



RIKSBANKENS FÖRETAGSUNDERSÖKNING

# ”Ingen stark vind i seglen”

februari 2025

# Riksbankens företagsundersökning i februari 2025<sup>1</sup>

---

Konjunkturläget är svagt inom de flesta delar av ekonomin och i stort sett oförändrat jämfört med den föregående undersökningen i september. Företagen tror att läget kommer att vara marginellt bättre om ett halvår, men det väntas ta längre tid än så innan det blir en påtaglig förbättring.

Medan dagligvaruhandeln har en stabil försäljningstillväxt är det generellt sett trögare för sällanköpshandeln och besöksnäringen. För att locka hushållen till köp är det därför vanligt med olika kampanjerbjudanden. Företagen väntar fortfarande på att räntesänkningar och reallöneökningar ska leda till att konsumtionen tar mer fart.

Efterfrågeläget är svagt för stora delar av industrin, vilket bland annat är kopplat till utmaningar i den europeiska fordonsindustrin. Några industri-företag är nu visserligen lite mer optimistiska om framtiden än de var i höstas. Men de poängterar att förändringen i konjunkturen varken väntas vara snabb eller stark, och att det är först mot slutet av året som man kommer kunna se en förbättring.

Dagligvaruhandlare och restauranger höjer sina försäljningspriser, vilket beror på ökade inköpskostnader för en del råvaror. Den förhållandevis svaga efterfrågan gör det dock svårare för företag i sällanköpshandeln och andra sektorer att höja sina priser. Även om det finns planer på att höja priserna på längre sikt, kommer det till stor del bero på hur efterfrågan utvecklas.

Aviserade importtullar i USA och eventuella motåtgärder från EU bidrar till att öka osäkerheten om utsikterna för den internationella handeln, och de ses av många företag som en risk för konjunkturåterhämtningen. En majoritet av företagen bedömer dock att de skulle påverkas i liten utsträckning. Men det är svårt att förutse konsekvenserna, eftersom man inte vet hur eventuella tullar kommer att utformas. De företag som bedömer att de kommer påverkas i stor utsträckning räknar med att behöva höja sina priser som en kompensation för tullavgifterna.

---

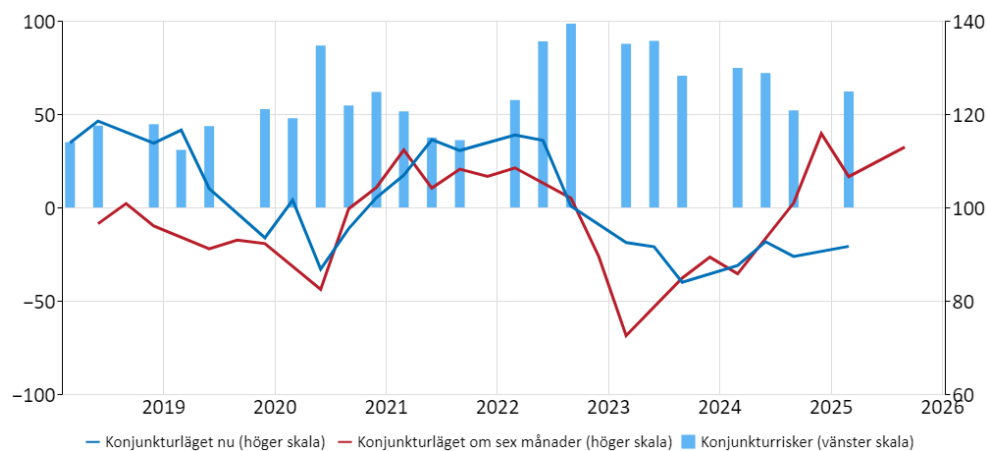
<sup>1</sup> Riksbanken har under perioden 31 januari–7 februari genomfört intervjuer med 44 industri-, bygg-, handels- och tjänsteföretag, samt branschorganisationer. Riksbankens företagsundersökning publiceras på Riksbankens webbplats. Samtliga citat i denna rapport är från respondenterna i undersökningen.

## ”Det är trögt därute”

Sammantaget är konjunkturläget relativt oförändrat jämfört med i höstas, se diagram 1 och 2. Det beskrivs som fortsatt svagt inom de flesta delar av ekonomin. Den allmänna efterfrågan når som tidigare inte upp till företagens förväntningar. Samtidigt ser några en gradvis förbättring i försäljning och ordergång. Det är dock en liten uppgång från låga nivåer och överlag tolkar inte företagen det som tecken på en förstärkning av konjunkturen. Citatet: ”Det är ingen stark vind i seglen nu, man tar sig fram, men det är ingen fart”, sammanfattar läget väl.

### Diagram 1. Konjunkturläget och konjunkturrisiker

Nettotal (vänster skala) och indextal (höger skala)



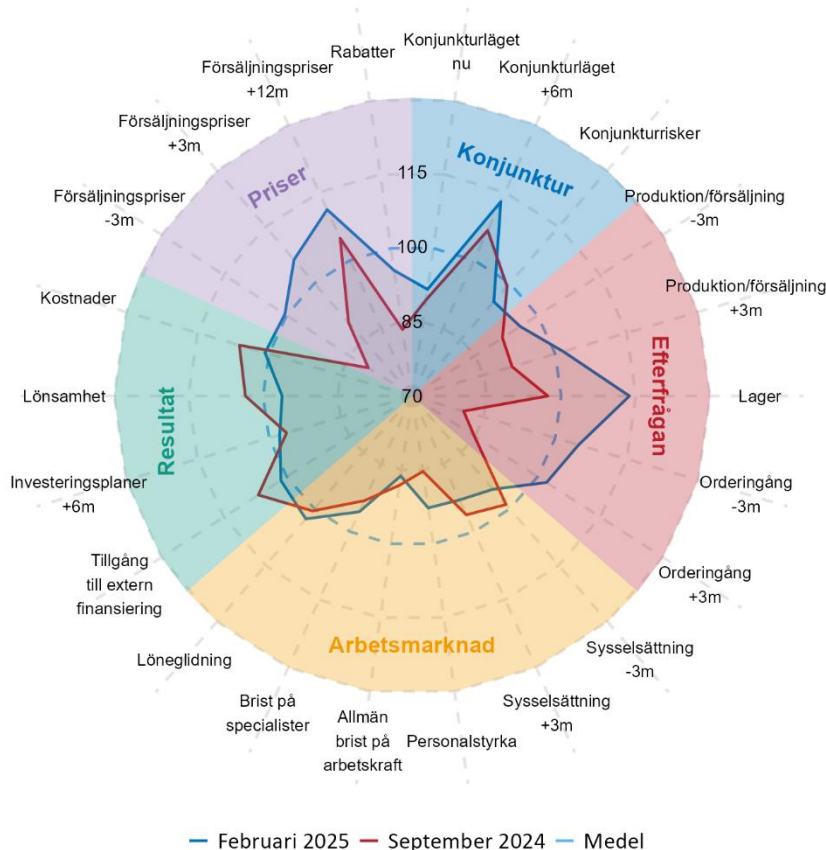
Anm. Indextalen visar ett standardiserat värde (medelvärde = 100 och standardavvikelse = 10) av nettotalen för de företag som anger att konjunkturläget för närvarande är bra eller dåligt och de som anger att konjunkturläget om sex månader kommer att vara bättre eller sämre. Den röda linjen, konjunkturläget om sex månader, är framflyttad två kvartal. Staplarna visar nettotalen för de företag som anger att riskerna för konjunkturutvecklingen just nu är större respektive mindre än normalt.

## ”Vi har framtidstro och räknar med att det ska bli bättre, men ser det ännu inte riktigt”

Företagen fortsätter att hoppas att lägre inflation och räntor ska leda till att hushållen börjar att konsumera mer. En majoritet tror därför på ett bättre konjunkturläge framöver, men om sex månader väntas det endast vara marginellt bättre. Det bedöms ta längre tid än så innan konjunkturen synbart förbättrats. Riskerna för konjunkturutvecklingen bedöms fortsatt vara höga, se diagram 1 och 2. Många lyfter osäkerheten kring den ekonomiska politiken efter valet i USA som en risk för återhämtningen i ekonomin. ”Vi sitter alla och väntar på vilka beslut som kommer fattas i USA” uttrycker en företagsledare.

Diagram 2. Företagens samlade svarsmönster

Indextal



Anm. Svaren på frågorna är utplacerade längs "ekrar" i diagrammet där ett indextal närmare mitten är sämre. De historiska genomsnitten är beräknade från det datum när den aktuella frågan började ställas. Beteckningen -3m betyder de senaste tre månaderna, +3m betyder de kommande tre månaderna och +6m betyder de kommande sex månaderna. Ökade konjunkturrisiker och rabatter innebär försämringar och därmed lägre indextal. Ökade kostnader reflekteras i ett lägre indextal. Frågan om lagerstorlek besvarar enbart tillverkningsindustrin (färdigvarulager) och handeln (varulager) och minskad lagerstorlek innebär ett högre indextal. Frågorna om ordergång besvarar enbart tillverknings- och byggindustrin. För frågorna om försäljningspriser, besvarar byggindustrin endast frågan om försäljningspriser om tolv månader (+12m). Svaren från övriga frågor i diagrammet, kommer från samtliga företag i undersökningen.

## Dagligvaruhandeln: "Människor up-trade:ar"

Generellt sett är konjunkturläget bättre för dagligvaruhandeln än för sällanköpshandeln. Sedan i våras har dagligvaruhandeln sett att hushållen gradvis uppgraderat sina varukorgar (en så kallad "up-trading") och handlar i allt större utsträckning varor av högre kvalitet. Dessutom har hushåll som tidigare lämnat de dyrare kedjorna för lågprisalternativen successivt kommit tillbaka. Försäljningstillväxten är positiv, men kunderna "är fortsatt ganska pressade finansiellt", vilket bland annat syns genom att försäljningen tenderar att öka i samband med löne- och bidragsutbetalningar.

Företrädare inom sällanköpshandeln märker särskilt av att hushållens ekonomi är fortsatt pressad. Få av dem ser några tecken på att efterfrågan har stärkts och det konstateras att "kunderna fortfarande håller hårt i plånböckerna". Försäljningsvolymerna har dock ökat, men det förklaras av en intensiv kampanjaktivitet. Man menar att generösa kampanjer behövs för att "rädda försäljningen". Lågprisaktörerna är däremot mer positiva än övriga sällanköpshandeln. Lågprisaktörerna bedömer att de befinner sig i "i början av en återhämtning" och att kunderna handlar "mindre behovsrelaterat och mer impulsköp".

## "Människor går ut, men konsumerar mindre när de väl är där"

Konjunkturläget upplevs fortsatt som ansträngt för besöksnäringen och särskilt för restaurangbranschen vars kostnader för livsmedel har ökat samtidigt som efterfrågan fortsätter att vara svag. Restaurangerna uppges ofta vara välbesökta, men snittnotan har minskat. Även resebranschen upplever läget som utmanande och efterfrågeutvecklingen bland svenska hushåll beskrivs som betydligt trögare än för övriga skandinaviska hushåll. Ett talande citat är "hade man haft samma rabatter på en annan marknad än den svenska skulle det bli anstormning, men inte här".

## "Vid någon punkt kommer konsumenten börja handla"

Under det senaste året har företag som säljer till hushåll gått från att vara tydligt optimistiska under våren, till att därefter vara besvikna över att konsumtionen inte fått den fart som man hade hoppats på. Talande är citatet "det skulle hjälpa oss om man var ute mer och konsumerade nu". Det finns en oro för att hushållen kommer fortsätta vara återhållsamma ett tag till och en respondent menar att "alla verkar spara". De allra flesta tror på en långsam återhämtning av konsumtionen. Försäljningsvolymerna bedöms öka marginellt under våren, men en mer märkbar ökning väntas först under hösten 2025.

## Industrin: "Läget är för närvarande utmanande"

Konjunkturläget är överlag fortsatt svagt inom industrin. Många uppger att efterfrågan framför allt är svag från Europa och särskilt från Tyskland. Det är bland annat kopplat till den europeiska fordonsindustrin som fortsatt går tungt. I Kina ser man en viss förbättring i efterfrågan samtidigt som efterfrågan i USA fortsätter att utvecklas starkt. Från att ha upplevt en minskande orderingång i september är det nu fler som beskriver att den har ökat de senaste månaderna. Affärsområden som elektrifiering och energibesparing går starkt. Men för de flesta rör sig förbättringen i orderingången om mindre förändringar, från låga nivåer. Det är några fler företag än i september som säger att storleken på deras färdigvarulager är för små, men överlag upplevs det inte vara ett problem. Företagen förefaller inte se förbättringen i orderingång och mindre lager som ett tydligt tecken på att efterfrågan tar fart. Vissa uppger också att man sänkt produktionstakten och har ledig kapacitet. "Vi bygger orderbok, men vi kan inte köra maskinerna fullt."

Det är fler nu som tror på ett bättre konjunkturläge om ett halvår jämfört med föregående undersökning i september. De poängterar samtidigt att vändningen varken kommer att vara stark eller snabb, och att det är först mot slutet av året som man kan se en förbättring. ”Det kommer ta fart i slutet av 2025 och 2026 börjar det bli bra igen.” Däremot är det ingen som talar om tydliga tecken på en vändning. De hänvisar till makroekonomiska indikatorer som tyder på att det kommer att bli bättre och att man snart borde se effekter av de redan genomförda räntesänkningarna. Talande är citationen: ”I takt med räntorna sänkts så kommer efterfrågan komma tillbaka och produktion kommer igång. Även om vi tror det kommer att ta en stund.”

## ”Vi startar [bostads]projekt på spekulation”

Flera byggföretag redogör för att de sänkt kraven på förhandsförsäljningen innan byggstart. Man ändrar således strategi och tar en något större del av risken, eftersom hushållen är mindre benägna att köpa en ny bostad innan den befintliga är såld. Detta medför att allt fler objekt i de stora byggbolagens egna bostadsutveckling säljs i ett senare skede av byggprocessen. Företagsledare konstaterar att ”våra bostadsprojekt är mer färdiga nu än tidigare innan vi lägger ut dem till försäljning” och ”vi säljer inte på ritning längre”.

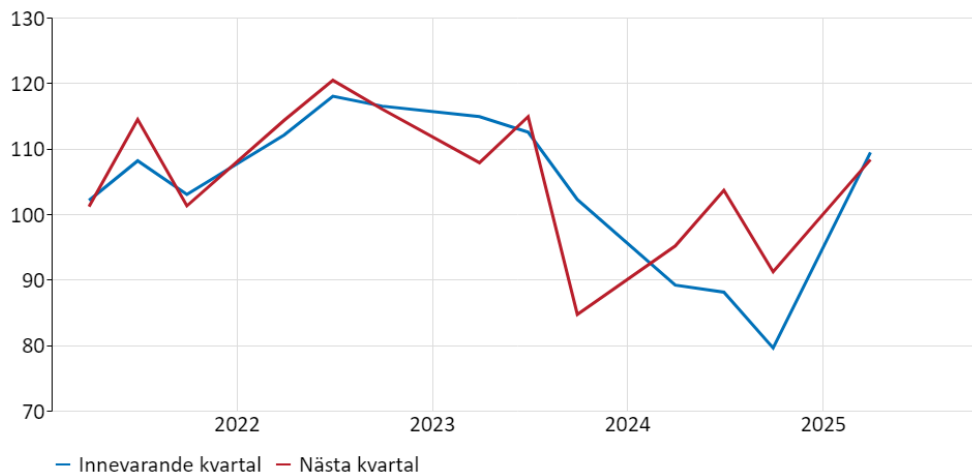
Det är ett relativt oförändrat men fortsatt tudelat läge för byggsektorn som helhet. Efterfrågan på nya bostäder är fortsatt svag. Några ser en viss ökning av efterfrågan i större städer, men det är från låga nivåer. De som bygger anläggningar och infrastruktur har en fortsatt god orderingång och precis som tidigare är läget bättre för dem. Fjolårets mycket starka orderingång inom segmentet har drivit upp investeringsbehovet i bland annat nya maskiner. Utöver det nämner flera att man behöver köpa mark för satsningar i bostadsprojekt i egen regi. En företagsledare ser det som ett tecken på ett något bättre läge i branschen och uttrycker att ”det är ett stabilare läge och vi vågar satsa mer”. Det är först under den senare halvan av året som en mer synbar förbättring i byggkonjunkturen bedöms vara möjlig.

## Kostnadstryck leder till att företagen höjer priserna nu

Företag som säljer till hushåll höjer försäljningspriserna, se diagram 3. Prishöjningarna följer av ökade kostnader för framför allt dagligvaruhandeln och restauranger. Frost, torka och skyfall har gjort att skördar slagit fel för råvaror som till exempel kakao och kaffe, vilket har lett till ökade inköpskostnader. Inom sällanköpshandeln har inköpskostnaderna stigit för importerade varor, till följd av en tidigare svag svensk krona. Att höja priserna är dock utmanande menar en företagsledare inom klädhandeln och säger att ”marknaden är inte där för det”. Det är flera som nämner att IT-kostnaderna ökar mer än tidigare. Men överlag har kostnaderna sjunkit för de som säljer till andra företag. Särskilt tydlig är trenden bland byggföretagen, där sjunkande världsmarknadspriser på bland annat koppar, aluminium och stål bidragit till att kostnader för byggmaterial minskar.

**Diagram 3. Försäljningspriser innevarande och nästa kvartal, företag som säljer till hushåll**

Indextal



Anm. Indextalen visar ett standardiserat värde (medelvärde = 100 och standardavvikelse = 10) av nettotalen, för de företag som svarar på frågan om försäljningspriserna kommer att höjas eller sänkas under innevarande, respektive nästa kvartal.

## ”Det finns ingen aptit för prishöjningar men vi har inget val”

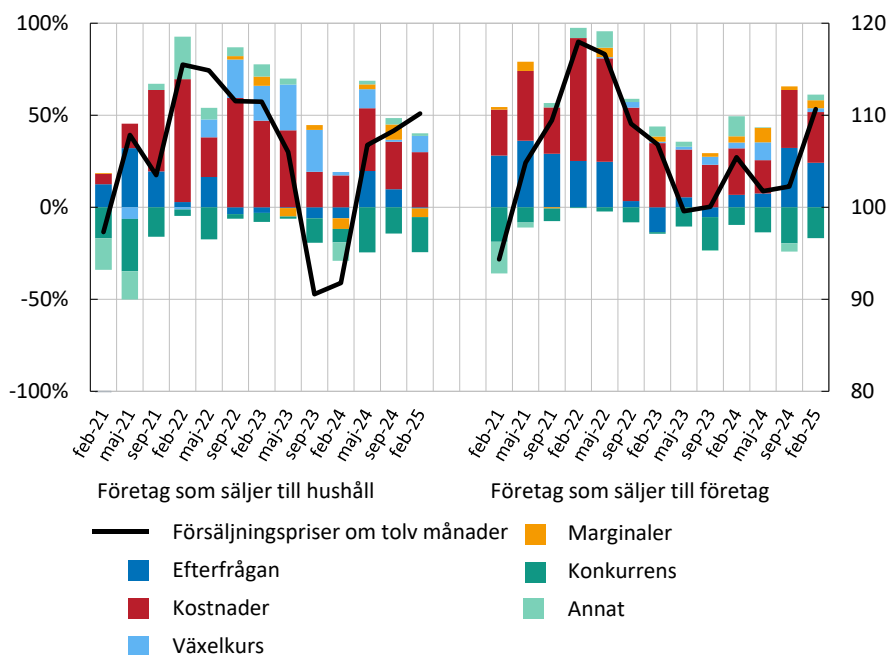
Utvecklingen av försäljningspriserna på längre sikt är mer osäker. För företag som säljer till företag och särskilt för de företagsnära tjänsteföretagen är arbetskraftskostnaderna drivande för prisutvecklingen. Den svaga efterfrågan leder till ett dämpat pristryck inom industrin. Kostnadsökningar kan eventuellt tas ut mot kunder, men höjda marginaler är inte aktuellt givet läget. Företagen planerar att höja försäljningspriserna det kommande året, se diagram 4. Men de prishöjningar man faktiskt kommer kunna genomföra är, precis som i september, avhängigt efterfrågeutvecklingen.

Ökade inköpskostnader bedöms påverka prisplanerna för företag som säljer till hushåll även de kommande tolv månaderna, se diagram 4. Inom sällanköpshandeln poängteras behovet av ett fortsatt högt kampanjtryck, vilket också reflekteras av citatet: ”Kunderna behöver fortfarande lockas till köp, få en extra morot.” Konkurrenssituationen för dagligvaruhandeln upplevs också som tuff. I den mån det går försöker man konkurrera med lägre priser genom att hålla emot prishöjningar, men man konstaterar samtidigt att det inte går fullt ut. Delar av besöksnäringen har inte kompenserat fullt ut för de tidigare kostnadsökningar som man har haft. De planerar därför för prishöjningar som är högre än normalt, men de är osäkra på om prishöjningarna kommer att kunna genomföras. Både inom sällanköpshandeln och besöksnäringen finns det förhoppningar om att efterfrågan får ”lite mer vind i seglen” efter sommaren, vilket i så fall skulle kunna göra det möjligt att höja priserna. De flesta företag som säljer till hushåll planerar inte att höja försäljningspriserna mer eller oftare än normalt.



**Diagram 4. Drivkrafter bakom prissättningen, kommande tolv månader**

Nettoandelar (vänster skala) och indextal (höger skala)



Anm. Staplarna i den vänstra skalan visar nettot av svar på frågan om faktorn kommer att påverka priserna uppåt eller nedåt det kommande året. En stapel över noll innebär att faktorn bidrar till stigande priser framöver och under noll att den bidrar till sjunkande priser. Indextalen i den högra skalan visar ett standardiserat värde (medelvärde = 100 och standardavvikelse = 10) av nettototalen, för de företag som svarar på frågan om försäljningspriserna kommer att höjas respektive sänkas under de kommande tolv månaderna. Företag som säljer till företag avser industri- och byggföretag, samt de som huvudsakligen säljer tjänster till andra företag. Företag som säljer till hushåll avser handeln och företag som huvudsakligen säljer tjänster till hushåll. Posten "Kostnader" innehåller inköpskostnader, arbetskraftskostnader och energikostnader. Posten "Annat" innehåller bland annat ledig kapacitet och produktivitetsutveckling.

## "Förr var det svårt att få tag på arbetskraft, men nu är det tvärtom"

Det svaga konjunkturläget leder till att många företag fortsatt fokuserar på kostnads-kontroll och på verksamhetens effektivitet. En företagsledare konstaterar: "För att kunna hantera löneökningar och kostnadsökningar måste vi fortsätta med effektiviseringar och neddragningar." Bland de företagsnära tjänsteföretagen upplever fler än i höstas att personalstyrkan är för stor i förhållande till efterfrågan och planerar därför personalneddragningar. En del företag inom andra sektorer, som redan anpassat personalstyrkan, avvaktar däremot med ytterligare neddragningar för att snabbt kunna ställa om när efterfrågan ökar. Om det inte sker kan det dock bli aktuellt med ytterligare personalneddragningar. Generellt har företagen inte svårt att få tag i den arbetskraft de behöver. Flera upplever även att det är fler sökande på deras utannonserade tjänster och att de sökande är mer kvalificerade nu jämfört med tidigare.

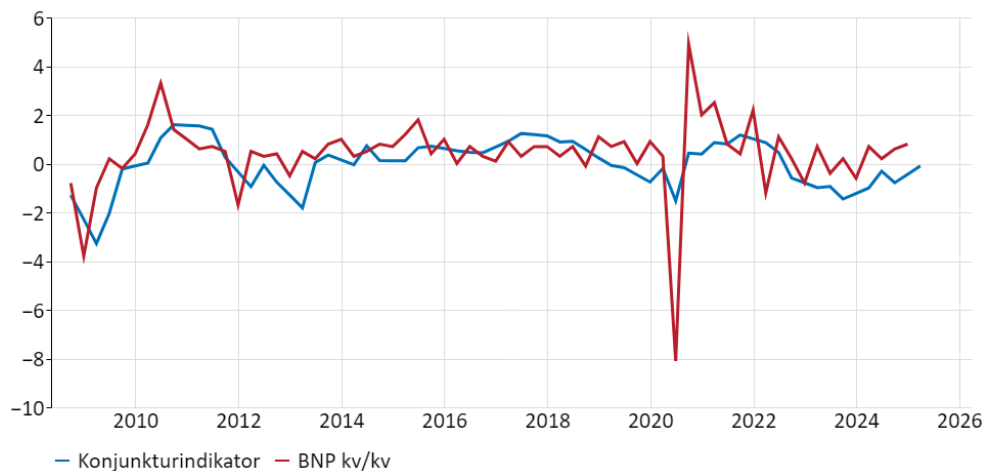


## Företagsundersökningens konjunkturindikator förbättras

Det sammantagna resultatet av undersökningen summeras i företagsundersökningens konjunkturindikator, se diagram 5. I februari är indikatorn strax under sitt historiska medelvärde. Byggbolagens goda orderingång inom anläggning och infrastruktur samt en förbättrad orderingång inom vissa delar av industrin bidrar till att indikatorn stiger något i februari.

### Diagram 5. Företagsundersökningens konjunkturindikator och BNP

Indextal respektive kvartalsförändring i procent



Anm. Konjunkturindikatorn är ett sammanfattande mått på företagsundersökningens frågor.<sup>2</sup> Den är framtagen med principalkomponentanalys. Indextalen visar ett standardiserat värde (medelvärde = 0 och standardavvikelse = 1) för konjunkturindikatorn. Ett positivt (negativt) värde indikerar att konjunkturläget är bättre (sämre) än det historiska medelvärdet. Eftersom företagsundersökningen genomförs tre gånger per år, har konjunkturindikatorn interpolerats för mellanliggande kvartal. BNP-serien är säsongrensad.

Källor: SCB och Riksbanken

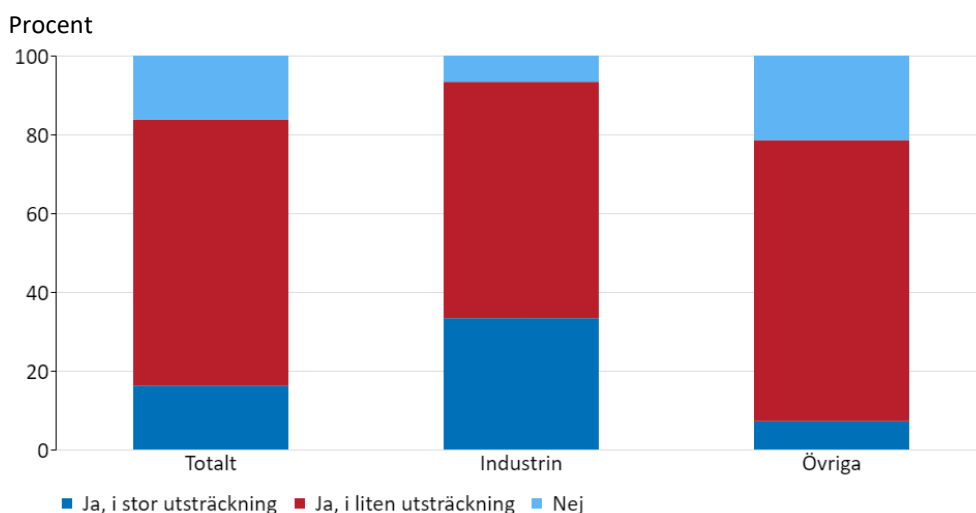
<sup>2</sup> För mer information om företagsundersökningens konjunkturindikator se N. Holmer (2023), "Företagsundersökningens nya konjunkturindikator – en tidig temperaturmätare på konjunkturen", Ekonomisk kommentar nr 5, Sveriges riksbank.

## FÖRDJUPNING – Tullar: ”Ingen vet hur det blir”

USA:s nyttillträdde president har föreslagit att införa nya importtullar mot både olika länder och varor.<sup>3</sup> I företagsundersökningen i februari ställdes därför frågor om hur företagen kan komma att påverkas av nya amerikanska importtullar, samt hur företagen avser att hantera eventuella effekter av dem. Över 80 procent av företagen anser att deras verksamhet påverkas i någon mån om importtullar införs i USA. De allra flesta bedömer att det är i en liten utsträckning, se diagram 6. ”Importtullar kan givetvis påverka oss till en viss del men i grunden är det ingen dramatik”, menar en respondent.

De lyfter framför allt att den amerikanska presidentens utspel om tullar skapar osäkerhet och ses av många som en risk för återhämtningen i världskonjunkturen. De flesta anser att det är svårt att bedöma effekterna, givet den stora osäkerheten om vilka länder och varor som kommer att tullbeläggas och hur tullarna kommer att utformas. ”Det är utmanande just nu att förstå vad det här betyder och hur man ska reagera”, påpekar en respondent inom industrin.

**Diagram 6. Bedömer ni att er verksamhet kommer att påverkas om nya eller höjda importtullar eller andra handelshinder införs i USA?**



<sup>3</sup> Under intervjuperioden införde USA importtullar på 25 procent mot Mexiko och Kanada som snabbt pausades i 30 dagar. Man införde ett tullpåslag på 10 procent mot Kina, som svarade med tullar på amerikansk råolja, flytande naturgas och jordbruksmaskiner. Vidare införde USA tullar på 25 procent på stål och aluminium. Dessutom tillkännagav USA en plan för att utfärda ”ömsesidiga tullar” (”reciprocal tariffs”) för varje utländsk handelspartner.

## ”Det kan ju bli tull på tull på tull”

Hur företagen har valt att organisera och dela upp sin verksamhet i globala värdekedjor är avgörande för hur de kan komma att påverkas av nya tullar. Det är framför allt inom industrin som det finns företag som bedömer att de kommer att påverkas i stor utsträckning av nya importtullar. Gemensamt för dem är att de har tillverkning både i USA och i de länder som tullarna är aviserade mot vid intervjutillfället, det vill säga Mexiko, Kanada och Kina. En respondent ger som exempel att de har komponenter som först tillverkas i USA och sedan fraktas de till Mexiko för bearbetning. Därefter fraktas de tillbaka till USA för ytterligare bearbetning, för att sedan säljas till amerikanska slutkunder. Samme respondent frågar sig om det här innebär att man måste betala tull varje gång komponenterna passerar landgränsen beroende på om Mexiko svarar med motåtgärder.

Vidare nämns att underleverantörer har samma upplägg som i exemplet ovan vilket gör leverantörskedjorna än mer invecklade. Den här typen av komplicerade globala värdekedjor gör det också svårt att överblicka vilka de slutliga effekterna av tullarna egentligen blir. ”Det är väldigt svårt att bedöma i slutändan för det är väldigt svårt att förstå hur komponenterna går mellan länderna”, förklarar en respondent.

## ”Kortsiktigt kan vi gynnas”

Svenska företag med produktion i USA och som framför allt köper insatsvaror från lokala amerikanska bolag uppger istället att de kortsiktigt kommer att gynnas av tullarna. ”Vi har en stor lokal produktion i USA och det vet jag att många andra svenska bolag också har och då klarar man sig rätt bra”, förklarar en företagsledare. Andra får en konkurrensfördel av att de har viktiga konkurrenter i länder som kan komma att påverkas av tullarna. Men även de som gynnas tillägger att ”på lång sikt är det inte bra om det blir någon typ av handelskrig”.

## ”Vi kanske ska sourca från Sydostasien istället?”

Företagen räknar med att de kommer att behöva ta ut högre försäljningspriser för att kompensera för tullavgifterna. ”Det finns inget annat sätt”, menar de. I det korta perspektivet kan leverantörer komma att få finansiella problem och de riskerar att slås ut om de saknar likviditet att betala tullavgifterna innan de får betalt av sina kundföretag. ”Det skulle få stora finansiella konsekvenser”, förklarar en respondent.

På längre sikt är det flera som funderar på att se över sina globala värdekedjor. Det kan i vissa fall handla om att flytta mer produktion till USA. I andra fall att göra sig mindre beroende av och flytta verksamhet ifrån de länder och regioner som drabbas mest av tullar och andra handelshinder. Exempelvis nämner företag med produktion i Kina att de missgynnas av att deras konkurrenter tillverkar varor i Sydostasien, som hittills inte har omnämnts i samband med tullar. Att flytta produktion av industrivaror är dock inget som görs lättvindigt och det handlar i så fall om långsiktiga beslut. ”Det är ett projekt på många år och det kräver enorma investeringar.”

Sammanfattningsvis följer företagen noga utvecklingen i USA och är beredda att agera, men har vid intervjutillfället inte vidtagit några konkreta åtgärder, ”Vi har valt att inte spekulera i vad som kan hända och proaktivt göra förändringar.” Om motåtgärder införs är bedömningen att man kommer att påverkas i ökad grad: ”Om det blir ytterligare eskalering av handelshinder då blir det större utmaningar för oss.”

## ”Om det blir svårare för vissa industrier som har stor export och import blir det ju en inbromsning”

Många som inte har försäljning till USA uppger att de kan komma att påverkas indirekt, framför allt via kostnaderna. De företag som har inköp som prissätts i amerikanska dollar ser en eventuell påverkan via växelkursen. Byggbranschen lyfter även att världsmarknadspriser på råvaror kan driva upp priset på byggmaterial, särskilt om handelskonflikten eskalerar. Flera uttrycker även en oro för en indirekt påverkan genom en inbromsning av industrikonjunkturen och av den ekonomiska utvecklingen i stort. En företrädare inom handeln förklarar: ”Om många förlorar jobbet, eller blir orolig för att förlora sitt jobb så kanske man inte är lika benägen att gå och handla.”

### Om tullar i tidigare företagsundersökningar

Under 2017 uppgav företagen att den då nya politiska administrationen i USA skapade viss oro och bidrog till osäkerhet, eftersom eventuella tullar och andra handelshinder skulle kunna bromsa den globala ekonomiska tillväxten. Samtidigt ansågs konjunkturen vara god och framtidsutsikterna överlag positiva. När amerikanska tullar på stål och aluminium infördes 2018, så ändrades inte företagens resonemang särskilt mycket och riskerna för konjunkturutvecklingen realiserades i huvudsak inte. Överlag beskrevs få konkreta effekter av de nya tullarna som dock fortsatte att vara en viktig riskfaktor. Det ekonomiska läget under framför allt 2017–2018 skiljer sig från hur läget är nu. Konjunkturläget var starkt för samtliga sektorer och företagen var förvånade över att efterfrågan höll i sig så bra. Under 2019 tog företagen upp risken för amerikanska tullar på europeiska fordon och de bedömde att handelskonflikten mellan USA och Kina hade bidragit till en förstärkning av den amerikanska dollarn. En risk som fick mer vikt under året var en avtalslös Brexit. Risken avtog i februari 2020 när Storbritanniens utträde ur EU trätt i kraft och USA och Kina signerat ett partiellt handelsavtal. Även om det fanns utestående frågor rörande den internationella handeln överskuggades det av utbrottet av pandemin: ”Brexit är borta, handelskriget är borta, sedan är det det här med coronaviruset” sammanfattade ett företag situationen.

## Om Riksbankens företagsundersökning

Riksbankens företagsundersökning ska spegla hur priserna och konjunkturen utvecklas inom tillverkningsindustrin, byggindustrin, handeln och delar av tjänstesektorn. Eftersom ett fåtal aktörer står för en mycket stor del av det svenska näringslivet kan relativt få intervjuer ge information om stora delar av näringslivet. Många av de intervjuade företagen förmedlar dessutom information om andra delar av näringslivet, genom sina kontaktytor mot bland annat små och medelstora företag.

Sedan undersökningens start 2007 har över 300 företag deltagit. I undersökningarna som genomfördes under perioden 2007–2019 intervjuades varje år cirka 30 företag i februari, och cirka 45 företag i maj och november. Intervjuerna genomfördes av Riksbankens personal under besök på cirka en timme. Med anledning av pandemin och dess effekter på ekonomin, genomförde Riksbanken dock sammanlagt åtta omgångar av telefon- och videosamtal med företag och branschorganisationer under 2020. Numera intervjuas mellan 30 och 50 företag och branschorganisationer vid varje tillfälle. Från och med maj 2022 genomförs återigen en del av intervjuerna i form av besök. Intervjuerna genomförs i regel med personer i företagets ledningsgrupper. Samtalen ger företagen möjlighet att utveckla sina svar och intervjuaren kan ställa fördjupande följdfrågor. Särskilda frågor ställs även om aktuella frågeställningar inom penningpolitiken. Svarsfrekvensen för undersökningen är hög och ligger ofta runt 95 procent.

Undersökningens resultat presenteras i en rapport som publiceras på Riksbankens webbplats, vanligtvis tre gånger per år. Rapporten för februari 2025 redovisar resultatet av intervjuer med 44 företag och branschorganisationer, som huvudsakligen genomfördes under perioden 31 januari-7 februari. Om inget annat anges visar diagrammen i rapporten företagens svar viktade med respektive företags antal anställda i Sverige. Indextalen i diagrammen speglar väl upp- och nedgångar i svarsmönstren. Dessa svar kombineras sedan med företagens reflektioner under intervjuerna.

En närmare beskrivning av undersökningen finns på Riksbankens webbplats: Hokkanen, Melin och Nilson (2012), "Riksbankens företagsundersökning – en snabb konjunkturindikator", Penning- och valutapolitik 2012:3.

[Riksbankens företagsundersökning – en snabb konjunkturindikator](#)



**SVERIGES RIKSBANK**

Tel 08 - 787 00 00

[registratorn@riksbank.se](mailto:registratorn@riksbank.se)

[www.riksbank.se](http://www.riksbank.se)

PRODUKTION SVERIGES RIKSBANK