som er tilgjengelige for dem, mens de fortsatt kan."



Praveen Gupta
Skattesjef, Azets
Storbritannia

Hovedfunn | Muligheter og trusler

Små og mellomstore bedrifters motstandsdyktighet er åpenbar til tross for at Covid-krisen er deres største trussel

SMB-ene er fortsatt sikre på at deres forretningsmodell gir størst muligheter, selv med den vedvarende trusselen fra pandemien.

Ingen er i tvil om at Covid-krisen har vært spesielt tøff for små og mellomstore bedrifter – ikke bare fordi de ofte finnes i de verst rammede sektorene som turisme, detaljhandel og transport, men også fordi de har lavere buffer, inkludert tilgang til likvide midler, enn større virksomheter.

Covid-19 er fortsatt den største trusselen for små og mellomstore bedrifter, da reisebegrensninger påvirker bedrifter innen fysisk næringsvirksomhet og ansattes tilstedeværelse. Andre årsaker er forsynings- og logistikkutfordringer, innvirkningen på ansattes moral og produktivitet ved fjernarbeid, kontantstrømproblemer og generell

uforutsigbarhet. Likevel har små og mellomstore bedrifter stort sett en sterk tro på sin forretningsmodell som sin største mulighet til tross for disse eksterne faktorene.

Selv om mindre bedrifter kan være mer sårbare i mange henseender, erkjenner de at deres fleksibilitet og smidighet, kombinert med det å være nær kundene, er avgjørende for å bygge en robust virksomhet mot denne og fremtidige kriser.

Digitalisering rangerer som den nest største muligheten for små og mellomstore bedrifter, spesielt for bedriftene i Norge og Norden.



Vi har tro på planene våre.

- SMB i Norge



Forretningsmodellen vår er hjørnesteinen i virksomheten og av stor betydning når det gjelder konkurranse.

- SMB i Sverige



Virksomheten vår er svært smidig og fleksibel, noe som betyr at vi kan være lydhøre overfor kundene våre.

- SMB I STORBRITANNIA



Etter hvert som koronapandemien varer lenger, vil nye prosjekter bli utsatt enda lenger.

- SMB i Norge



Forretningsmodellen vår er sterk, tilpasningsdyktig og gir oss mange muligheter.

- SMB i Sverige




Hovedfunn | Muligheter og trusler

Små og mellomstore bedrifers motstandsdyktighet er åpenbar til tross for at Covid-krisen er deres største trussel











Vi ba SMB-ene om å rangere de tre største mulighetene og truslene som bedriften deres står overfor de neste 12 månedene.

GRUNNLAG: n=1093 bedrifter på tvers av alle markeder
KILDE: Echo

Største mulighet

	Samlet	 Storbritannia	 Danmark	 Finland	 Norge	 Sverige
1	 Forretningsmodell	 Forretningsmodell	 Forretningsmodell	 Forretningsmodell	 Forretningsmodell	 Forretningsmodell
2	 Digitalisering	 Økonomien	 Internasjonal handel	 Digitalisering	 Digitalisering	 Digitalisering
3	 Økonomien	 Digitalisering	 Økonomien	 Internasjonal handel	 Competition	 Økonomien = Internasjonal handel

Største trussel

	Samlet	 Storbritannia	 Danmark	 Finland	 Norge	 Sverige
1	 Covid-19	 Covid-19	 Covid-19	 Covid-19	 Covid-19	 Covid-19
2	 Økonomien	 Økonomien	 Økonomien	 Konkurransen	 Konkurransen	 Konkurransen
3	 Konkurransen	 Brexit	 Konkurransen	 Økonomien	 Økonomien	 Økonomien

Pandemien skapte nye muligheter

Tilbyderen av betjente leiligheter fant nye kunder under pandemien

Forenom er leverandør av betjente leiligheter spesielt til internasjonale bedriftskunder. Leilighetshotellkjeden har 60 ansatte i Sverige. Pandemien har vært hard for selskapet.

- Vår største trussel og vår umiddelbare utfordring er selvfølgelig nedgangen i internasjonale reiser på grunn av pandemien. Vi er avhengige av at internasjonale selskaper sender ansatte på jobb i Sverige, sier Henrik Thomasson, administrerende direktør i Forenom i Sverige.

Selv om 2022 har vært preget av pandemien, tror Thomasson fortsatt på en økonomisk bedring sammenlignet med 2021. Spesielt når det gjelder vekst og ekspansjon utenfor de store byene.

- Selv om vi er rammet av pandemien, har vi tilpasset oss situasjonen og klart å finne nye målgrupper. Mens internasjonale teknologiselskaper har sendt færre ansatte på forretningsreiser til Sverige, har vi rettet oppmerksomheten mot store bygg- og infrastrukturprosjekter, som stålverk og internasjonale fabrikketableringer.

Bedrifter som er involvert i disse prosjektene, trenger midlertidige boliger for sine ansatte, så vi etablerer oss i nye byer der det finnes et behov for tjenestene våre, sier Thomasson.

Bærekraft og miljø er prioriterte områder for bedriften.

- Det er veldig viktig å ha fokus på bærekraft og miljø – både fra et økonomisk perspektiv og fordi våre kunder og ansatte etterspør det. Vi prioriterer fire mål innenfor Agenda 2030: unngå unødvendig nybygging, maksimere bruken av boligkapasitet, sikre bærekraftige anskaffelser og optimalisere vann- og energiforbruket vårt. For eksempel utvider vi eiendommenes levetid. Vi gjenbraker gamle eiendommer og utnytter potensialet deres i 10 år til, i stedet for å rive dem, sier Thomasson.

FORENOM

"Vi etablerer oss i nye byer der det er behov for tjenestene våre."



Henrik Thomasson
CEO i Forenom



VIHERKASTE®

Bærekraftig drift og effektiv kontaktstyring gir resultater

Bærekraftig drift og effektiv kontantstyring gir resultater

Viherkaste Oy er et hagebruksselskap som har som mål å produsere sunne salater og urter på en bærekraftig måte for grossistmarkedet.

Administrerende direktør i Viherkastes, Erkki Nylund, forteller at en bærekraftig driftsmodell har vært deres hovedmål siden selskapet ble etablert.

De bruker en hydroponisk dyrkingsteknikk som sparer vann og ikke baserer seg på bruk av plantevernmidler. Viherkaste utnytter ressursene effektivt. For eksempel resirkuleres næringsløsningen til plantene.

Bærekraft gir resultater: Viherkaste vokser til tross for endringer i miljøet. I begynnelsen av pandemien så Viherkaste en oppgang, etter hvert som folk ble mer opptatt av å lage mat av høy kvalitet hjemme. Resultatet for 2021 ser også positivt ut. "Vi utvikler driften vår kontinuerlig og etterstreber effektiv ressursbruk", sier Nylund.

Viherkaste har for eksempel digitalisert driften så mye som mulig. Klimaet og vanningen i drivhusene styres automatisk. Digitaliseringen omfatter også virksomhetens økonomistyring, der systemer for økonomistyring og produksjonskontrollr benyttes.

Pandemien og ustabil verdenspolitikken har utfordret bransjen. Energi-, gjødsel- og fraktprisene har for eksempel steget kraftig.

Den største utgiftsposten er elektrisitet, og prisen har steget med noen titalls prosent. Viherkaste har klart å håndtere de økte kostnadene. Nøkkelen til Viherkastes suksess er proaktiv tilnærming, bærekraftig drift og effektiv kontantstyring. "Vi må se fremover og forutse potensielle trusler.

Når kostnadene øker, må vi forsøke å øke prisene, slik at vi får en tryggere grunn", sier Nylund.

Nylund er bekymret for at enkelte små og mellomstore bedrifter vil havne bakpå i forhold til sine større konkurrenter når det gjelder priser.

Han sender en oppfordring til andre SMB-er: "Selv et lite selskap må stå på sitt når det gjelder prissetting. Dere må sende kostnadsøkningen videre i kjeden og tørre å øke prisene." Han legger til: "Man må vite hvordan man bruker en kalkulator, for å holde virksomheten lønnsom."

"Vi utvikler driften vår kontinuerlig og etterstreber effektiv ressursbruk."



Erkki Nylund
CEO i Viherkaste

Hovedfunn | Prioriteringer

Ansattes trivsel er en økende prioritet for små og mellomstore bedrifter

En god økonomisk stilling er grunnleggende selv i gode tider og er fortsatt førsteprioritet for små og mellomstore bedrifter over hele linjen, akkurat som det var i fjor sommer.

Mer påfallende er at ansattes trivsel har steget til å være bedriftenes nest høyeste prioritet totalt sett, opp fra tredjeplassen i fjor sommer. Innovasjon er på nivå med ansattes trivsel som en topprioritet for norske SMB-er.

Over halvparten av små og mellomstore bedrifter sier at de har innført fjern- eller hybridarbeid, og en bekymring er virkningen dette har på de ansatte. "Fjernarbeidet og den konstante usikkerheten tærer på motivasjonen", sier en SMB i Norge. Ansattes trivsel er også høyere prioritert med tanke på konkurransen om talentene. SMB-er rangerer rekruttering av talenter blant sine topp fem prioriteringer.

Som nok en bekreftelse på SMB-ers fleksibilitet og tilpasningsevne, sier litt over halvparten av våre intervjuobjekter at de har introdusert et produkt, en tjeneste eller en markedsendring som følge av pandemien, og 31 % av norske SMB-er har tilpasset forretningsmodellen sin.

Med et par år med forstyrrelser rundt drift som påvirker bedriftenes økonomi, fortsatt uforutsigbarhet og redusert tilgang på banklån er ikke dette nødvendigvis den beste tiden å selge en liten bedrift på. Og det ser ut til å stemme, da over en tredel av små og mellomstore bedrifter og 46 % i Norge indikerer at de har utsatt planer om å selge eller pensjonere seg.

På den andre siden er det 3 av 10 totalt, og 35 % i Norge, som trer ut ved å fremskynde planer om å selge eller gå av med pensjon.



Kostnadene går opp hele tiden og kan ikke sendes videre gjennom prisøkninger. Så det eneste fornuftige er å legge ned.

- SMB i Finland

"Pandemien kom med flere nye og betydelige utfordringer for små og mellomstore bedrifter. En av de største vi så var på arbeidsmarkedet, som stoppet helt opp. Ansatte ventet med å bytte jobb, mens mange arbeidsgivere startet oppsigelsesprosesser og var ikke i ansettelsesmodus.

Mekanismene i et åpent arbeidsmarked fungerte ikke, og pandemien skapte en flaskehals. Fra det øyeblikket pandemien tok tak, skjedde det et skifte fra en historisk lav etterspørsel etter arbeidskraft til et eksplosivt marked der både flaskehalsen og korken ble blåst av, og alle var i en desperat situasjon med behov for å rekruttere. 32 % av alle arbeidsgivere er nå innstilt på flere ansettelser (Q1 2022 MEOS), men det finnes ikke nok kvalifiserte ansatte.

"Du ansettes på grunnlag av kvalifikasjoner og sparkes på grunnlag av personlighet. Eller så liker du de gode betingelsene, men slutter på bakgrunn av det kollegiale miljøet." Det er nok lurt å tenke nytt om ansettelser og inkludere personlighet i det klassiske kvalifikasjonskravet. Du vil ikke bare ha en ansatt – du vil ha en god kollega.

Et annet spørsmål vi bør stille oss, er hvorfor vi driver parallelle skift i kompetanse ved å søke etter ansatte med identisk erfaring fra lignende jobber – hvorfor skal de endre seg? Pensjonsalderen øker, og arbeidsstyrken blir eldre i gjennomsnitt – er vi flinke til å tenke på dette som en ressurs? Her ligger et stort fremtidig potensial."



Pål Zubi

Adm. direktør, Azets People

Hovedfunn | Prioriteringer

Økonomien kommer først i usikre tider

Vi spurte små og mellomstore bedrifter om deres topprioriteringer for bedriften de neste 12 månedene.

GRUNNLAG: n=1093 bedrifter på tvers av alle markeder

KILDE: Echo

Topprioriteringer

1. Økonomi
2. Trivsel blant ansatte
3. Innovasjon/produktutvikling
4. Tilpasse forretningsmodellen
5. Talentrekruttering

Hovedfunn | Prioriteringer

Pandemien har fått over en tredel av norske SMB-er til å utsette salgsplaner

Vi spurte små og mellomstore bedrifter hvordan virksomheten deres har tilpasset/endret seg som følge av Covid-19-pandemien.

GRUNNLAG: n=1093 bedrifter på tvers av alle markeder

KILDE: Echo

Tilpasning etter Covid

Hybrid / remote working introduced

Market, product or service change

Business model changes

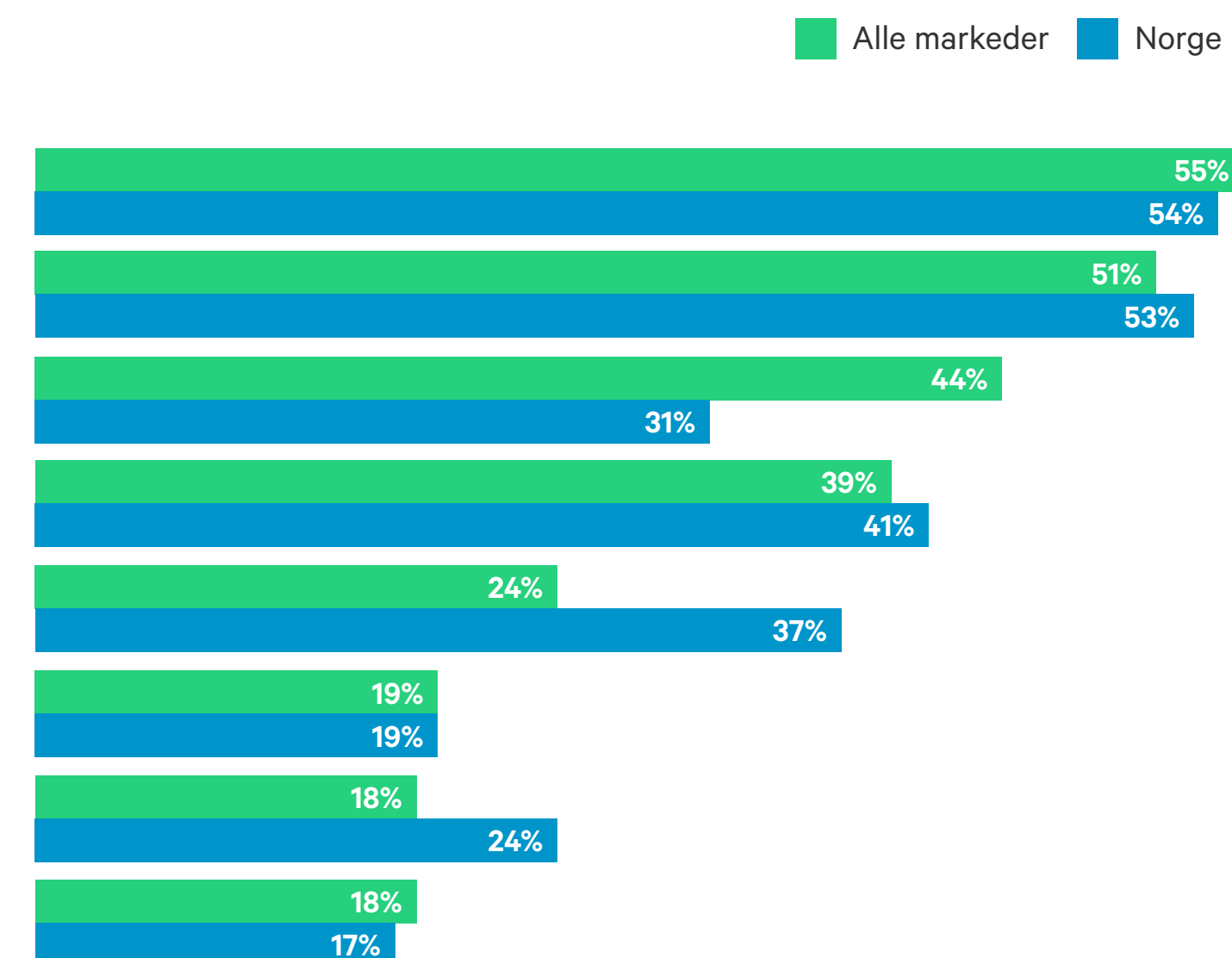
Supply chain changes

Plan to sell pushed back

Plan to retire pushed back

Plan to sell brought forward

Plan to retire brought forward



"SMB-barometeret viser at en av de største bekymringene for små og mellomstore bedrifter er rekruttering og kompetanse.

Derfor er det ingen overraskelse at vi finner ansattes trivsel blant de øverste prioriteringene. På tvers av bransjer sliter bedriftene med å tiltrekke seg kompetente medarbeidere, og viktigheten av at de ansatte trives og blir værende, har blitt tydelig.

Uansett hvor stort markedspotensial man står overfor, vil veksten utebli – eller være langt fra nå sitt fulle potensial – dersom man ikke har en kjerne av lojale medarbeidere som trives og motiveres av å omsette strategi til praksis og dermed skape verdier for virksomheten.

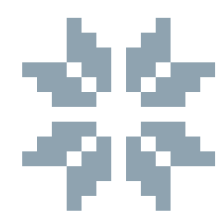
Samtidig regnes digitalisering som en av de viktigste mulighetene, og når ressursituasjonen er usikker, er

det ingen tvil om at dette spiller inn. Alt annet likt vil selskaper som har klart å digitalisere prosessene sine, være mindre sårbare enn konkurrenter som fortsatt baserer seg på manuell arbeidsflyt.



June Mejlgaard Jensen

Adm. direktør Azets Insight i Sverige og Danmark



VOKSENÅSEN

Case-studie Voksenåsen AS

Voksenåsen Kultur og Konferansehotell har gitt håp og knyttet naboene til seg under pandemien.

Case-studie – Voksenåsen Kultur og Konferansehotell

Voksenåsen har gitt håp og knyttet naboene til seg under pandemien.

Covid-19 skapte komplikasjoner for Voksenåsen som til daglig driver innen både besøks- og kulturnæring. Men, de bestemte seg for å tenke nytt, restrukturere virksomheten og satse på nye jaktmarker som vinterdestinasjon og samlingssted for lokalmiljøet.

Å drifte både hotell og kultursenter, ble ganske krevende da Covid-19 annonserte sin ankomst i midten av mars 2020. ”Vi bestemte oss tidlig for å holde hodet kaldt under hele krisen”, sier direktør Maria Carolina af Klinteberg Herresthal. Ansatte og ledelse tilpasset seg, og tilnærmet seg den nye situasjonen forsiktig med nye tiltak. Kultursenterets hovedmål har alltid vært å fremme kommunikasjon og kulturelt samarbeid mellom Sverige og Norge. Nå var tiden kommet for å la kulturen bringe frem noe ekstra godt og sosialt.

Voksenåsen ligger like ved Holmenkollen i Oslo, 501 meter over havet på en vakker naturtomt med panoramautsikt. De så potensialet i lokalmiljøet og valgte å satse på et nytt konsept. Ved å holde seg lokalt tiltrakk de seg naboene. Kultursenterets tilbud flyttet over til digitale plattformer og nådde med det et nytt og bredere publikum. Initiativet var nytt og spennende, og ble en nyttig erfaring med restriksjoner som måtte følges. –Å satse på å bli en vinterdestinasjon var et konkret resultat av pandemien, fortsetter direktøren.

Med Nordmarka som nabo og Tryvann Skisenter lett tilgjengelig, hadde hotellet et unikt utgangspunkt for vinteraktiviteter og den friske vinterfølelsen utendørs. Gjennom aktiviteter som langrenn, slalom, og aking, brakte de naboene og andre sammen. ”Naboene våre kunne bestille

deilig take-away pizza fra hotellet, noe som har vært en suksess”, understreker af Klinteberg Herresthal.

I samarbeid med Vy Buss, la Voksenåsen grunnlaget for en grønnere reisemåte til Voksenåsen, selv fra Gøteborg og København.

Hotellet tenker miljø i flere retninger. Et pågående miljøprosjekt består i å erstatte elektrisk oppvarming med vannbåren. Fra 27 geobrønner rundt om på tomten hentes nødvendig varme på kalde dager og tilstrekkelig med kjøling på varme sommerdager. – Alle er velkomne til Voksenåsen! Vi har kanskje Oslos flotteste utsikt og store vinduer som slipper lyset inn i bygningene, terrasser og utearealer, avslutter af Klinteberg Herresthal.

Voksenåsen er nå delvis tilbake i normal drift, med nye erfaringer vet de hvordan de kan snu seg og iverksette nye tiltak. Pandemien har lært dem å se nye muligheter. Ansatte har blitt mer fleksible og kreative. Planen er å fortsette arbeidet med lokale aktiviteter, spesielt rettet mot ungdom og vinterturisme høyt over Oslo, på en av byens vakreste utsiktstomter.



Maria Carolina af Klinteberg Herresthal

Adm. direktør Voksenåsen Kultur og Konferansehotell

Hovedfunn | Driftsutfordringer

Kostnadsvekst og kompetansemangel er hovedproblemene

Med energipriskrisen denne vinteren på toppen av råvaremangel er det ikke overraskende at kostnadsvekst er den største bekymringen for små og mellomstore bedrifter. Rekrutteringen følger hakk i hæl som nummer to.

SMB-ene er i skvis mellom økende kostnader og begrenset evne til selv å øke prisene på grunn av forbrukernes og kundenes reduserte kjøpekraft. Noen klager også over de økende kostnadene ved byråkrati. Forsinket betaling fra kunder – en daglig bekymring for en femtedel av norske SMB-er – forverrer problemet, og det samme gjør skattebetalinger som nå forfaller.

Rekruttering av talenter er den andre hovedbekymringen, noe som bekrefter at SMB-er ikke er unntatt fra det store skiftet i arbeidsstyrkens vaner og forventninger – på engelsk ofte kalt "The Great Resignation" – som har blitt observert blant større bedrifter i USA og Europa.

Å finne de riktige personene med riktig kompetanse er et vanlig problem ved inngangen til 2022, og en utfordring som virksomhetene forstår har ringvirkninger ut over forsinkede

leveranser. Som en norsk SMB sier det ganske enkelt: "Uten de riktige medarbeiderne lider virksomheten."

Alle disse utfordringene øker bare det vedvarende problemet med tidkrevende administrativt arbeid, en daglig utfordring rapportert av en fjerdedel av norske SMB-er.



Kostnadsvekst er kanskje den verste og mest uforutsigbare faktoren for virksomheten vår i 2022.

- SMB i Danmark

64 %

av SMB-er synes det er utfordrende å finne og rekruttere nye talenter med den riktige kompetansen



Det har blitt vanskeligere å rekruttere riktig kompetanse.

- SMB i Norge

Hovedfunn | Driftsutfordringer

Kostnadsvekst og kompetansemangel er hovedproblemene

Vi spurte små og mellomstore bedrifter om hvilke områder de bekymrer seg mest for i det daglige.

GRUNNLAG: n=1093 bedrifter på tvers av alle markeder

KILDE: Echo

Driftsutfordringer

Kostnadsvekst

Rekruttering og kompetanse

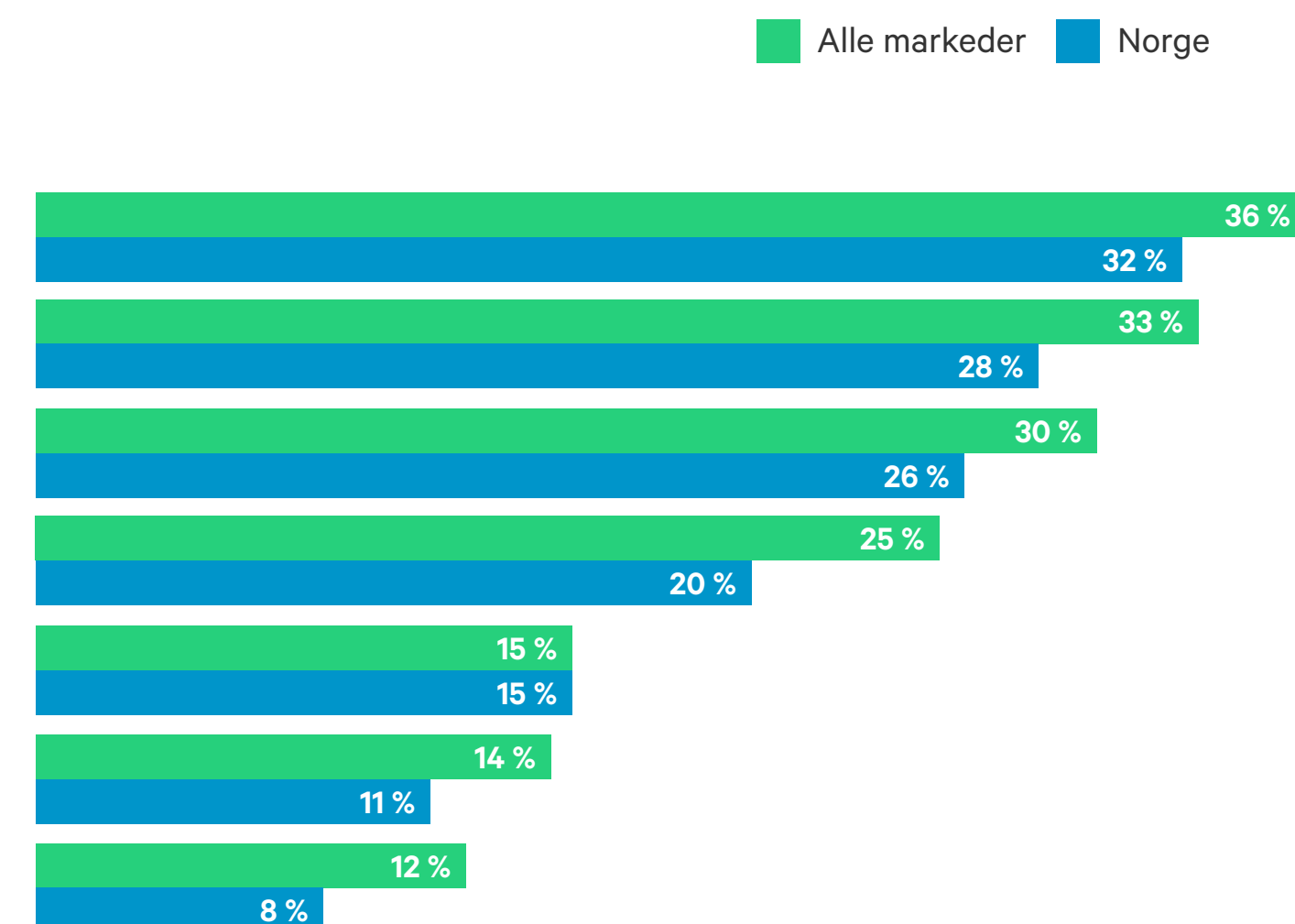
For tidkrevende administrativt arbeid

Sen betaling fra kunder/kontantstrøm

Bruk av gammel teknologi

Renteøkning

Forsikringskostnader



"I lys av omstendighetene er det ikke overraskende at sunn økonomi fortsatt er førsteprioritet for SMB-er, uavhengig av land.

Bedriftene står overfor flere utfordringer samtidig: usikkerhet knyttet til etterspørselen etter produkter og tjenester, høy inflasjon og høye energipriser, konkurranse om kvalifisert arbeidskraft samt press for å investere ytterligere i digitalisering, noe som

legger ytterligere press på kontantstrøm, likviditet og fremtidige finansieringsmuligheter.

Kostnadsvekst og rekruttering er SMB-ers største daglige utfordringer.

Mange bedrifter klarer ikke nødvendigvis å sende de økte kostnadene videre, noe som fører til svekket lønnsomhet.

Samtidig gjør det overopphetedde arbeidsmarkedet at det blir vanskelig å rekruttere riktig kompetanse. Dette fører til potensielle leveringsproblemer, økte lønninger og rekrutteringskostnader."



Ulla Nikkanen
Adm. direktør Azets
Insight, Finland



OXIDANE

Case-studie – Oxidane Inc.

I skjæringspunktet mellom vann og høyteknologi finner du oss – klare for fremtiden.

Case-studie: Oxidane Inc.

I skjæringspunktet mellom vann og høyteknologi finner du oss – klare for fremtiden.

Etter å ha kjent hverandre i rundt 30 år og jobbet 15 år innen finans bestemte Steffen Pauschert og Even Ovnerud seg for å starte et investeringsselskap sammen.

På ett år med blomstrende virksomhet har de 10 millioner investerte kronene vokst til 110 millioner, og det er bare starten.

"Vi ville aldri ha klart dette uten gode rådgivere og forretningspartnere."

Vi ser etter eksepsjonelle gründere og erfarne problemløserere som kan løse utfordringen i deres virksomhet og påvirke verden positivt. For oss ligger den påvirkningen i skjæringspunktet mellom vann og høyteknologi.

Både Ovnerud og Pauschert har vokst opp ved kysten i Norge, og har en lidenskap for maritim sektor og sjømat. Vann dekker 71 prosent av jordens overflate, men det representerer 100 prosent av Oxidanes investeringer.

De to investorene ser etter de mest interessante vannrelaterte teknologiene, men alt de gjør, handler om mennesker. Å bygge sterke og langsiktige partnerskap er en viktig nøkkel til vekst.

Å finne det beste teamet **og** investere i å bygge disse teamene er avgjørende når det kommer til forretningsvirksomhet. Og, som mange sikkert er enig i – investering i oppstartsbedrifter handler ikke bare om kapital. Når vi investerer, bringer vi også kompetanse til bordet. Vi deler og integrerer våre kontakter og råd i teamene.

Det betyr at vi kan dele innspill om alt fra smarte og effektive verktøy til administrasjon av regnskap, HR, markedsføring og media. Rådene og den profesjonelle rekrutteringen fra Azets har tilført stor verdi for både Oxidane og selskapene i vår portefølje. Vi har jobbet med å bygge både suksess og kapital i flere tiår. Nå er målet å bidra til et positivt og bærekraftig blått

skifte, og for hvert nytt prosjekt evaluerer vi prosjektets sosiale og økologiske innvirkning. En stor del av dette er digitale verktøy og digitalisering.

Teknologi har blitt rammen for nesten alt, enten det er utslippsfrie energiløsninger for maritim sektor, eller fremtidens handelsplattformer for sjømat eller teknologi.

Eksemplene ovenfor er fra to av de siste selskapene Oxidane har investert i eller lansert: Inseanergy og Fished. Sammen med PureNorwayWater, Intoto og Ecotrawl føler Pauschert og Ovnerud seg trygge på fremtiden.

Vi er heldige. Ikke bare har vi grunnlagt og utviklet Oxidane midt i en pandemi, men vi har også likesinnede investorer og dedikerte partnere med oss på reisen.

"Vi ville aldri ha klart dette uten gode rådgivere og forretningspartnere."



Steffen Pauschert
CEO i Oxidane Inc.

Hovedfunn | Teknologi og cybersikkerhet

Cybersikkerhet og digitalisering er prioriterte teknologiinnovasjoner

Den raske digitaliseringen av salg, arbeid og læring utløst av pandemien har økt trusselen for cyberangrep for små bedrifter, noe de selv er klar over.

Cyberangrepene har blitt flere etter Covid, og SMB-er slipper ikke unna. 7 % av norske SMB-er rapporterer at de allerede har opplevd et cyberangrep.

Åtte av ti norske intervjuobjekter anser cybersikkerhet som en viktig teknologisk innovasjon for deres virksomhet fremover.

Digitalisering generelt er viktig for å ligge et hestehode foran konkurrentene. Erkjennelsen av dette øker - spesielt i Norge og Finland.

Mer enn halvparten av små og mellomstore bedrifter er enige i at teknologi for dataanalyse, sikkerhet i forsyningskjedene, fjernarbeid og ledelsesrapportering spiller en viktig rolle for virksomhetens resultater.



Digitalisering er en rimelig og effektiv måte å nå nye og eksisterende markeder på. I tillegg effektiviseres interne prosesser.

- SMB i Norge



Det gjør selskapet vårt til en pionér i vårt felt. Digitalisering har allerede hatt en betydelig innvirkning på vårt konkurransefortrinn.

- SMB i Finland

7 %

av norske SMB-er har opplevd et cyberangrep eller alvorlig datainnbrudd.



Et cyberangrep kan skade virksomheten fundamentalt, og det har skjedd hos konkurrenter.

- SMB I STORBRITANNIA

61 %

av norske SMB-er er enige i at dataanalyse er viktig for får å øke virksomhetens effektivitet.

Hovedfunn | Teknologi og cybersikkerhet

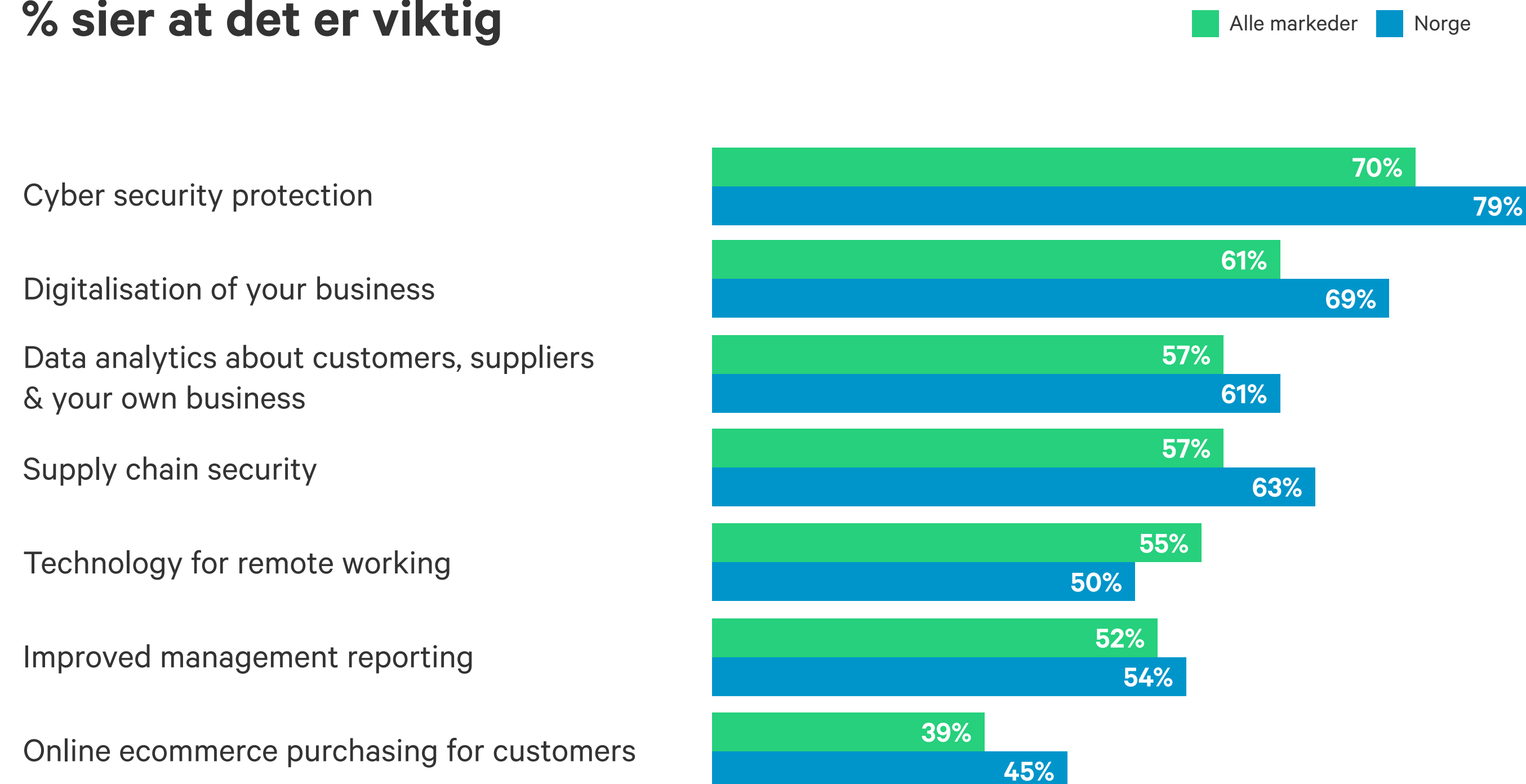
Cybersikkerhet og digitalisering er prioriterte teknologiinnovasjoner.

Vi spurte SMB-ene om hvor viktige følgende teknologiske innovasjoner er for å drive virksomhetens effektivitet fremover.

GRUNNLAG: n=1093 bedrifter på tvers av alle markeder

KILDE: Echo

% sier at det er viktig





Auga Technologies Ltd.

Prisbelønte Auga Technologies hjelper organisasjoner og mennesker med å endre hvordan de kommuniserer, utfører meningsmålinger og lærer.



Case-studie: Auga Technologies Ltd.

Prisbelønte Auga Technologies hjelper organisasjoner og mennesker med å endre hvordan de kommuniserer, utfører meningsmålinger og lærer, gjennom ledende teknologi og eksepsjonell service.

Med hovedkontor i Oakhanger, Hampshire og med kunder over hele verden har virksomheten 35 ansatte i Storbritannia og 26 ansatte i utviklingsvirksomheten i Finland, og tilbyr markedsledende løsninger innen kunde- og markedsundersøkelser.

Deres patenterte teknologi ble utviklet i Finland for smarttelefonalderen, basert på teorien om at møter og klasseundervisning kan forbedres vesentlig gjennom meningsmålinger, spørsmål og svar, og andre former for engasjement.

Konsernsjef Jon Fowler forteller: "Den største utfordringen akkurat nå er tilgang til dyktige mennesker i det som oppleves som jobbsøkers marked. Vi er basert i Storbritannia og jobber under et "flexible forever"-mantra. Vi trenger bare å finne dyktige mennesker som kan hjelpe oss med å oppfylle våre vekstambisjoner.

Vår nest største utfordring er å fremskynde tidspunktet for når vi når målene våre. For å klare

dette kreves selektiv finansiering, men riktig type finansiering. Vi er heldige som kan tilby produkter som er heldigitale, og som egner seg for fjern- og hybridarbeid. Selv om det var nedgang i deler av virksomheten vår, fungerte pandemien samlet sett som en stimulans for inntektsvekst.

Pandemien betydde at de fleste av våre kunders ansatte bokstavelig talt over natten måtte jobbe hjemmefra. En effekt av hybrid- og hjemmearbeid – uansett hvor "smidige" arbeidsmåtene har blitt – er at det er mye vanskeligere for bedrifter å bygge kultur og ansattengasjement på tradisjonell måte.

Vårt heldigitaliserte produkt for medarbeiderengasjement har gjort det mulig for mange hjemmearbeidende ansatte å dele sine synspunkter i sanntid og i et komfortabelt og trygt miljø - anonymt om nødvendig.

Vi har også gjort det mulig for mange kunder å spore og trekke ut sentrale data, for så å kunne ta bedre beslutninger. Dette har virkelig vært nøkkelen

for kundene våre, etter hvert som de fortsetter å bygge strategier for å beholde sine ansatte og bygge sterkere arbeidskulturer.

Jeg tror også at vi vil se markedet konsolidere seg i løpet av de neste par årene. Jeg vil gjerne se at veksten vår fortsetter organisk, men det vil også være komplementære oppkjøp som kan være av interesse.

Som mange ledere er vi også veldig oppmerksomme på miljøarbeidet vårt, og som en 100 % digital aktør er vi glade for at karbonfotavtrykket vårt er lavt. Vi har grunn til å tro at teknologien vår, nettmøter og digital rapportering også hjelper kundene våre med å redusere utslippene.

I år vil vi gjøre mer for å dokumentere våre ESG-policyer og -erklæringer, og det er bra at anbudsforespørsler i økende grad ber om slik informasjon, siden det utfordrer oss alle til å ha ESG som en topprioritet.

"På teknologi- og innovasjonsområdet må man tenke langsiktig. Ting tar lengre tid enn man tror, enten det er snakk om å bygge en skalerbar plattform eller utvikle og markedsføre produkter."



Jon Fowler
Konsernsjef, Auga Technologies Ltd.

Hovedfunn | Miljø, sosiale forhold og styring (ESG)

Norske SMB-er erkjenner at ESG er viktig, men er trege med tiltak

Bærekraft og ESG generelt er i søkelyset som aldri før, og seks av ti norske SMB-er er klar over innvirkningen det vil ha på virksomheten deres.

Nesten to tredeler av norske små og mellomstore bedrifter er enige i at de har en god forståelse av hva ESG betyr, og over halvparten mener de har kompetanse i virksomheten til å håndtere det.

Når det gjelder reduksjon av CO²-utslipp spesifikt, tar imidlertid 78 % av norske SMB-er foreløpig ikke grep, og 89 % måler ikke virksomhetens karbonavtrykk. Det er også mangel på tiltak for å forbedre mangfold og inkludering på arbeidsplassen, og å fremme kvinner til lederroller.

Hva er det som holder SMB-ene tilbake? For mange SMB-er som er bundet til et lokalt marked, fremstår ESG noen ganger som sunn fornuft. "Vi er et lite selskap med liten miljøpåvirkning. Forbruket holdes lavt, og sløsing med ressurser er noe vi ser på kontinuerlig", sier en SMB i Norge. For andre byr det på utfordringer når det gjelder kostnadene, kompetanse og ressurser

som kreves for å implementere det. Med det nåværende presset på SMB-er kan en grunnleggende utfordring ganske enkelt være "å finne tid til å jobbe med dette når det er mer presserende saker å håndtere." SMB i Storbritannia

Noen vil gjerne gjøre mer, men erkjenner at det er vanskelig å gjøre due diligence overfor leverandørene. Som en mikrobedrift er det "vanskelig å finne ut hvilke produkter som er mer miljøvennlige enn andre." SMB i Norge

Andre bemerker at akkreditering – for eksempel for utslippsreduksjonsmål som Science Based Targets – ofte er for komplekse for små bedrifter, noe som hindrer dem fra å kunne dokumentere innsatsen de gjør.

Nå som europeisk lovgivning for bærekraftige produkter er på vei, vil ESG bli et stadig viktigere tema, også for norske SMB-er.



64 %

av norske SMB-er har god forståelse for hva ESG betyr.

60 %

av norske SMB-er sier at ESG vil ha stor innvirkning på virksomheten deres de neste to årene.

56 %

av norske SMB-er sier at virksomheten har ferdighetene og kompetansen som kreves for å håndtere ESG.

Hovedfunn | Miljø, sosiale forhold og styring (ESG)

Norske SMB-er erkjenner at ESG er viktig, men er trege med tiltak

Vi spurte små og mellomstore bedrifter om hvilke av de følgende tiltakene de gjennomfører for øyeblikket, og hvilke de planlegger å gjennomføre i løpet av de neste to årene?

GRUNNLAG: n=1093 bedrifter på tvers av alle markeder

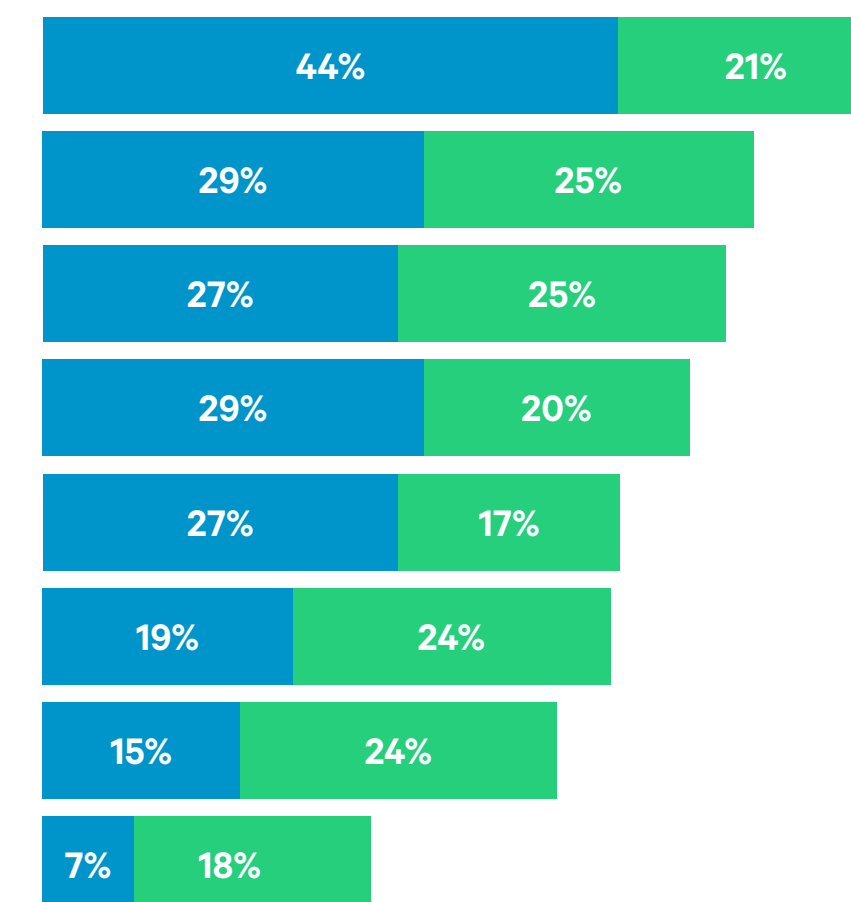
KILDE: Echo

Gjør i dag

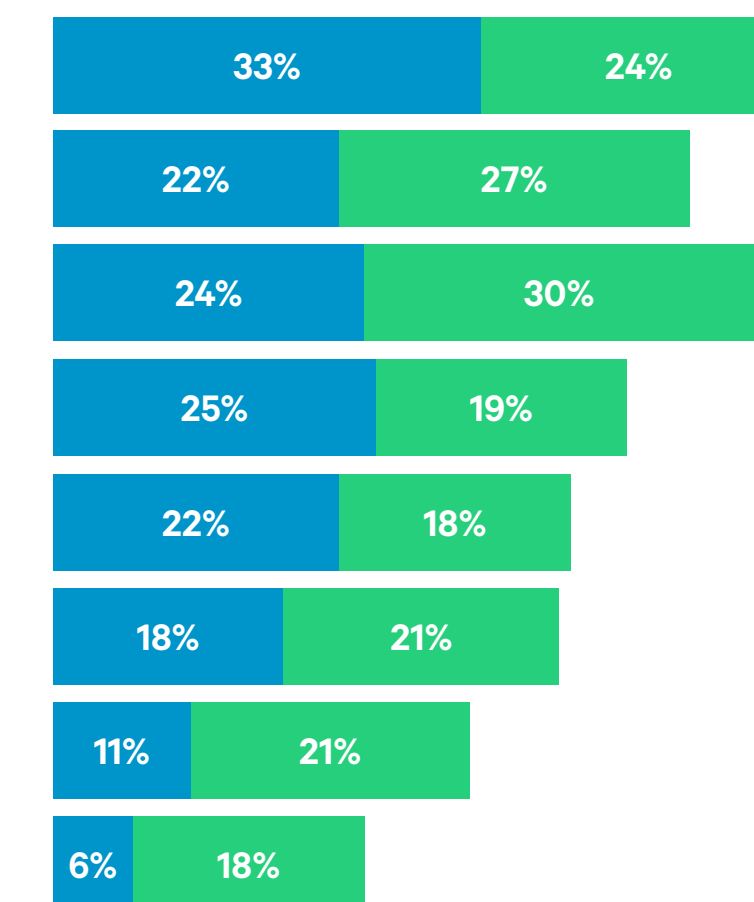
Planlegger å gjøre i løpet av de neste 2 år

- Acting ethically and environmentally responsibly
- Reducing the environmental impact / carbon footprint of your business
- Improving the positive impact of your business on society / in your local community
- Improving diversity and inclusion in your workplace
- Promoting females to senior leadership roles
- Auditing your supply chain for environmental impact and environmentally friendly products
- Measuring the carbon footprint of your business
- Publishing audited reports on ESG

All markets



Norway



"Smidighet og evnen til å tilpasse forretningsmodeller er fortsatt en nøkkelprioritet for SMB-er i år, ettersom de usikre fremtidsutsiktene forlenges av stigende priser, forstyrrelser i forsyningskjeder og potensialet for nye Covid-varianter og -utbrudd, kombinert med krig i Europa.

Det er nødvendig å kontrollere forretningsmodellen og å teste om den tåler ulike scenarier for å sikre at virksomheten er tilpasningsdyktig og forblir levedyktig når endringer skjer, gjøre virksomheten robust, fremme vekst og innovasjon og gjøre virksomheten mindre avhengig av reaktive beslutninger."



Fraser Campbell
Leder for regnskap og forretningsrådgivning, Azets, Storbritannia

Hovedfunn | Miljø, sosiale forhold og styring (ESG)

SMB-ene sliter med å finne tid og ressurser til å håndtere ESG

Vi spurte SMB-ene hva som er de største utfordringene for virksomheten med hensyn til ESG.

GRUNNLAG: n=397 bedrifter på tvers av alle markeder som ga et svar

KILDE: Echo

» Mye byråkrati og liten effekt.

- SMB i Norge

» Mangel på kompetanse/tid.

- SMB i Norge

» Kostnaden ved å implementere ESG-tiltak når andre kostnader også øker og forbrukerne ikke er klare over at de må betale for dette.

- SMB I STORBRITANNIA

» Finne bærekraftige alternative råvarer og materialer, og fortsatt kunne selge med fortjeneste.

- SMB i Sverige

» Vi er i midten og en del av en større kjede, så vi er avhengig av andre for dette.

- SMB i Norge

» Å vite hva og hvordan det skal måles og rapporteres.

- SMB i Norge





expect
distribution

Case-studie

Expect Distribution Ltd

Fremmer vekstmuligheter og viderefører virksomheten gjennom et ledelsesoppkjøp.

Case-studie: Expect Distribution Ltd

Fremmer vekstmuligheter og viderefører virksomheten gjennom et ledelsesoppkjøp.

Expect Distribution er blant Storbritannias mest suksessfulle logistikkoperatører innen transport- og lagersektoren.

Virksomheten ble etablert av Rushworth-familien, som har drevet og utviklet den i over 30 år. I denne tiden har deres prisbelønte service møtt og overgått behovene til handels- og industrivirksomheter over hele Storbritannia.

De leverer skreddersydde logistikpakker fra pallebastert og internasjonal distribusjon til kontraktlogistikk og lager for kunder som Boost Drinks, Astonish og Card Factory.

Selskapet har over 300 ansatte og 130 kjøretøy fordelt på fire anlegg.

Scenario

Lederteamet i Expect Distribution ønsket å strukturere et ledelsesoppkjøp for å bringe bedriftens historie videre og selv bli bedriftseiere.

Azets var finansiell rådgiver for Matthew Kilner og Andy Taylor i det innkommende lederteamet, og bisto også med avtalestrukturen og innhenting av gjeldsfinansiering.



Expect er en virksomhet som ligger våre hjerter nært, og vi er glade for å ta ansvar for dens fremtidige vekst.

Vi er virkelig stolte av det vi har oppnådd så langt, og begeistret over å lede neste etappe av Expects reise.

Vi har tatt over roret i en spennende tid for virksomheten og for og for logistikkbransjen for øvrig.

Vi ser frem til mulighetene som ligger foran oss, og gleder oss til å realisere dem sammen med kollegaene, kundene

og leverandørene som gjør virksomheten til markedsleder.

Vi takker alle parter som har støttet ledelsesoppkjøpet, og som har jobbet sammen med oss for å realisere det.



Andy Taylor
Driftssjef, Expect
Distribution Ltd.

Case-studie: Expect Distribution Ltd

Fremmer vekstmuligheter og viderefører virksomheten gjennom et ledelsesoppkjøp.

Løsning

Azets' team klarte å sikre en konkurransedyktig og kommersielt fornuftig finansieringspakke, og sikret at avtalevilkårene og -strukturen ble best mulig. Azets jobbet tett med ledergruppens juridiske rådgivere, noe som muliggjorde en fullstendig prosjektstyrt prosess og en smidig eierskapsoverføring. Dette sikret minimal forstyrrelse for ansatte, kunder og sentrale interessenter i virksomheten.

Over mange år har Expect skapt en høyt respektert virksomhet. Og selv om eksterne aktører har vært interessert i å kjøpe virksomheten, fant eierne det vanskelig å se for seg at noen ville forstå og drive selskapet med samme etikk og unike formel som den som har utviklet seg over tid, frem til muligheten for dette ledelsesoppkjøpet dukket opp.

Historien om Expect Distribution illustrerer det pulserende forretningsmiljøet i Yorkshire-regionen. Dette er en suksesshistorie bygget på entreprenørskap, innovasjon og kvalitet, og den nye ledelsen er nå i en god posisjon til å ta virksomheten til nye høyder.



Når det gjelder selskapets ekspansjons- og vekstplaner, kunne vi ikke vært mer begeistret for å jobbe med teamet vårt for å oppnå og gjennomføre selskapets planer fremover. Vi har til hensikt

å fortsette den organiske veksten som vil se Expect vokse med anslagsvis 15–20 % i 2022.

Transportsektoren og spesifikt rekruttering vil fortsatt være en utfordring i det kommende året, men styrken til Expect ligger i mangfoldet. Vi har store planer om å utvide lagerfasilitetene våre og sikre ytterligere vekst i virksomheten.

Vi er stolte over å ta Expect Distribution inn i en ny æra, og vi vil jobbe for at suksesshistorien fortsetter."



Matthew Kilner
Finansdirektør,
Expect Distribution Ltd.

Om Azets

Vi jobber sammen for å forbedre hverdagen til våre kunder, ansatte og lokalsamfunn.

Vi er et av de største og raskest voksende selskaper innen regional regnskaps- og forretningsrådgivning i Europa, og vi støtter over 120 000 små og mellomstore bedrifter i tillegg til større selskaper, offentlige organer og private kunder.

Vi er stolte av å tilby rådgivning og personlig service av høy kvalitet for å hjelpe kundene våre med å nå sine ambisjoner, enten digitalt via vår markedsledende arbeidsplass teknologi Azets Cozone eller med fysisk tilstedeværelse via våre 150 kontorer rundt om i Storbritannia og Europa.

Vi tiltrekker oss noen av de beste talentene i bransjen, og de deler våre kjerneverdier. Du vil alltid møte en person som er samarbeidsvillig, respektfull, autentisk og dynamisk, og med vilje til å oppnå best mulige resultater for hver kunde.



Blick Rothenberg tilbyr partnerledet forretningsrådgiving, og skatte-, regnskaps-, og revisjonstjenester av høy kvalitet til formuede privatpersoner, eierstyrte virksomheter, internasjonale konserner, utenlandsnoterte selskaper og tredjepartsrådgivere.



Vi er medlemmer av Allinial Global – en prisbelønt internasjonal forening som gir tilgang til ekspertise og erfaringer fra spesialiserte regionale firmaer i viktige økonomiske sentre over hele verden. Vi kan dermed garantere de beste løsningene for kundene våre både lokalt og internasjonalt.

For mer informasjon:

www.azets.com

www.azets.co.uk

www.azets.dk

www.azets.fi

www.azets.no

www.azets.se

www.blickrothenberg.com

Om undersøkelsen

Undersøkelsen til andre utgave av Azets' SMB-barometer ble gjennomført i januar 2022 med 1 093 deltakende SMB-er på tvers av de geografiske områdene Azets opererer i: Danmark, Finland, Norge, Sverige og Storbritannia.

Den første undersøkelsen av Azets' SMB-barometer ble gjennomført i april og mai 2021.

I denne undersøkelsen anses en bedrift som SMB hvis den har mindre enn 250 ansatte og/eller en årlig omsetning på under GBP 50 millioner (eller tilsvarende i lokal valuta).

Undersøkelsen ble utført online av det uavhengige globale markedsundersøkelsesselskapet Echo Research.

Andel bedrifter etter land



Andel bedrifter etter sektor

Finanssektoren	22 %
Produksjon, bygg og anlegg	20 %
Detaljhandel og engros	14 %
Reiseliv, hotell, restaurant og transport	13 %
Media og teknologi	6 %
Andre sektorer	25 %