|  |  |
| --- | --- |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  | Dnr N2015/2578/FF |
|  |  |

|  |
| --- |
| **Näringsdepartementet** |
| Närings- och innovationsministern |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |

Till riksdagen

Svar på fråga 2014/15:318 av Katarina Brännström (M) Äldre företagare

Katarina Brännström har frågat mig om det verkligen är min och regeringens mening att äldre företagare är okunniga på språk, att de räds för att exportera och att de inte vågar ta in högskoleutbildade i företaget, och vilka grunder eller fakta har ministern till stöd för sitt påstående.

Frågan är ställd mot bakgrund av ett citat som plockats ur en längre intervju. Jag vill börja med att nyansera min formulering. Det jag ville förmedla var att det kan finnas vissa hinder för små företag att dels göra större investeringar eller ta in ny kompetens i verksamheten och dels att våga gå på export, med allt vad det innebär. Det är just dessa hinder jag gärna vill komma åt och därmed skapa utrymme för fler företag att utvecklas och även exportera. Ett konkurrenskraftigt och dynamiskt näringsliv är grunden för tillväxt och jobbskapande och självklart står äldre företagare för en stor och viktig kompetens.

Mitt svar i intervjun grundade sig på de många diskussioner jag har haft med företagare då jag rest runt i landet de senaste tre åren. Flera företagare har lyft fram språk, kapital och andra svårigheter för att gå på export. Jag tar dessa signaler på allvar. Tillväxtverkets undersökning *Företagarnas villkor och verklighet* lyfter ett antal frågor, exempelvis upplever mer än var fjärde företagare brist på resurser, stora kostnader eller brist på kontakter/nätverk. Det framgår även att drygt var tionde företagare upplever bland annat språk som ett hinder för internationalisering.

Tillväxtverkets undersökning visar också att ungefär 14 procent av svenska små och medelstora företag exporterar – här finns en stor potential att ta tillvara. Inom regeringen pågår nu arbetet med att ta fram en Exportstrategi som syftar till att stärka Sveriges export, inte minst till

tillväxtmarknader. Små och medelstora företag har särskilt lyfts fram i arbetet. Ambitionen är att strategin ska presenteras efter sommaren 2015.

Stockholm den 23 mars 2015

Mikael Damberg