



Mentala gränshinder

En studie av hur norska och svenska företagare
erfar och uppfattar arbete över gränsen

MENTALA GRÄNSHINDER

EN STUDIE AV HUR NORSKA OCH SVENSKA FÖRETAGARE ERFAR OCH UPPFATTAR ARBETE ÖVER GRÄNSEN

På uppdrag av "Gränsmöjligheter – en 161 mil integrerad arbetsmarknad
längs norsk-svenska gränsen"

Studien har utarbetats av Øresundsinstitutet
i samarbete med Lunds universitet och har skrivits av
Anna Palmehag (projektledare), Sofi Eriksson, Amanda Koverberg
och Carl Hassellöf, Øresundsinstitutet,
samt Fredrik Nilsson, professor vid Lunds universitet.

Layout: Øresundsinstitutet.

Omslagsfoto: Øresundsinstitutet

Januari 2018

www.oresundsinstitutet.org

FÖRORD

Den norsk-svenska gränsen är unik på många sätt. Det är inte bara en av världens längsta nationsgränser, utan också EU:s yttre gräns. Personerna på vardera sida har genom generationer tillbaka haft ett stort utbyte med varandra – och en gång i tiden även tillhört samma nation. Sverige och Norge har fortsatt ett väl integrerat näringsliv och är oerhört viktiga handelspartners för varandra. Men trots det står det gränsöverskridande företaget inför många utmaningar framöver – samtidigt som potentialen är oerhört stor.

Nationella system – juridiska, administrativa och ekonomiska – verkar i första hand för att företag ska satsa på den egna marknaden. Men utöver dessa finns det andra krafter som påverkar om man som företagare rör sig över gränsen eller inte, vilket i den här studien benämns som mentala gränshinder. Det är gränser som vidmakthålls, skapas och reproduceras i vardagen och som medvetet eller omedvetet hindrar människor eller företag att röra sig mellan länder – utan att nödvändigtvis vara relaterade till formella gränshinder. Dessa gränser skapas av erfarenheter och berättelser om andra sidan gränsen och de är ofta kollektiva.

Den här studien har utifrån 63 intervjuer identifierat ett antal mentala gränshinder som medvetet eller omedvetet påverkar i vilken omfattning företagare rör sig över gränsen. Nationella vanor och traditioner, skillnader i affärskultur, avsaknad av kunskap om marknaden i grannlandet och att man befinner sig i en omgivning där tanken på andra sidan gränsen är långt bort är några exempel. Genom att aktivt arbeta för att riva dessa mentala barriärer kan integrationen och samarbetet mellan Norge och Sverige stärkas ytterligare.

Studien är genomförd av Øresundsinstitutet som har en lång erfarenhet av gränsregionalt analysarbete i Norden. De slutsatser och rekommendationer som finns med i denna studie är därmed Øresundsinstitutets.

Initiativtagare till studien är Interregprojektet Gränsmöjligheter. Hedmark fylkeskommune och Länsstyrelsen Värmland, som äger projektet, vill bland annat med hjälp av denna studie öka kunskapen om mentala gränshinder så att de så småningom kan reduceras och rivas.

Inom ramen för projektet Gränsmöjligheter vill Länsstyrelsen Värmland och Hedmark fylkeskommune rikta ett stort tack till Øresundsinstitutet samt till alla de intervjupersoner som medverkat, liksom till alla övriga parter i projektet Gränsmöjligheter, som har skapat förutsättningarna för denna studie.

God läsning!



Kenneth Johansson
Landshövding Värmlands län



Per-Gunnar Sveen
Fylkesrådsleder Hedmark fylkeskommune



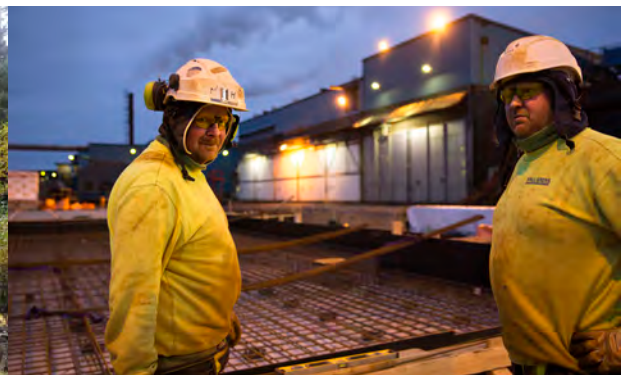
Utsikt från Meråker Alpincenter.



Ett fartyg passerar genom Svinesund.

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

Sammanfattning	6
Summary	10
Inledning	14
Metod	17
1. Mentala gränshinder och den svensk-norska gränsens kulturell komplexitet	18
2. Nationell gravitationskraft	26
Samiska företags syn på gränsen	38
3. Att inte komma på tanken – betydelsen av omgivning och sociala nätverk	42
4. Att stanna i sin bekvämlighetszon.....	50
5. Uppfattningen av konkreta problem och formella gränshinder	60
6. Bilden av "de Andra"	70
7. Skillnader i affärskultur	78
8. Medieanalys av näringslivsbevakningen	90
9. Attraktionskrafter som lockar företag över gränsen	100
10. Goda exempel – företag som framgångsrikt arbetar över gränsen	112
Slutsatser	126
Rekommendationer	131
Appendix	136



SAMMANFATTNING

Företagandet över den norsk-svenska gränsen är omfattande. Men variationen mellan hur man ser på gränsöverskridande verksamhet längs den 161 mil långa gränsen är samtidigt stor, både mellan olika geografiska platser och mellan olika branscher. I den här studien identifierar vi mentala gränshinder, som hejdar människor eller företag från att röra sig mellan länder eller regioner.

Kulturgränser sammanfaller inte nödvändigtvis med nationens gränser, utan kan bygga på lokalt eller regionalt utformade kulturmönster med ibland djupa historiska rötter. Sådana gränsöverskridande mentala kartor finns mellan Norge och Sverige, men varken föreställningar om en transnationell gemenskap förankrad i historier eller betydande Interreg-satsningar har inneburit att nationsgränsen har försvunnit.

I ljuset av tidigare forskning kring den norsk-svenska gränsens dynamik och komplexitet, liksom forskning kring hur gränser laddas med betydelse, har vi i den här studien kommit fram till en definition av det ännu ganska okända begreppet mentala gränshinder, som presenteras i kapitel 1.

Utifrån djupintervjuer med ett 50-tal företagare från små och medelstora företag längs hela gränsen, liksom större orter i de båda länderna, samt 13 gräns- och företagargrupper, har också sex mentala gränshinder för företagare mellan Norge och Sverige identifierats:

1. Nationell gravitationskraft

Faktorer så som exempelvis utbildningsväsen, nyhetskonsumtion, politik, branschorganisationer och kulturutbud för både mentalt och fysiskt människor och företag bort från gränsen och in mot nationens centrum, vilket påverkar både kännedomen om och nätverken in i det andra landet.

2. Att inte komma på tanken – betydelsen av omgivning och sociala nätverk

Omgivning, sammanhang och sociala nätverk påverkar i vilken grad företagare kommer att tänka på möjligheten att arbeta över gränsen och om det upplevs som realistiskt.

3. Att stanna i sin bekvämlighetszon

Brist på kontakter och kunskap om regler och marknad höjer tröskeln för att företag ska uppleva det som möjligt att arbeta i det andra landet. Många företagare upplever att det första steget måste vara stort. Sammantaget kan det kännas både mer bekvämt och tryggt att stanna kvar på hemmaplan.

4. Uppfattningen av konkreta problem och formella gränshinder

Formella gränshinder och praktiska problem, även i form av berättelsen om andra företags negativa erfarenheter, skapar en bild av att det är jobbigt och komplicerat att arbeta gränsöverskridande. Företagarnas egen inställning till hindren påverkar dock hur de upplevs.

5. Bilden av ”de Andra”

Berättelser om skillnader mellan normer och svenskar är relativt vanliga och bidrar till att förstärka gränsen och känslan av att det är något annat och okänt som finns på andra sidan. Normer beskrivs ofta som



spendersamma, stolta över sitt land, glada, trevliga och lättsamma – och svenskar som serviceinriktade och duktiga, men emellanåt som snåla.

6. Skillnader i affärskultur

Missförstånd och frustration riskerar att uppstå i mötet med det andra landets affärskultur och traditioner, ibland i så hög grad att samarbeten har avslutats. Samtidigt bidrar dessa erfarenheter och berättelser också till att öka betydelsen av gränsen.

Samtidigt har vi identifierat krafter som tvärtom driver företag att arbeta över gränsen. Det handlar framför allt om personliga relationer, geografisk närhet och kommunikationer, samt kulturell och språklig likhet, men också om erfarenheter av jobb på andra sidan gränsen, nationella stereotyper som fungerar på ett positivt sätt som i fallet med den ”serviceinriktade svensken”, och skillnader i traditioner som gynnar företag från ett annat land. En bransch där vi sett flera exempel på gränsöverskridande samarbeten är besöksnäringen.

Inställningen till gränsöverskridande företagande skiljer sig åt beroende på hur nära gränsen bolaget har sitt säte. Nära gränsen är den kulturella gemenskapen med exempelvis grannorten i det andra landet ofta större, särskilt på vissa sträckor längs gränsen, där Kiruna-Narvik utmärker sig som

en extra sammanvävd region. Men även i flera andra gränsområden, från Nord-Trøndelag och Jämtland i norr, via Hedmark, Värmland och Dalarna, till Østfold och Bohuslän i söder, är kontakten över gränsen frekvent – vilket även gynnar gränsöverskridande företagande.

Städer som ligger längre bort från gränsen har emellanåt en tradition av att vända sig åt ett annat håll, exempelvis mot den egna huvudstaden. Oslo

och Stockholm utmärker sig genom att företagen där i högre utsträckning än i orterna längs gränsen saknar nätverk i grannlandet, vilket troligen är ett symptom dels på det geografiska avståndet, dels på att huvudstäderna ”är sig själva nog”.

Branschtillhörigheten har också stor betydelse för vilka mentala gränshinder som företagen upplever

som mest besvärande och för hur man ser på möjligheterna att röra sig över gränsen. Produktionsbranschen satsar exempelvis ofta på en egen försäljningsavdelning som har kunskap om och förstår marknaden på andra sidan gränsen. Konsultföretag inom IT, företagsutveckling och kommunikation betonar vikten av nätverk och närhet till kunden, vilket leder till att många bedömer att de måste etablera ett nytt företag och kontor på andra sidan gränsen.

Bygg- och anläggningsföretagen drabbas ofta hårt av praktiska gränshinder kring exempelvis tull, vilket också leder till att de upplever det som job-

Branschtillhörigheten har stor betydelse för vilka mentala gränshinder som företagen upplever som mest besvärande och för hur man ser på möjligheterna att röra sig över gränsen.

bigt. De serviceföretag vi intervjuat tycks inte vara lika offensiva som många andra branscher – de tar emot de kunder som kommer över gränsen ändå, utan att marknadsföra sig extra.

De kvinnliga företagare vi intervjuat upplever i högre utsträckning än männen att det är besvärligt att arbeta över den norsk-svenska gränsen. Vi kan dock inte se någon skillnad mellan könen vad gäller antalet företag som faktiskt jobbar över gränsen.

Däremot skiljer sig män och kvinnor åt genom i vilken mån de använder sig av stereotypa bilder när de talar om personer från det andra landet. Män tenderar framför allt att beskriva stereotyper i högre grad än kvinnor, men uttrycker också oftare att de upplever skillnader i affärskultur mellan länderna.

Vår studie visar också att många fenomen samverkar till att skapa en nationell gravitationskraft, som för människor och företag bort från gränsen och mot nationens centrum, både fysiskt – exempelvis genom utbildningar – och mentalt – exempelvis genom kulturkonsumtionen.

Ytterligare en viktig faktor i det sammanhanget är de nyheter som företagen tar del av. I en analys av hur nationell och lokal media rapporterar om näringsliv och ekonomi från det andra landet kan vi konstatera att den gränsöverskridande bevakningen på området är låg. Näringslivet på andra sidan gränsen lyfts ofta som en referens till något som skett i det egna landet och större företag dominerar rapporteringen. Därigenom riskerar företagare att gå miste om värdefull information om potentiella marknader och kunder på andra sidan gränsen, samtidigt som en onyanserad bild av näringslivet kan öka känslan av avstånd till det andra landet.

Både norrmän och svenskar upplever att det norska intresset för Sverige är större än det som går åt motsatt håll. Mediananalysen visar dock på fler svenska artiklar om Norge än tvärtom.

Avslutningsvis lämnar vi 23 rekommendationer av hur ett fortsatt arbete med att minska de mentala gränshindren mellan Norge och Sverige skulle kunna se ut.

SEX MENTALA HINDER:

- Nationell gravitationskraft
- Att inte komma på tanken – betydelsen av omgivning och nätverk
- Att stanna i sin bekvämlighetszon
- Uppfattningen av konkreta problem och formella gränshinder
- Bilden av "de Andra"
- Skillnader i affärskultur

Medier med flest artiklar

Topp 5: Norge

1. Hegnar.no
2. e24.no
3. NRK
4. Altaposten
5. Adressa.no

Topp 5: Sverige

1. Dagens Industri
2. Svenska Dagbladet
3. Norrbottenskuriren
4. Norrländska socialdemokraten
5. Bohusläningen

Attraktionskrafter. Det finns mycket som får företagen att röra sig över gränsen. Viktiga faktorer är sociala nätverk, geografisk närhet och bra förbindelser, kulturell och språklig likhet och ekonomiska incitament.

MENTALA GRÄNSHINDER. ”Gränser som skapas, vidmakthålls och reproduceras i vardagen och som – medvetet eller omedvetet – hejdar människor eller företag från att röra sig mellan länder eller regioner. Dessa gränser kan, men behöver inte, vara relaterade till fysiska hinder (såsom en mur), geografiska hinder (breda floder, berg, ogenomträngliga skogar eller långa avstånd), juridiska hinder eller politiska hinder (såsom tull- och skattepolitik). De är däremot alltid relaterade till tidigare gjorda erfarenheter (egna eller andras), de är ofta kollektiva och de förs vidare genom berättelser om det förflutna och stereotypa bilder av de Andra. Mentala gränshinder är därmed kulturella (de är delade och de är något man lär sig) och performativa (de görs).”

FAKTORER SOM PÅVERKAR.

Geografiska variationer, branschtillhörighet och närheten till gränsen påverkar i vilken mån företagen upplever mentala gränshinder.



FOTO: ØRESUNDSINSTITUTTET

Sverre Bjørnstad,
Geno AS.



FOTO: ØRESUNDSINSTITUTTET

Erika Hansson,
Dalskidan i Sälen.

23 REKOMMENDATIONER

för det framtida arbetet mot mentala gränshinder presenteras i analysen.

Sociala nätverk har stor betydelse för företagens inställning till gränsöverskridande arbete.

Litteraturstudien i kapitel ett undersöker den norsk-svenska gränsens kulturella komplexitet med koppling till näringslivet.

50

företags-
intervjuer.

13

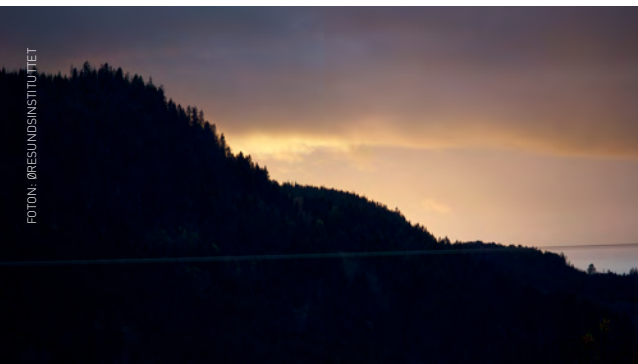
organisations-
intervjuer.

32

företag jobbar
över gränsen.

18

företag jobbar inte
över gränsen.



FOTON: GRÄNSHINDER



SUMMARY

Business activity across the Norwegian-Swedish border is extensive. But the variations in how the transnational activities along the 1600km-long border are perceived are also considerable, and they differ in different locations and sectors. In this study, we identify mental border obstacles that impede people or businesses from moving between countries or regions.

Cultural boundaries do not necessarily correspond to national borders, but can instead be based on local or regional cultural patterns, sometimes with deep-seated historical roots. However, neither the idea of a transnational camaraderie with historical foundations nor important Interreg efforts have meant that the national boundaries between Norway and Sweden have dissolved.

In light of previous research on the dynamics and complexity of the Norwegian-Swedish border, as well as research on how national boundaries are charged with significance, in this analysis we have arrived at a definition of the – to-date relatively unknown – concept of mental border obstacles.

Based on in-depth interviews with 50 entrepreneurs from small- and medium-sized companies along the entire Norwegian-Swedish border, as well as from larger localities in both countries and 13 border- and business organisations, the following six mental border obstacles for business owners between Norway and Sweden have been identified:

1. National attraction

Factors such as e.g. educational systems, politics, trade organisations and cultural services both mentally and physically draw people and companies from the border and toward the nation's core.

2. It never occurred to me – the importance of surroundings and network

Surroundings, context and network influence the degree to which the possibility to work transnationally occurs to entrepreneurs.

3. Staying in one's comfort zone

A lack of contacts and knowledge about the market and regulations raise the threshold for companies to consider working in the other country plausible. Many entrepreneurs feel that the first step is a very large one.

4. Experiencing concrete problems and formal border obstacles

Formal border obstacles and practical problems create an image of transnational work as difficult and complicated. An entrepreneur's personal attitude to the obstacles also influences how they are experienced.

5. The image of "The Others"

Stories about the differences between Norwegians and Swedes contribute to reinforcing the border and the feeling that there is something different and unknown on the other side.

6. Differences in business culture

There is a risk of misunderstandings and frustra-



THE DEFINITION OF “MENTAL BORDER OBSTACLES”

Borders that are created, upheld and reproduced in the everyday and that – consciously or unconsciously – impede people or companies from moving between countries or regions. These borders can, but do not have to, be related to physical obstacles (e.g. a wall); geographic obstacles (wide rivers, mountains, impenetrable forests or long distances); legal or political obstacles (e.g. tax- and duty policies). They are, however, always related to past experiences (one’s own or those of others); they are often collective; and they are passed on through narratives about the past and stereotypical images of the Others. Mental border obstacles are thus cultural (they are shared, and they are learned), and they are performative (they are enacted).

tion in the meeting with the other country’s business culture and traditions; such experiences and stories also contribute to increasing the border’s significance.

We have, however, also identified forces that motivate companies to work transnationally. They are primarily personal relationships, geographic proximity and communications, as well as cultural and linguistic similarities, but also experiences from working on the other side of the border, national stereotypes with a positive function, as in the “service-minded Swede”, and differences in traditions that benefit companies from another country.

One sector in which we have seen numerous examples of transnational co-operation is the tourism industry.

The attitude to business activity across national boundaries differs depending on how close to the border a company’s headquarters is located. Cultural affinities with e.g. neighbouring towns on the other side of the border tend to be greater near the border, particularly in certain stretches of the border; in this respect, Kiruna-Narvik stands out as a remarkably close-knit region. Even in a number

of other border regions, from Nord-Trøndelag and Jämtland in the north, via Hedmark, Värmland and Dalarna, to Østfold and Bohuslän in the south, the trans-border contact is frequent – which also benefits transnational business activity.

Cities that are located further from the border occasionally have a tradition of turning in another direction, e.g. away from their country’s capital city. Oslo and Stockholm are distinctive in that businesses there lack a network in the neighbouring country to a greater degree than towns along the border do; this is probably in part a symptom of geographic distances, and in part because the capital cities “are enough on their own”.

Sector identity also plays an important role in the mental border obstacles that businesses consider most inconvenient, and for how the opportunities to move over borders are perceived. The manufacturing sector, for example, often invests in a sales department of its own, with knowledge and understanding of the market on the other side of the border. Consultant businesses within IT, business development and communications emphasise the importance of networks and client proximity; thus, many conclude that they have to establish a

SUMMARY

new company and an office on the other side of the border.

Construction- and civil engineering firms are hit hard by practical border obstacles regarding e.g. customs, which leads to their perceiving them as difficult. The service companies that we interviewed appeared to be less on the offensive than many other sectors – they receive clients who cross the border regardless, without additional marketing.

The female entrepreneurs that we interviewed reported that they experience working across the Norwegian-Swedish border as more difficult than male entrepreneurs reported.

However, we have not seen any gender-related differences as regards the number of companies that operate across the Norwegian-Swedish border. In contrast, men and women differ in terms of the extent to which they use stereotypical imagery when talking about people from the other country. Men tend above all to express stereotypes more often than women, but also express that they perceive differences in the countries' business cultures.

Our analysis shows that many phenomena interplay to create a national force of attraction that draws people and businesses away from the border

and toward the nation's centre, both physically – for instance, through education programmes – and mentally – for example through culture consumption.

An additional important factor in that respect are the news that businesses access. In an analysis of how the media reports on the other country's business and economy, we have been able to confirm that trans-border monitoring of that area is low. Business on the other side of the border is often brought up in reference to something that happened in one's own country, and larger businesses dominate the reports. Because of this, entrepreneurs risk missing out on valuable information about potential markets and clients on the other side of the border; furthermore, a simplistic representation of business may increase the perceived distance from the other country.

Norwegians and Swedes both feel that the Norwegian interest in Sweden is greater than Sweden's interest in Norway. The media analysis, however, reveals a greater number of Swedish articles on Norway than the opposite.

In conclusion, we provide 23 recommendations on how a continued effort to reduce the mental border obstacles between Norway and Sweden might look (next page).



FOTO: ØRESUNDINSTITUTET

POSSIBLE INITIATIVES...

...for increasing transnational thinking among businesses

- Bring together businesses from both countries that are close to the border with workshops and seminars.
- Arrange more sector-specific networking meetings for trans-border work in cities located further from the border.
- Let "mentor companies" share their experiences.
- Recommend that companies bring people from the other country into their administrative boards in order to create a network across the border.
- Create company registers for different regions and sectors to increase the chances of finding transnational collaborative partners.
- Organise contact events with speed dating for businesses that are looking for collaborative partners.
- Create a "dating site" where businesses can look for clients, contract assignments and partners in both countries.
- Allow public procurements to be sent to businesses on the other side of the border as well.
- Reduce formal border obstacles, as they contribute to the perception that working transnationally is complicated.

...for increased information

- Provide information about business activities on the other side of the border, as well as about border services and Hallo Norden.
- Direct this information at sectors, regions and businesses according to size.
- Generate more information about mental border obstacles and research them in order to reduce them.
- Investigate whether generally accepted preconceptions of e.g. price differences and administration in Norway and Sweden are correct.

- Discuss how stereotypes about Swedes and Norwegians can be addressed and/or used in a positive way, for example in marketing.

...to increase knowledge about the other society in general

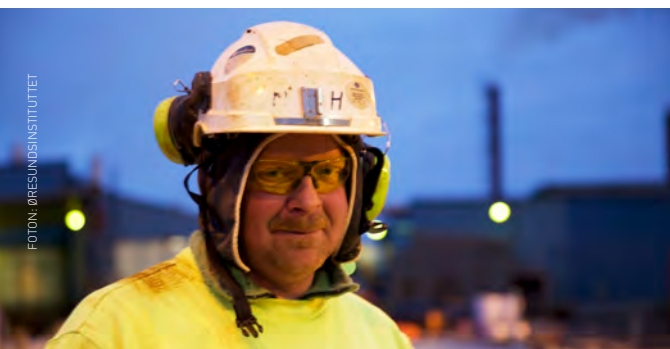
- A trans-border news service with news from the business sector would increase knowledge and the perceived sense of closeness.
- An independent organisation that promotes knowledge and exchange in the business sector could serve as a basis for a news service and networking meetings.
- Trans-border cultural collaborations can lead to greater reciprocal knowledge and reduce stereotypical images.

...for increased knowledge and exchange in education

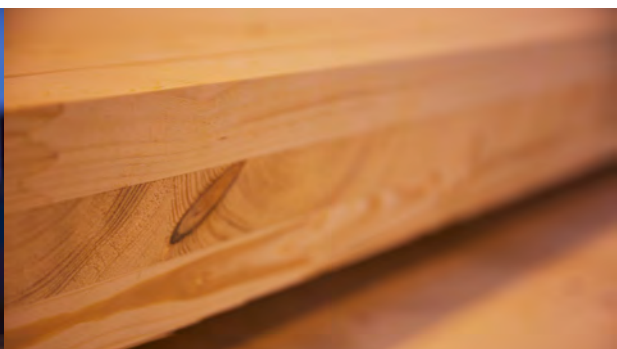
- Promote studies abroad in Norway and Sweden in order to create contacts, increased knowledge about the neighbouring country, and a sense of closeness.
- Promote exchange in educational programmes to increase knowledge about the job market and regulations in the other country.
- Increase information in vocational education programmes about the job market and regulations in the other country.

...for trans-border social networks

- School twinning and pen-pals between the countries, as well as shared activities close to the border, build networks for the future.
- Shared extracurricular activities in music and sports can reinforce the trans-border social network.
- It is believed that trans-border work is related to personal relationships; a Swedish-Norwegian dating site could contribute to this.



FOTON: ØRESUNDSINSTITUTTET



INLEDNING – OM STUDIEN

Norge och Sverige är viktiga handelspartners. Båda står på varandras topp tre-lista över största export/import-länder och inom näringslivet finns en lång och stark tradition av att arbeta över den norsk-svenska gränsen. Men den fulla potentialen är långt ifrån uppnådd. Praktiska och mentala gränshinder får företag att avstå från att ge sig in på det andra landets marknad, för att exempelvis exportera/importera, marknadsföra sig eller rekrytera.

Detta är bakgrunden till ”Mentala gränshinder”, en studie utarbetad av Øresundsinstitutet i samarbete med Fredrik Nilsson, professor i etnologi vid Lunds universitet. Det är troligen den mest omfattande studie som hittills gjorts av hur företagare i Norge och Sverige ser på att arbeta över gränsen och in i varandras länder. 63 längre intervjuer, varav ett 50-tal med företagare och övriga med relevanta organisationer, har genomförts. Intervjuerna har använts för att identifiera vilka mentala gränshinder som finns mellan de båda länderna, var de är starkast och svagast och hur de verkar. Men de har också visat på krafter som för länderna samman.

Studien ”Mentala gränshinder” har gjorts på uppdrag av Interregprojektet ”Gränsmöjligheter

ter. En 161 mil integrerad arbetsmarknad längs norsk-svenska gränsen”, med nio deltagare från Norge och Sverige. Projektägare är Hedmarks Fylkeskommune och Länsstyrelsen i Värmland.

Interregprojektet Gränsmöjligheter har som mål att öka företaget över den norsk-svenska gränsen. Det är bakgrunden till att den här analysen beställts, men själva studien av hur företagare ser på att arbeta över gränsen och vilka mentala gränshinder som förekommer är oberoende, och har utförts av Øresundsinstitutet och Lunds universitet enbart i syfte att efter bästa förmåga beskriva verkligheten. I slutet lämnas rekommendationer på hur man utifrån företagets uppfattning och upplevelser av att jobba över gränsen kan arbeta vidare med dessa frågor.

FAKTA: GRÄNSMÖJLIGHETER

- ”Gränsmöjligheter. En 161 mil integrerad arbetsmarknad längs norsk-svenska gränsen” är ett treårigt projekt med syftet att arbeta för utökad gränsöverskridande verksamhet mellan Norge och Sverige. Projektet finansieras genom Interreg Sverige-Norge, som är ett EU-program för gränsöverskridande samarbete.
- Målet med projektet är att öka möjligheterna för företag i Norge och Sverige att utan hinder röra sig över en större gränsöverskridande marknad, samordna arbetet med gränshinder för näringslivet och att riva mentala gränshinder.
- Hedmarks Fylkeskommune och Länsstyrelsen i Värmland är projektägare och övriga deltagare i projektet är Fylkesmannen i Hedmark och Svinesunds-kommittén. Medfinansierare är Arbetsförmedlingen, Mittnordnordkommittén, NAV, Västra Götalandsregionen och Østfold fylkeskommune.
- Projektet löper från den 1 september 2016 till den 31 augusti 2019, och har en budget på cirka 1,4 miljoner euro.

DEFINITION AV MENTALA GRÄNSHINDER

”Gränser som skapas, vidmakthålls och reproduceras i vardagen och som – medvetet eller omedvetet – hejdar människor eller företag från att röra sig mellan länder eller regioner. Dessa gränser kan, men behöver inte, vara relaterade till fysiska hinder (såsom en mur), geografiska hinder (breda floder, berg, ogenomträng-

liga skogar eller långa avstånd), juridiska hinder eller politiska hinder (såsom tull- och skattepolitik). De är däremot alltid relaterade till tidigare gjorda erfarenheter (egna eller andras), de är ofta kollektiva och de förs vidare genom berättelser om det förflutna och stereotypa bilder av de Andra. Mentala gränshinder är därmed kulturella (de är delade och de är något man lär sig) och performativa (de görs).”

Mentala gränshinder är ännu inte något välkänt begrepp – även om forskningen länge talat om mentala gränser – men används för att beskriva de faktorer som bortsett från praktiska, formella och informella gränshinder försvårar för och får människor och företag att avstå från att röra sig över gränsen. Analysarbetet har skett utifrån följande definition, som tagits fram av Fredrik Nilsson vid Lunds universitet i samarbete med Øresundsinstitutet:

”Mentala gränshinder: Gränser som skapas, vidmakthålls och reproduceras i vardagen och som – medvetet eller omedvetet – hejdar människor eller företag från att röra sig mellan länder eller regioner. Dessa gränser kan, men behöver inte, vara relaterade till fysiska hinder (såsom en mur), geografiska hinder (breda floder, berg, ogenomträngliga skogar eller långa avstånd), juridiska hinder eller politiska hinder (såsom tull- och skattepolitik). De är däremot alltid relaterade till tidigare gjorda erfarenheter (egna eller andras), de är ofta kollektiva och de förs vidare genom berättelser om det förflutna och stereotypa bilder av de Andra. Mentala gränshinder är därmed kulturella (de är delade och de är något man lär sig) och performativa (de görs).”

Utifrån definitionen och de 63 intervjuerna har sex mentala gränshinder identifierats. Dessa är:

Nationell gravitationskraft

Faktorer så som exempelvis utbildningsväsen, politik, branschorganisationer och kulturutbud för både mentalt och fysiskt människor och företag bort från gränsen och in mot nationens centrum.

Att inte komma på tanken – betydelsen av omgivning och sociala nätverk

Omgivning, sammanhang och nätverk påverkar i vilken grad företagare kommer att tänka på möjligheten att arbeta över gränsen.

Att stanna i sin bekvämlighetszon

Brist på kontakter och kunskap om regler och marknad höjer tröskeln för att företag ska uppleva det som möjligt att arbeta i det andra landet. Många företagare upplever att det första steget måste vara stort.

Upplevelsen av konkreta problem och formella gränshinder

Formella gränshinder och praktiska problem skapar en bild av att det är jobbigt och komplicerat att arbeta gränsöverskridande. Företagarnas egen inställning till hindren påverkar också hur de upplevs.

Bilden av ”de Andra”

Berättelser om skillnader mellan normmän och svenskar bidrar till att förstärka gränsen och känslan av att det är något annat och okänt som finns på andra sidan.

Skillnader i affärskultur

Missförstånd och frustration riskerar att uppstå i mötet med det andra landets affärskultur och traditioner, samtidigt som dessa erfarenheter och berättelser också bidrar till att öka betydelsen av gränsen.

Det finns samtidigt många faktorer som fungerar i motsatt riktning och får företagare att arbeta över gränsen, vilket diskuteras i kapitel 9 Attraktionskrafter som lockar företag över gränsen.

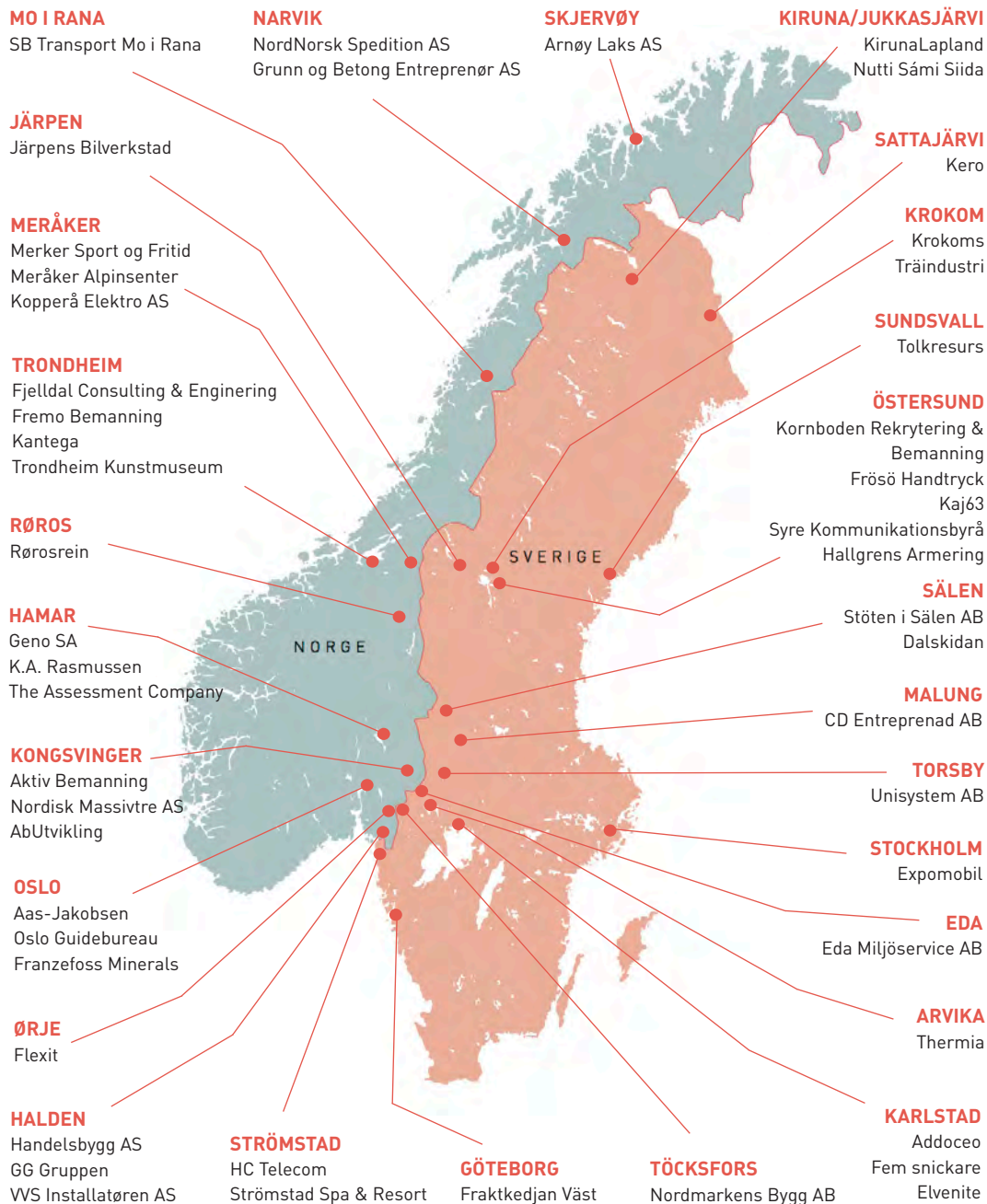
Rapporten omfattar också en analys av medias rapportering av näringsliv och ekonomi i det andra landet. Media spelar en viktig roll i sammanhanget, dels eftersom brist på kunskap skapar en barriär för att ta sig in på det andra landets marknad och dels eftersom en onyanserad mediebild av det andra landet ökar känslan av olikheter mellan länderna.

Analysen visar att svenska medier rapporterar mer om näringslivet i Norge än vad norska medier

INLEDNING - OM STUDIEN

gör om det svenska. Den visar också att man sällan rapporterar kring händelser i näringslivet som inte har med det egna landet att göra. Det är vanligt att det andra landet används som referens, och ofta som en positiv sådan.

Medieanalysen har genomförts med hjälp av medieverktyget Meltwater utifrån ett antal sökord för näringsliv, geografiska platser samt ekonomi. Sökningen har begränsats två veckor, en vecka vardera under 2015 och 2016.



METOD

En kvalitativ metod har använts i analysarbetet, i form av djupintervjuer med företrädare för 48 små eller medelstora företag – 24 norska och 24 svenska – samt en svensk ekonomisk förening och ett offentligt norskt museum. Dessutom har 14 företrädare från 13 företagar- eller gränsorganisationer intervjuats. De flesta intervjuerna med företagare har genomförts på plats i Norge och Sverige. De övriga, liksom intervjuerna med organisationsföreträdare, har gjorts per telefon. Ytterligare ett mindre antal gräns- och företagarorganisationer, utöver de 13 ovan nämnda, har svarat på en kortare frågeenkät via mejl. Intervjupersonerna har beretts tillfälle att läsa och kommentera de delar av texten där deras citat och referenser till dem förekommer.

Just eftersom begreppet mentala gränshinder ännu inte är så välkänt och att det därför kan finnas en risk för missförstånd och felaktiga associationer har själva begreppet inte använts i de intervjuer som genomförts i samband med denna studie. Innebörden i det som efterfrågats har dock varit detsamma.

Företagen har hittats genom en bred research, som bland annat omfattar tips från kommunernas näringslivskontor, gräns- och företagarorganisationer, företrädarna för Gränsmöjligheter och sökningar i olika företagsregister. Metoden har valts eftersom ett slumpmässigt urval av företag skulle ge alltför många träffar på företag som inte är relevanta för den här typen av undersökning.

Intervjuerna med den ekonomiska föreningen och museet ger perspektiv på branscher och verksamhetsformer vars erfarenheter liknar och kompletterar dem som företagen representerar. Även urvalet av organisationer har gjorts i samråd med företrädarna för Gränsmöjligheter och omfattar de flesta gränsorganisationer längs den norsk-svenska gränsen, samt ett urval av både norska och svenska företagarorganisationer från norr till söder.

De intervjuade företagen finns längs hela den norsk-svenska gränsen, från Tromsø i norr till Strömstad i söder. Dessutom har intervjuer

genomförts med företag i Stockholm, Oslo, Göteborg och Sundsvall. Storleken på företagen varierar från några få upp till cirka 250 anställda.

I de flesta fall har intervjun gjorts med företagets vd, ägare/delägare eller styrelseordförande. Cirka en femtedel av intervjuerna har gjorts med någon annan i företaget, vanligtvis med en underchef. Majoriteten av företagen arbetar på något sätt över gränsen – genom exempelvis export eller import av varor eller tjänster, rekrytering, marknadsföring, samarbete eller att de har kunder från andra sidan gränsen – men drygt en tredjedel har ingen gränsöverskridande verksamhet för tillfället.

Företagen tillhör ett brett spektrum av branscher, från tjänsteföretag inom it och kommunikation till hantverkare och andra företag inom bygg- och anläggning. Intervjuerna omfattar också företag inom bland annat besöksnäring och turism, industri och tillverkning, bemanning och rekrytering, transport och spedition, fastighet, service, handel, lantbruk och livsmedel, samt tillverkning av hantverksprodukter.

31 procent av de intervjuade företagen är kvinnor och 69 procent är män.

Ytterligare ett perspektiv som eftersträvats men fått stå tillbaka till förmån för geografi, bransch, kön och storlek på företaget är etnicitet.

Underlaget i studien är alltför litet och vidare studier krävs för att det ska gå att dra några slutsatser kring vilken eventuell betydelse etnicitet har för företagandet över gränsen.

En fullständig lista över intervjuföretag och -organisationer finns i analysens appendix.

En beskrivning av metoden för medieanalysen finns i kapitel 8 "Medieanalys av näringslivet över gränsen" och en förteckning över de sökord och medier som inkluderats finns även de i analysens appendix.

I appendix finns också en litteraturlista över tidigare forskning i ämnet.



KAPITEL 1

Mentala gränshinder och den svensk-norska gränsens kulturella komplexitet

Trots betydande kunskapssatsningar tycks mentala gränshinder vara svåra att bryta ned. I det här inledande kapitlet kommer Fredrik Nilsson, professor i etnologi vid Lunds universitet, att ägna särskild uppmärksamhet åt till synes motstridiga tendenser kring gränsens genomsläpplighet och seghet som träder fram i tidigare gjorda studier av den svensk-norska gränsen. Texten avslutas med en definition av mentala gränshinder samt en summering där frågan om sådana gränshinder relateras till de utmaningar som det transnationella, transregionala eller translokala näringslivet står inför.

”Svenska företag som gör affärer med Norge har många gånger dåliga kunskaper om tull- och skatteregler i Norge. Många glömmer att Norge står utanför EU-handelsfrihet vilket leder både till ökade utgifter och frustration över allt pappersarbete som måste göras.”

På detta vis inleddes en artikel, publicerad av Sveriges Radio (24/2 2016), med den dystra rubriken ”Svenska företag har dåliga kunskaper om norska tullavgifter”. I artikeln intervjuades den svenska kläddesignern Camilla Thulin som hade fått betala höga tullavgifter. Thulin berättade, med viss frustration, att hennes företag hade följt det norska tullverkets instruktioner, men utan framgång: ”Vi får ändå ingen ordning på det. Vad är problemet? Vad gör vi för fel? Och vad blir konsekvenserna? Våra norska fina kunder blir sura och kanske inte vill handla från oss längre, och det

vore ju en katastrof för det är mycket bra kunder”.

Även Charlotte Sandstedt Nordmark, revisor och VD vid det norska företaget KGH kundservice, intervjuades och enligt henne var kunskapsbristen omfattande:

”Problemen bland företagare som vi ser är nog bara toppen av ett isberg”.¹

Föreställningen om ett kunskapsbehov bland företag som verkar över den svensk-norska gränsen är ett återkommande tema i media. Kunskapsfrågan är även central i flera studier rörande utvecklingspotentialen vid den svensk-norska gränsen (se t.ex. Berger, Forsberg & Ørbeck 2007:7, 11, Olsson, Hauge & Ericsson 2012a:5). Men kunskapsbrist eller -behov är också en fråga som inte enbart är knuten till svensk-norska gränslandskap. I Nordiska gränskommittéer och gränsöverskridande myndighets-

-integration påpekas att kunskapsfrågan är avgörande i alla transnationella regioner:

”Först och främst spelar språkskillnader och bristande kunskap om varandras kultur stor roll för svårigheterna att samarbeta över gränsen [...] Gränskommittéerna benämner den här bristande kunskapen om grannländernas språk, kultur och samhällsstrukturer för de ”mentala gränshindren” och i stort sett alla anser att den här mentala gränsbarriären är den svåraste att bryta ned och kräver ständigt arbete.” (Nordic Centre for Spatial Development, Nordregio 2010:16)

Kunskapsbrist blir här synonymt med mentala gränshinder. I föreliggande text diskuteras varför mentala gränshinder tycks vara svåra att bryta ned, trots betydande kunskapsinsatser. Särskild uppmärksamhet kommer att ägnas åt till synes motstridiga tendenser som träder fram i tidigare gjorda studier av den svensk-norska gränsen. I två inledande avsnitt redogörs för studier som betonar gränsens genomsläpplighet och hur denna kan förklaras. Därefter följer två avsnitt som ska bidra till att förklara gränsens seghet. Texten avslutas med en definition av mentala gränshinder samt en summering där frågan om sådana gränshinder relateras till de utmaningar som det transnationella, transregionala eller translokala näringslivet står inför.

Interreg-satsningar och Sveno-mentalitet

Den Europeiska Unionen (EU) har som ambition att skapa en sammanhållen europeisk marknad – målet är ett friktionsfritt flöde av människor, kapital, varor och information över nationsgränser inom EU. Interreg har varit och är fortsättningsvis ett viktigt medel för att uppnå målet.

Organisationen formulerar sig på följande vis: ”European Territorial Cooperation (ETC), better known as Interreg [...] provides a framework for the implementation of joint actions and policy exchanges between national, regional and local actors from different Member States. The overarching objective of European Territorial Cooperation (ETC) is to promote a harmonious economic, social and territorial development of the Union as a whole”.²

I en del fall eftersträvas liknande gränsöverskridande harmoni med stater utanför EU. Mer än 200 miljoner euro har till exempel investerats i svensk-norska projekt under de senaste två decennierna (Medeiros 2014:92). I Barrier Effect and Cross-Border Cooperation hävdar geografen Edu-

ardo Medeiros att satsningen varit framgångsrik:

”Our overall findings show that the border permeability has been increasing [...] and this initiative has produced significant outputs to reduce the barrier effect [...] In conclusion, the results show that the territorial impacts of the Swedish-Norwegian programme have been extremely positive.” (2014:101)

De positiva effekterna är intressanta och kanske anmärkningsvärda om man betänker att den svensk-norska gränsen är en av de längsta i världen mellan två stater samtidigt som det även är EU:s yttre gräns.³ Trots denna långa och dubbla gränsdragning anses alltså projekten ha haft en positiv inverkan: De gav ett avsevärt bidrag ”to the reduction of the barrier effect in all its dimensions” (Medeiros 2014:97).

I klartext betyder detta att kontaktytorna mellan människor i gränsområdet har blivit fler till följd av att antalet vägar och transportmöjligheter har ökat, gränshandeln har tilltagit och i vissa delar av gränsområdet har företagsetableringarna ökat (Medeiros 2014:96-97, se även Medeiros 2017).⁴ Nedmonteringen av barriären betraktas som välkommen eftersom riksgränsen tidigare skapat en ”psykologisk separation” mellan nationerna och därmed försvårat ekonomisk utveckling (2014:90). Medeiros är inte ensam om att lyfta fram en allt intensivare handel och rörelse över nationsgränsen.

Sociologen Eva Olsson påpekar att riksgränsen förvisso kan vara ett praktiskt hinder, men betonar samtidigt att gränsen – åtminstone i vissa delar av Värmland – inte utgör ett ”mentalt hinder”:

”Att arbeta i Norge men vara bosatt på den svenska sidan ingår i en gränsmantalitet och är en del av en livsstil [...] Den norska sidan av gränsen tillhör hemregionen i lika hög grad som den svenska – Årjängs- och Edaborna har sedan länge införlivat en regionförstoring i sin livsstil [...] Det finns en särskild mentalitet – kanske kan den kallas för Sveno-mentalitet.” (2011a:76-77)

En särskild gränsmantalitet har således uppstått och pendling har blivit en vardagsvana.

I ”På gränsen. Interaktion, attraktivitet och globalisering i Inre Skandinavien” (Ericsson, Hauge & Olsson 2012b) pekar analyser av pendlingsmönstren i samma riktning (Ørbeck & Gløtvold-Solbru

2012, Gottfridsson, Olsson, Möller & Öjehag 2012).⁵ Åtskilliga studier betonar även gränshandelns positiva utveckling. Som exempel används ofta de kraftiga investeringarna i köpcentra i Töcksfors och Charlottenberg som har attraherat köpstarka norrmän (Aronsson & Berger 2011:1). I "Hur uppfattar värmlänningarna Norge?" betonas återigen att gränshandeln har haft en "explosionsartad" utveckling, vilket anses ha gynnat Eda och Årjäng (Braunerhielm & Olsson 2016:272). Ovan nämnda studier påminner oss om att gränser är "engines of connectivity" (Rumford 2014:3) som bidrar till att skapa rörelse över gränsen. Dynamiken uppstår eftersom gränsen markerar skillnad och skapar incitament för utbyte och rörelse (jfr Gottfridsson 2012:16, Ørbeck, Olsson, Hauge & Ericsson 2012:20).⁶

Det finns emellertid här anledning att påminna om att gränsen även tidigare har varit genomsläpplig; det fanns betydande transnationella kontaktytor före den så kallade psykologiska separationen. Genom att kort fästa blicken på dessa kan vi lära oss något om relationen mellan kultur- respektive nationsgränser, vilket också är av betydelse för frågan om mentala gränshinder.

Kulturgränser och transnationella gemenskaper

I Sverige begav sig folklivsforskare tidigt ut på fältarbeten i syfte att undersöka svensk folkkultur. Som ett led i detta uppmärksammades så kallade kulturgränser och gränsöverskridande regioner. I "Svenska gårdstyper" (Erixon 1919) redogjordes för kulturella gränsdragningar mellan olika geografiska områden inom nationen, men studien visade dessutom att en och samma gårdstyp kunde återfinnas på andra sidan av riksgränsen (Erixon 1919:28) vilket sågs som ett uttryck för gränsöverskridande kulturella gemenskaper. I "Svensk byggnadskultur och dess geografi" (Erixon 1922), för att synliggöra ännu ett exempel, betonades att riksgränser inte alltid fungerade som barriärer. Det förekom bland annat ett "intimt kultursammanhang" mellan delar av Värmland i Sverige och Östlandet i Norge (1922:254).⁷

Kontaktytorna över gränsen har förstås även

uppmärksammats i andra studier. Skogsindustrin byggde på kontakter och samarbeten över gränsen, både vad det gäller produktion och konsumtion (Stubberud 2007:43). Även arbetsvandringarna har en lång historia och åtskilliga svenskar begav sig till Kristiania under 1800-talets senare del (Karlssohn 2011:21). Utöver dessa exempel finns det också en tradition av gränsöverskridande kärlek i form av transnationella äktenskap (Grimrud 2007:18). Genom samarbeten, arbetsvandringar och släktband uppstod en känsla av gemenskap där kulturgränsen inte följde nationsgränsen.

Relationen mellan kultur- och nationsgränser har fortsatt att intressera kultur- och samhällsvetenskaperna.⁸ I den flervetenskapliga studien "Kartan i kulturforskningens tjänst" (1997) definierades kulturgränser som "sega, tidsmässigt djupt förankrade strukturer inom ett geografiskt rum". Forskarna intresserade sig således inte för politiska, institutionaliserade, erkända riksgränser, utan komplexa kulturgränser som skapats över lång tid och som ofta är av "mental natur" (Edlund 1997:7). Studien hade som ambition att synliggöra sådana gränser, men också krafter som kan påverka och radera kulturgränser (Lars-Erik Edlund 1997:5).⁹ I samma volym påpekade etnologen Phebe Fjellström att kulturgränser må vara osynliga på kartor, men de existerar inte desto mindre som en slags mentala kartor:

Inom en region som omsluts av dessa oftast flexibla och osynliga linjer upplever människor att de delar samma värderingar, beteenden, arbetsliv och materiella ting – kort sagt att de hör samman inom detta sitt " eget " kulturområde. De har således en gemensam identitet och de omslutande kulturgränslinjerna blir därmed en identifikationsfaktor. (1997:52)

När Morokulien 1959 skämtsamt utropades som en svensk-norsk mikronation vilade detta på sådan grund, dvs. idén om kulturgränser som inte följer riksgränsens dragning och därmed förekomsten av en transnationell gemenskap.¹⁰ Den tidigare nämnda Svenomentaliteten kan betraktas som ytterligare ett sådant exempel. Idén om transnationell gemenskap uttrycks även av Region Värmland:

Kulturgränser sammanfaller således inte nödvändigtvis med nationens gränser, utan kan bygga på lokalt/regionalt utformade kulturmönster (eller mentala kartor) med ibland djupa historiska rötter.



FOTO: ØRESUNDINSTITUTET

”Mellan Sverige och Norge finns dessutom starka personliga och sociala band, en kulturell och språklig närhet och i vissa stycken en gemensam historia. Det gör att relationen mellan länderna är betydligt djupare än gentemot andra handelspartners.” (2013:7)¹¹

Kulturgränser sammanfaller således inte nödvändigtvis med nationens gränser, utan kan bygga på lokalt/regionalt utformade kulturmönster (eller mentala kartor) med ibland djupa historiska rötter. Men varken föreställningar om en transnationell gemenskap förankrad i historien eller betydande Interreg-satsningar har inneburit att nationsgränsen har försvunnit.

Formella gränshinder och negativa stereotyper

I ”Gränslöst liv? En studie av två gränskommuner i Värmland (Eda och Årjäng)” konstateras att västra Värmland förvisso har dragit nytta av Osloregionens dynamiska utveckling. En gränsöverskridande regionförstoring har ägt rum och denna kommer bland annat till uttryck genom ökad arbetspendling från Sverige till Norge, fler inköpsresor än tidigare från Norge till Sverige samt fler norskägda bostäder och fritidshus i Sverige. Trots denna utveckling anses emellertid gränsen ännu utgöra ”en barriär för fortsatt regionförstoring” (Olsson, Berger & Gottfridsson 2011:6). Barriären är till viss del ett resultat av nationernas olika administrativa och ekonomiska system respektive juridiska regelverk, dvs. sådant

som vanligtvis benämns formella gränshinder (jfr Nordregio 2010:15-16).

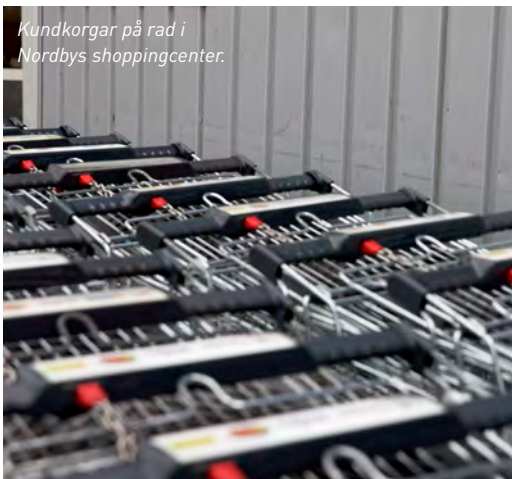
I studien ”Perifera platser på gränsen till omvandling” hävdar kulturgeografen Svante Karlsson att den gränsöverskridande svensk-norska handeln befinner sig i en problematisk situation till följd av att den regionala marknadens aktörer inte styr över nationella regelverk eller växelkurser:

”Gränshandel har präglats av en slags permanent tillfällighet där affärsmän och fastighetsägare intagit en avvaktande inställning som resulterat i svagt utvecklade vilja att genomföra omfattande investeringar.” (Karlsson 2011:20)¹²

I en annan studie poängterar Alf Sundin och Svein Erik Hagen att formella hinder i form av förvaltningsregimer har resulterat i en brist på samverkan över nationsgränsen (2007:37-38). Men det är inte bara formella hinder som skapar problem. Den så kallade invasionen av konsumtionslystna normmän har givit upphov till ambivalens och stereotypa berättelser om de Andra: Normmännen står inte i kö, de ska bara betala (Olsson 2011b:56).

Ett snarlikt resultat redovisas i ”Gress. Att göra regionala skillnader till en styrka”:

”Effekterna av ekonomisk utveckling är dock inte alltid enbart positiv. Förutom negativa effekter på miljön, kan lokala kulturer riskera att utarmas och relationer mellan grupper drabbas



Kundkorgar på rad i Nordbys shoppingcenter.

av negativa effekter när utvecklingen går för snabbt.”(2013:5)

Lite längre fram är rapporten mer explicit:

”De större gränshandelsorterna har i stor utsträckning anpassat sig till norska ’shoppare’, vilket bidragit till en negativ inställning bland lokalbefolkningen” (2013:21-22, jfr Möller, Olsson & Öjehag 2012).¹³

Förekomsten av stereotypa berättelser om grann- eller broderfolk är på inget sätt unikt för det svensk-norska gränsområdet. Med utgångspunkt i den svensk-danska gränsen finns det rikligt med studier som undersöker bilder av eller berättelser om ”svensken” respektive ”dansen” (t.ex. Linde-Laursen 1995, Alsmark 2010). Vad som karakteriserar sådana berättelser är att de producerar bilden av annorlundahet, vilket för övrigt också noterats i studier av svensk-norska relationer (Tolgensbakk 2014a).¹⁴ Berättelserna om norska konsumenter kan därmed betraktas som uttryck för mentala gränsdragningar, de representerar ett sätt att känna, tänka och tala om de Andra som annorlunda eller avvikande.

Möjligtvis ska friktionen i gränsområdet dessutom ses som en indikation om en försvagad, transnationell gemenskap. Kari Vangsgården Stubberud respektive Gro Marit Grimsrud hävdar till exempel att känslan av gemenskap successivt har avtagit i gränsområdet (Stubberud 2007:44, Grimsrud 2007:18).¹⁵

Idén om en försvagad gemenskap måste förstås i relation till gränsområdets historia. Som nämnts

byggde skogsindustrin på gränsöverskridande samarbeten, vilket resulterade i en känsla av kulturell gemenskap. Men när den vardagliga interaktionen upphör, blir mer sällsynt eller på andra sätt förändras, så försvagas alltså, enligt somliga, även känslan av gemenskap: de mentala kartorna ritas om.

Det finns således olika uppfattningar om gränsens genomsläpplighet. Vissa studier menar att gemenskapen successivt försvagas genom etableringen av två distinkta nationalstater med olika administrativa, ekonomiska och juridiska system. Enligt andra existerar gränsöverskridande gemenskaper i delar av gränsområdet och dessa kan förstärkas till följd av att kontaktytorna numera ökar: den psykologiska separationen minskar genom att gränsen är på väg att bli mer genomsläpplig. Ytterligare andra studier tycks dock indikera att en ökad gränshandel inte nödvändigtvis skapar en starkare transnationell gemenskap eller ens minskar den psykologiska separationen mellan nationerna. Kapital och människor förefaller röra sig snabbt i gränsområdet, men en mental gräns består, vilket bland annat kommer till uttryck i stereotypa berättelser om norrmän och en ominös känsla av invasion. I Medeiros senaste studie anas de facto viss oro just inför gränsens sega motstånd:

”In sum, the future of the INS INTERREG looks bright, as long as the financial and institutional capacity is maintained and increased, and if it’s main strategic goals are focused on the reduction of the prevailing border obstacles, and on the valorisation of the border regions’ territorial capital.” (2017:156, vår kursivering)

Gränsen förefaller sålunda utgöra ett latent hot eller problem trots att 200 miljoner euro investerats. Hur ska gränsens seghet förklaras? Det finns studier som har tangerat denna fråga.

Bruksmentalitet och nationella gemenskaper

I studien ”Mentalitet som gränshinder” undersökte kulturgeografen Sune Berger den särskilda bruksmentalitet som anses vara framträdande i Värmland.¹⁶ Jämfört med den tidigare nämnda Svenomentaliteten har den helt andra företecken. Bruksmentaliteten karakteriseras av låg social rörlighet samt tydliga skillnader mellan olika sociala grupper; det är en ”sluten orörlig värld med få möjligheter till alternativ eller förändringar [...] man väntar på order uppifrån” (Berger 2007:70).¹⁷ Bruksmentaliteten innebar att gränsen till Norge utgjorde en barriär, även om en förändring kunde skönjas.

Anledningen till förändringens långsamhet är att människors mentalitet, dvs. kollektiva normer, attityder och vardagliga vanor, formas av bland annat socioekonomiska villkor.¹⁸ Mentalitet ska alltså inte förväxlas med en personlig roll som den enskilda individen med lätthet kan gå in i, och ut ur, i stället är mentalitet ett resultat av kulturellt formade vardagsvanor och ofta oreflekerade förhållningssätt (jfr Berger 2007:69-71, Daun 1989/1998:24-28).

Samma kulturellt formade seghet har uppmärksamats i studier av nationella mentaliteter eller identiteter. Etnologen Jonas Frykman poängterar att vad som uppfattas som svensk mentalitet är ett resultat av nationella berättelser eller myter om svenskhet som under lång tid har reproducerats i bland annat skolundervisning, skönlitteratur, populärkultur och muntligt berättande (1993:201). Dessa lägger grunden till en känsla av gemenskap med människor som man aldrig har och aldrig kommer att träffa. Det handlar om vad Benedict Anderson (1983) har kallat föreställda gemenskaper, *imagined communities*, som formas av både formella och informella läroprocesser.

Nationella mentaliteter ska alltså, i likhet med både Sveno- och bruksmentalitet, inte uppfattas som en egenskap man föds med, i stället är det något som man successivt insocialiseras i:

”Det handlar om det ofta oreflekerade sättet att leva: hur man talar, äter, sover och älskar” (Ehn, Frykman och Löfgren 1993:14).

Nationella mentaliteter är sålunda förankrade i vardagliga vanor, vilket den svensk-danske etnologen Anders Linde-Laursen (1995) belyst med föredömlig tydlighet i en analys av olika rutiner för diskning i Sverige respektive Danmark.¹⁹

Eftersom mentaliteter är ett resultat av ofta informella läroprocesser så ska det inte förväna att aktörer som pläderar för gränsoverskridande samarbeten både efterlyser formella och informella kunskapsutvecklingar. Medeiros betonar till exempel behovet av transnationella sportaktiviteter som ungdomar kan engagera sig i och därmed utveckla transnationella kompetenser (2011:20-21).²⁰

Med utgångspunkt i förståelsen av det nationella som resultat av formella och informella läroprocesser har etnologen Orvar Löfgren (1993) undersökt

hur den svensk-norska gränsen förvandlats till en kulturgräns som i likhet med andra gränser kommunicerar särart och väcker känslor. Riksgränsen var ju, som tidigare påpekats, länge genomsläpplig med en omfattande svensk migration till Norge under 1800-talet och giftermål över gränsen var inte heller ovanliga. Dessutom var det vanligt med norska arbetsvandringar till Sverige och dessa

fortsatte långt in på 1900-talet.

Men en kulturgräns tog trots det form. När Bohuslän och Östlandet separerades av den politiska gränsen etablerades successivt nya kompetenser, vanor och känslöstämningar: Att korsa nationsgränsen blev ”ett slags territoriell

rite de passage, uppmärksamheten riktas mot det särskiljande” (Löfgren 1993:84).

Skillnaderna kan vara dramatiska, men lika ofta handlar det om detaljer såsom att gränsen diskret markeras ”av att vägens gula mittlinje plötsligt blir vit” eller att ”älgarna byter från promenadtakt till snabb trav på trafikskyltarna” (Löfgren 1993:81).²¹ Man lär sig sålunda att se och värdera världen med utgångspunkt i gränsen. Den värderande blicken förstärks genom att gränslandskap fylls med känslor där längtan, rädsla, fascination och irritation samsas om utrymmet (jfr Donnan & Wilson 2001, Nilsson 2010). Den tidigare nämnda friktionen vid gränsovergångarna är ett uttryck för just detta, dvs. nationsgränsens förvandling till kulturgräns och därmed också det nationellas överraskande seghet (i denna och andra transnationella regioner). Men friktion uppstår inte enbart vid gränsovergångar, eller snarare: gränser görs performativt på en mängd olika platser, vilket innebär att gränser är en i kulturell mening komplex materia.

Performativa gränser

Globaliseringens löfte om en gränslös värld låter ännu vänta på sig. I själva verket har antalet gränser ökat (Rumford 2009:1-3, 2014:24) och situationen i EU tycks snarlik. Schengenavtalet har inte resulterat i ett friktionsfritt gränsoverskridande flöde av varor, information, kapital och människor, utan gränser tycks vara både genomsläppliga och slutna (Andersen, Klatt & Sandberg 2012:6). Detta beror förstås på att gränser inte är demokratiska; de är asymmetriska membran där somliga släpps igenom, andra inte (Balibar 2002/2011:81-83, Rumford 2014:14). Men det beror också på att vad som benämns ”border work” har förändrats och att det numera existerar ”multiple sites of

bordering” (Rumford 2014:13). Tullstationer finns sällan på själva gränsen och tullpersonal är, i likhet med kustbevakning, ofta mobila och verksamma i en vagt definierad gränzon eller gränsområde.²² Gränser är på så sätt utlokaliserade i det nationella rummet och kan dessutom utföras av andra än statliga myndigheter (Balibar 2002:89-94). Exempelvis anlitas privata vaktbolag för att utföra identitetskontroller på flygplatser och privata resebyråer kontrollerar pass i samband med beställningar av resor. Även så kallat vanliga människor utför grännsarbete genom att ringa myndigheter när de uppfattar något ”misstänkt” vid gränsen eller genom att markera gränsen med symboler såsom nationsflaggor.

Chris Rumford, professor i politisk sociologi och grännsforskare, menar följaktligen att gränser ”are increasingly dispersed throughout society” och återfinns på platser där det finns en formell eller informell kontroll av information, människor och varor (2014:11).²³ Det performativa anslaget betonar dessutom att gränser görs genom ”narrative fixing” (Rumford 2014:69), dvs. genom berättelser om gränsen eller om vad som finns på andra sidan. I likhet med Rumford poängterar därför antropologen Madeleine Reeves att det är fruktbart att undersöka narrativa praktiker som bidrar till att skapa gränser, även sådana som är knappt skönjbara (2014:6).

Ett performativt gränsperspektiv understryker även att gränser aldrig är helt stabila:

”The fixity of the border can never be taken for granted [...] borders must be made and remade on a regular basis if they are to function as designed” (Rumford 2014:56).

Men grännsarbete handlar inte bara om vidmakthållande av gränser, utan också om nedmontering av gränser.

”Borderwork highlights the ways in which non-state actors can be involved in the process of bordering, not just as advocates of stronger borders (nationalists) or as actors who utilize the borders for their own ends (traffickers, ’booze cruisers’). Citizens increasingly make, shift and dismantle borders of all kinds [...]” (Rumford 2014:27)

I överförd mening innebär detta att gränser görs och överskrids då transnationella ekonomiska affärsavtal eller strategier diskuteras, oavsett om

detta sker i direkt anslutning till gränsen eller på ett kontor långt från själva gränsen; när norrmän respektive svenskar beskrivs med hjälp av negativa stereotyper eller; när det levereras förväntansfulla utspel om en gemensam framtid som vilar på föreställningen om en gemensam historia. Om gränser betraktas ur detta performativa perspektiv, om grännsarbete betraktas som en process som rymmer både stabilisering och destabilisering, så kan det bidra till att förklara varför den svensk-norska gränsen visar prov på både seghet och genomsläpplighet – trots betydande ekonomiska satsningar och kunskapslyft.

Summering: snabba omställningar och långsamma förändringar

Inledningsvis konstaterades att en del studier av den svensk-norska gränsen uttryckte oro inför gränsens seghet, den tycktes göra motstånd trots betydande ekonomiska satsningar och försök att montera ned barriären med hjälp av bland annat ökad kunskap. Målsättningen med föreliggande text var därför att försöka göra gränsens seghet förståelig. I detta avslutande avsnitt ska de viktigaste trenderna i tidigare forskning summeras och relateras till näringslivet vid den svensk-norska gränsen.

Det är sedan länge känt att den svensk-norska gränsen under seklerna fram till 1900-talet var förhållandevis genomsläpplig. Som ett resultat uppstod transnationella gemenskaper och möjligtvis även transnationella mentaliteter, åtminstone i vissa delar av gränsområdet. Successivt tog emellertid en kulturgräns form med utgångspunkt i nationsgränsen och till följd av detta förefaller känslan av gemenskap i gränsområdet ha avtagit till förmån för lokala eller nationella mentaliteter.

För att minska det kulturella eller psykologiska avståndet mellan nationerna har som nämnts betydande Interreg-satsningar gjorts med snabba omställningar som mål, men trots det har föreställningar om skillnader och olikhet ett fortsatt stort inflytande i gränsområdet. Detta kan förklaras genom att kulturgränser är sega strukturer, det handlar om kollektiva mentala kartor eller mentaliteter som förändras långsamt. Människor insocialiseras i dessa genom vardaglig interaktion i hemmiljön, på arbetsplatsen eller i föreningslivet. Det handlar annorlunda uttryckt om informella läroprocesser som ofta bidrar till att vanor och normer reproduceras utan reflektion. Man lär sig att se och ordna världen med utgångspunkt i gränsen, vilket samtidigt innebär att gränslandskap

är impregnerade av känslor där längtan, rädsla, fascination och irritation samsas om utrymmet. Stereotypa berättelser om de Andra ingår som en viktig byggsten i sådana processer och skapar god jordmån för såväl produktion som reproduktion av mentala gränshinder.

Vad som kan bidra med ytterligare förståelse av gränsens seghet är dess performativa karaktär. Gränser existerar inte enbart vid nationalstatens yttre kant, utan kan vara situerade på olika platser i det nationella territoriet. En gräns är därmed aldrig stabil eller fixerad, den är ständigt i tillblivelse. Detta sker bland annat när man talar om gränser eller talar om det som finns på andra sidan. I gränssområden pågår sålunda, för att återknyta till Rumford, bordering och debordering samtidigt.

Mentala gränshinder kan med utgångspunkt i ovanstående definieras som:

”Gränser som skapas, vidmakthålls och reproduceras i vardagen och som – medvetet eller omedvetet – hejdar människor eller företag från att röra sig mellan länder eller regioner. Dessa gränser kan, men behöver inte, vara relaterade till fysiska hinder (såsom en mur), geografiska hinder (bredda floder, berg, ogenomträngliga skogar eller långa avstånd), juridiska hinder eller politiska hinder (såsom tull- och skattepolitik). De är däremot alltid relaterade till tidigare gjorda erfarenheter (egna eller andras), de är ofta kollektiva och de förs vidare genom berättelser om det förflutna och stereotypa bilder av de Andra. Mentala gränshinder är därmed kulturella (de är delade och de är något man lär sig) och performativa (de görs).”

Med denna definition som förutsättning kommer vi i den här studien att fundera kring hur, var, när och av vem gränser görs med särskilt fokus på företagssfären. För det första finns det anledning att undersöka på vilka sätt företag producerar alternativt reproducera gränsoverskridande praktiker och mentala gränshinder. Här är det viktigt att belysa såväl formella som informella läroprocesser eftersom företagen sannolikt aktivt söker efter mer (formell) kunskap, samtidigt som det sker en vardaglig insocialisering i en särskild gränsmen-

litet genom muntlig överföring av tidigare gjorda erfarenheter.

Som ett led i detta kan det vara intressant att undersöka vilka aktörer som lyfts fram eller träder fram som förebilder eller varnande exempel – en slags svensk-norska regionauter med förmåga eller oförmåga att trotsa gränsen som barriär. På sidan 112 lyfter vi fram några exempel på sådana.

För att förstå på vilka sätt gränsen är en barriär respektive en möjlighet är det också av betydelse att vara lyhörd för gränsens utlokalisering i det nationella rummet. I vilka sammanhang och sociala miljöer, på vilka arenor och i vilka möten träder gränsen fram som ett problem? Här handlar det inte enbart om att belysa formella hinder, utan kanske också att

I vilka sammanhang och sociala miljöer, på vilka arenor och i vilka möten träder gränsen fram som ett problem?

problematisera föreställningen om sådana hinder. Är det tänkbart att formella hinder är en diskurs, en slags förklaringsmodell eller ett sätt att förstå världen med utgångspunkt i en gräns, snarare än ett reellt hinder? Anorlunda uttryckt: Kan ett formellt hinder vara ett informellt hinder – ett narrativ som får förklara de problem man erfar i vardagen? Här kan det vara av viss vikt att också fästa uppmärksamheten på

skala. Sannolikt finns det en variation avseende upplevda gränshinder beroende på om företagen arbetar transnationellt, transregionalt eller enbart translokalt. Detta resonerar vi kring bland annat i kapitel 7, ”Skillnader i affärskultur” på sidan 78.

Företagens olika och särskilda historia präglar också relationen till gränsen. På samma sätt påverkar företagens geografiska placering och sociokulturella profil (klass, kön och etnicitet) hur gränsen erfars och besvärjs.

Avslutningsvis: Näringslivet påverkas av nationella regelverk lagar och regler, men även ”svårfångade faktorer relaterade till kultur och mentalitet” (Berger, Forsberg & Ørbeck 2007:64). För att förstå denna svårfångade materia behövs studier så som denna av hur företagen på ett lokalt plan förhåller sig till politiska beslut och regler; hur man skapar mening och strategier (i såväl tal som handling) i mötet mellan lokala gränserfarenheter och nationella regelverk. Genom att studera detta möte kan vi få ökade insikter om hur gränsmentalitet formas i spänningsfältet mellan formella och informella läroprocesser, mellan snabba omställningar och långsamma förändringar.



FOTO: ØRESUNDSINSTITUTET

KAPITEL 2

Nationell gravitationskraft

En stark kraft som drar åt ett helt annat håll än över den norsk-svenska gränsen har vi i den här studien valt att benämna "den nationella gravitationskraften". Nyheter, kultur, skola och utbildning, samt branschorganisationer är alla i hög grad nationella och för – både mentalt och fysiskt – såväl företagare som privatpersoner bort från gränsen och in mot nationens centrum. Den nationella gravitationskraften bidrar till att skapa en känsla av nationell samhörighet och stolthet, och ibland även specifika nationella traditioner, som emellanåt sätter käppar i hjulet för de företag som vill arbeta i grannlandet.

I takt med att nationalstaterna har växt sig starkare har också de kulturella gränserna i allt högre grad kommit att följa de nationella. Starka krafter för in alla medborgare i den nationella fällan. Parlamenten stiftar nationella lagar, skolorna följer en nationell läroplan och näringslivets branschorganisationer och fackföreningar avtalar om nationella kollektivavtal. Nyheterna är i hög grad lokala eller nationella – sällan från de nordiska grannländerna – och kulturutbudet är övervägande nationellt – eller från den anglosaxiska världen.

Alla dessa faktorer och fler därtill medverkar till att människors kunskap om varandra och förmåga att orientera sig i varandras länder minskar, även om det handlar om grannländer med delvis gemensam historia och stora likheter i språk och kultur, så som Norge och Sverige. Det egna landet känns bekant, medan det andra känns osäkert och svårt och intresset för det minskar. Fenomenet kan liknas

vid en nationell gravitationskraft, som ständigt för människor mot de nationella centrumerna snarare än över gränserna.

För de företagare vi talat med innebär det att de har god kännedom om allt från lagar och regler till hur marknaden ser ut inom deras bransch i det egna landet, men saknar kunskap om hur det ser ut på andra sidan gränsen. Det är inte självklart att de har lärt känna personer från det andra landet och många av dem upplever att de saknar kontakter där. Den kultur och inte minst de nyheter de tar del av ger dem inte heller mycket information eller förståelse för vad som sker i grannlandet.

Med idén om en nationell gemenskap följer också berättelser om vad det innebär att vara svensk eller norsk – inte minst i förhållande till varandra (läs mer i kapitel 6 Bilden av "de Andra"). Tillsammans med den nationella gravitationskraften

bidrar berättelserna till att skapa nationsgränsen genom att en mental gräns dras mellan länderna. En sådan förstärkning av den mentala gränsen sker också när man exempelvis åker och handlar billigt eller tar ett jobb med högre lön på andra sidan gränsen, eller på något annat sätt accentuerar själva skillnaden mellan länderna. På så sätt är också de personer vi intervjuat, i likhet med de flesta andra människor, inklusive beställare och utförare av den här studien, med och bygger upp gränsen.

Den nationella gravitationskraften försvagar de äldre kulturgemenskaper som länge funnits mellan exempelvis delar av Värmland och Östfold. Men trots att de tycks förlora i betydelse kan sådana gemenskaper fortfarande skönjas längs den norsk-svenska gränsen, inte minst allra längst upp i norr.

FAKTORER SOM BIDRAR TILL DEN NATIONELLA GRAVITATIONSKRAFTEN

Skola och utbildning

De flesta norrmän och svenskar lär sig lite grand om varandras länder i skolan, men i övrigt har det funnits få kopplingar till det andra landet under utbildningstiden för de personer vi har intervjuat i den här studien. I stället är det oftare så att utbildningen för människor bort från gränsen, både mentalt och rent fysiskt, eftersom många utbildningar kräver att man reser iväg.

Pernille Martinsen Westlie, HR-chef på ventilationsföretaget Flexit, är uppvuxen i Ørje, precis vid gränsen mot Sverige, och har en förälder från vardera landet. Men hon känner inte så många svenskar.

”Jag är halvsvensk, så jag känner min svenska familj, men jag inga vänner som jag umgås privat med i Sverige. Jag har vuxit upp här, gått i skolan här, och åkt iväg och pluggat i Oslo, så som jag har intrycket av att svenskarna också gör, på sitt håll.”

Pernille Martinsen Westlie, Flexit, Ørje

Bara en av dem vi intervjuat har över huvud taget studerat i det andra landet och då handlade det om enstaka delar av utbildning till fjällguide. För andra lockade det helt enkelt mer med utbytesstudier längre bort i världen.

Skillnaden kan också ligga i själva innehållet i utbildningarna. På yrkesutbildningar lärs exempelvis nationella system ut, vilket kan försvåra för dem som senare får jobb på den andra sidan

gränsen. Martin och Marcus Hallgren, som numera driver Hallgrens Armering i jämtländska Alsen, resonerar kring nationella standarder inom armering.

”Vi i Sverige har ett system där varje typ av järn har en bokstav. Ett rakt järn har bokstaven A, har det en 90 graders böj är det ett B-järn, två 90-gradersböjar så är det ett C-järn och så fortsätter det uppåt till Q eller vad det är. Det har jag inte stött på någon annanstans, och då har jag jobbat med engelska, tyska och norska ritningar. En sån liten inblick hade varit bra, för man tror att ritningar, det ska ju vara en viss standard och enhetlighet, men det skiljer sig mycket bara över gränsen och det tar ett tag innan man kommer in i det.”

Marcus Hallgren, delägare Hallgrens Armering, Alsen

Nyheter

Få nyheter når över gränsen mellan Norge och Sverige, och ännu färre med inriktning på näringslivet (läs mer i kapitel 8 ”Medieanalys av näringslivet över gränsen” på s 90). När de företagare som intervjuats till studien ombads att nämna den senaste nyheten de kom att tänka på från det andra landet kände mycket få till något som hänt den senaste veckan. Av dem som gjorde det hade flera svenskar noterat att delar av ett norskt berg var på väg att rasa – en spektakulär händelsenhet som bland annat bevakades av svenska kvällstidningar.

Än fler svenskar nämnde attentatet på Utøya, som skedde 2011. Betydligt närmare i tiden, men ändå ett par månader tidigare än de intervjuer som genomfördes i slutet av oktober, inträffade en händelse som flera, både svenskar och norrmän, tog upp, nämligen att Norges integrationsminister Sylvi Listhaug i augusti 2017 besökte Stockholmsförorten Rinkeby.

Bara några enstaka personer uppgav i intervjuerna att de regelbundet brukar följa nyhetsmedier från det andra landet. I allmänhet är det därför bara de största och mest spektakulära nyheterna som tas upp av det egna landets mediekanaler som når den stora massan. Enligt uppfattningen hos intervjupersoner både i Sverige och Norge är norska medier bättre på att rapportera om det andra landet än de svenska, en bild som dock inte bekräftas i den medieanalys av näringslivsnyheter vi gjort till den här rapporten (se kapitel 8 ”Medieanalys av näringslivet över gränsen” på s 90).



FOTO: ØRESUNDSINSTITUTTET

Johan Börjesson, chef för Trondheims Konstmuseum, menar att norrmännen är mer medvetna om svensk kultur än tvärtom.

Samtidigt är det svårt att avgöra hur mycket färre nyheter de företagare vi intervjuat tar del av eller uppfattar om grannlandet jämfört med om grannkommunen eller -regionen, något som vi inte frågat om. Nyheter sprids inte som ljudvågor ut från den plats där de inträffat, utan följer vissa upparbetade flöden. Det leder exempelvis till att det är fullt möjligt att känna till mer om det amerikanska valet än om kommunvalet i orten några mil bort.

Sådana flöden styrs ofta genom nyhetsvärderingen i de medier man tar del av. Den nyhetsvärderingen avspeglar mediekonsumenternas intressen, som i sin tur till stor del bygger på deras nätverk och vanor. Människor är vanligtvis mer intresserade av att få nyheter från en viss plats på jorden om de känner någon där eller själva har en koppling till platsen.

Men människor söker också själva upp de ”specialnyheter” de är intresserade av. Två sådana typer av nyheter tycks nå igenom till personer i det andra landet. Dels handlar det om personer med särskilda intressen, privat eller i jobbet, som exempelvis hittar artiklar inom dessa områden via sociala medier.

”Det enda jag tittar på i Norge är kanske idrotten, vinteridrotten. Det är lite roligare att lyssna på de norska kommentatorerna.”

FAKTA: STÖRRE INTRESSE I NORGE

Vad gäller såväl nyheter som kultur tycks det finnas en bred uppfattning om att norrmän har bättre koll på Sverige än vad svenskar har på Norge. Det uppger såväl norrmän som svenskar som vi intervjuat.

”Den svenska kartan är vit på norska sidan gränsen. Man tänker i första hand i sitt nationella nätverk. Visst finns det upparbetade nätverk över gränsen, men det är mer part-till-part. I allmänhet finns det ett bättre medvetande om svenska institutioner från den norska sidan. Vi svenskar är oss själva nock.”

Johan Börjesson, chef för Trondheims Konstmuseum

Många norrmän upplever också att de förstår svenska bättre än vad svenskarna förstår norska. Intressant är dock att inga svenskar som vi intervjuat säger sig ha några problem att förstå det norska språket – tvärtom.

”Det enda man ser är de här Facebookvännerna man har i Norge, som lägger ut någon länk om att ett företag de jobbar för har fått ett kontrakt på två miljoner. Så då måste man ju gilla det.”
Marcus Hallgren, delägare av Hallgrens Armering, Alsen

Dels handlar det om mycket lokala nyheter, nära gränsen. Vid intervju tillfället hade till exempel två av företagarna i Meråker hört och läst i svenska medier om att det brunnit i den svenska grannbyn Storlien, något som visar på att nyheter sprids inom kulturgemenskaper som kan sträcka sig över nationsgränsen.

Kultur

Till skillnad från vad som är fallet med nyheter är det ganska vanligt att de personer vi intervjuat tar del av olika former av kultur från det andra landet – allt från radio- och tv-program till musik, konst

och litteratur. Men omfattningen av kulturkonsumtionen skiljer sig mellan länderna. Nästan alla norrmän uppger att de tar del av svensk kultur i någon form, medan enbart hälften av svenskarna säger sig göra det.

Många norrmän uppger att de har sett på svensk tv som barn, men numera tycks varken svenskar eller norrmän följa varandras tv-kanaler särskilt frekvent. Utbudet är helt enkelt större nu än för 30 år sedan.

”Vi förstår svenska väldigt bra, men för svenskarna är det svårare. De är inte uppväxta med norsk tv, så som min generation är uppvuxen med att all underhållning på fredagskvällen var svensk tv. Jag tror vi har bättre språkförståelse än tvärtom. Väldigt viktigt. Men jag ser sällan svensk tv nu.”
Steffen Dyrre Hansen, vd för The Assessment Company, Hamar

I de fall det sker bor personerna ofta nära gränsen, där fler också säger att de lyssnar på radio från det andra landet.

De flesta intervjupersonerna uppger inte specifikt vilken kultur de brukar ta del av, men några pekar ut speciella tv- och radioprogram. Speciellt Skavlan kan nämnas, som både svenskar och norrmän ser på. Men det finns också norrmän som lyssnar på

Svensktoppen och svenskar som gillar norska naturprogram. Vissa läser böcker från det andra landet, men då oftast översatta till sitt eget språk.

En tv-serie som många svenskar nyligen har sett är den norska ungdomsserien Skam. Att dra en direkt parallell mellan företagandet över den norsk-svenska gränsen och Skam-tittandet i Sverige är nog svårt, men det går inte heller att bortse från att den typ av kultur som skapar världar att identifiera sig med också får verkligheten bakom världarna att uppfattas som mer välbekant. Den finns en chans att den svensk som identifierar sig med en norsk tonåring i Skam upplever att det norska samhälle som skildras är väldigt likt det svenska.

Det intresse och identifikation som kan uppstå genom att människor tar del av kultur som kommer från eller som beskriver en annan plats kan också i förlängningen påverka viljan att ta del av mer kultur eller nyheter därifrån, att resa dit eller rent av att arbeta där. Det handlar om sammanvävda faktorer som i sin tur påverkar varandra.

En större andel kvinnor än män säger i intervjuerna att de tar del av kultur i någon form från grannlandet. Det går dock inte att avgöra i vilken mån det även kan ha att göra med en större kulturkonsumtion bland kvinnor i allmänhet.

I likhet med kulturkonsumtionen går även själva kulturutövandet till viss del över gränserna, åtminstone inom vissa områden. Johan Börjesson är chef för Trondheims Konstmuseum och en i en lång rad svenskar som suttit på höga poster i den norska konstvärlden.

”Det är ganska vanligt, även om det inte är lika systematiserat som inom läkarkåren. På konsthögskolorna i Norge är det superinternationellt. Konsten är en så liten värld, och det är så ont om tjänster och välfinansierade uppdrag. Och det är höga löner i Norge.”

Johan Börjesson, Trondheims Konstmuseum

Han upplever att Norge och Sverige har ett nära samarbete omkring konst, men att spelreglerna är på väg att förskjutats något.

”Det är i förändring, men det har varit så att

i Norge är man väldigt medveten om svensk kultur, men i Sverige är man inte lika medveten om norsk.”

Johan Börjesson, Trondheims Konstmuseum

Samtidigt påpekar han att den svenska konstscenen är betydligt större än den norska, i och med att Sverige är ett större land. Det gör att det till viss del är naturligt att fokus ligger mot Sverige, menar Johan Börjesson.

Sport

Sport är ett av de områden där den nationella tillhörigheten manifesteras allra tydligast. Större sportevenemang som OS eller fotbolls-VM samlar stora delar av befolkningen – iförda landslagsdräkter och viftande med nationsflaggor – framför tv- och datorskärmarna. På planen eller arenan genomförs kraftmätningar mellan nationer, av idrottare klädda i nationens färger som tar emot priser till nationalsångens toner.

I denna undersökning har vi inte ställt några direkta frågor om sportintresse eller sportutövning, vare sig inom eller över gränserna, men ämnet har dykt upp vid ett flertal tillfällen.

Många norrmän och svenskar ägnar sig åt sport som fritidsaktivitet, men på landslagsnivå, där den nationella betoningen är som starkast, är de flesta betraktare snarare än deltagare. En av de företagare vi intervjuat, Erika Hansson som är delägare av sportbutiken Dalskidan i Sälen, är dock före detta alpin landslagsåkare för Sverige. Trots att det inneburit att hon tävlat mot många norrmän har effekten snarast blivit att hon inte upplever några skillnader

mellan svenskar och norrmän.

”Jag har ju levt ganska nära norrmän och norskor, i och med att jag var med i det alpina landslaget. Vi var ju ute jättemycket och jag känner inte att det är någon skillnad på Norge och Sverige så.”

Erika Hansson, Dalskidan

I stället tycks det snarare vara när de är åskådare till sport som intervjupersonerna upplever att det nationella markeras. Kopperå Elektros vd Ivar Kværnmo,



FOTO: BRESUNDSINSTITUTET

Erika Hansson, Dalskidan i Sälen, har tävlat mot norskor under sin tid i det alpina landslaget. Hon upplever inga skillnader mellan de båda nationaliteterna.

som inte heller tycker att det finns några skillnader mellan de båda nationaliteterna, menar att det just är i idrottsammanhang i media som man pratar om ”svenskar och norrmän”.

Vissa svar antyder dock att det i sportsammanhang finns en rivalitet mellan Sverige och Norge. Bland annat uttrycker en del norrmän förvåning över att svenskarna inte unnar dem sportslig framgång.

Några personer nämner också att de gärna tar del av sport via nationella media, särskilt när det egna landet deltar. Randi Karlsson, ekonomiansvarig på Nordmarkens Bygg i Töcksfors, kommer ursprungligen från Norge, men har bott i Sverige i många år och ser mest på svensk tv.

”Det enda jag tittar på i Norge är kanske idrotten, vinteridrotten. Jag har norsk tv – man får betala lite extra så får man NRK1. Så det har jag. Det är lite roligare att lyssna på de norska kommentatorerna.”

Randi Karlsson, Nordmarkens Bygg

Sammantaget bidrar det sätt som sport konsumeras på och den ramberättelse som sätts kring

tävlingar och matcher till att bygga upp känslan av tillhörighet till den egna nationen och samtidigt öka gränsens betydelse. Därigenom ökar även den nationella gravitationskraften.

Branschorganisationer

Med ytterst få undantag är de branschorganisationer som intervjuföretagen är medlemmar i nationella – eller möjligen regionala. Det innebär att den expertis och det nätverk som de kan bidra med också är nationella. För företag som Flexit, med huvudkontoret på den norska sidan gränsen och fabriken på den svenska, innebär det exempelvis att de valt att vara med i två branschorganisationer, en i vardera landet.

EFFEKTER AV DEN NATIONELLA GRAVITATIONSKRAFTEN

Nationella traditioner, vanor och politik

Att den nationella gravitationskraften bidrar till att norrmän och svenskar har mindre kännedom om varandras länder kan i sig sätta upp hinder för den som vill arbeta över gränsen. Dels rent praktiskt eftersom företagen saknar kontakter och kun-

”Den norska marknaden är jättesvår. Norrmännen är väldigt traditionsinriktade på att åka till sin hytte. Ska du få norrmännen att inte åka till hytten, utan till Stöten, är det en ganska lång uppförsbacke.”



FOTO: IREASUNDSINSTITUTET

Johan Thorn, vd för Stötens Skidanläggning, har svårt att locka dit norrmännen...

skap om marknad och regler i det andra landet. Men också genom att det som man inte känner till kan verka annorlunda, osäkert och i värsta fall skrämmande (läs mer i kapitel 4 ”Att stanna i sin bekvämlighetszon” på s 50).

Men den nationella gravitationskraften har också bidragit till att det uppstått nationella traditioner och vanor, som i vissa fall gör det svårt för företaget att ta sig in på marknaden i det andra landet, då deras produkt eller tjänst inte efterfrågas där.

Ett exempel är det norska fiskindustriföretaget Arnøy Laks från Lauksetta norr om Tromsø, som inte exporterar till Sverige eftersom deras produkt – färsk lax och halvfabrikat – inte säljer på andra sidan gränsen där konsumenterna helst vill köpa färdiga, frysta portionsbitar. Svårigheterna med att exportera till Sverige tycks i detta fallet vara just skilda traditioner kring produkter; Håvard Høgstad berättar nämligen att när företaget tidigare sålde frysta råkor var försäljningen till Sverige betydligt större, nästan 50 procent. Just mat och matvaror är ett område som i hög grad är färgat av nationella värderingar, där de egna rätterna och råvarorna hålls högt.

Från den svenska skidanläggningen Stöten är det bara två kilometer till norska gränsen, men andelen norska gäster är liten. Enligt vd Johan Thorn har det delvis att göra med att de ligger granne med den

norska anläggningen Trysil, som är Norges största skiddestination.

”Den norska marknaden är jättesvår. Norrmännen är väldigt traditionsinriktade på att åka till sin hytte. Här finns inte samma hyttekultur, men där ska man ju helst ha en. Vi har jobbat mycket med att få hit norrmän som köper stugor, för av dem som kommer hit som gäster utgör norrmännen bara fem procent. I Norge bokar du inte din skidsemester via en turoperatör, för de bor redan kanske en timme från ett fjäll. Ska du få norrmännen att inte åka till hytten, utan till Stöten, är det en ganska lång uppförsbacke.”

Johan Thorn, vd för Stötens skidanläggning, Sälen

Men nationella traditioner och vanor kan naturligtvis även vara till fördel för företag, vars produkter eller tjänster passar bra in på den svenska eller norska marknaden. Värmepumpsproducenten Thermia i Arvika ser en möjlighet i att de norska traditionerna för uppvärmning kan vara på väg att svänga bort från oljan. Rekreationshotellet Strömstad Spa lockar redan i dag en stor andel norrmän, dels på grund av sitt geografiska läge nära Norge, men enligt vd Linda Einarsrud också för att spakulturen nådde Sverige något före Norge och att norrmännen då vande sig vid att åka till Sverige för att gå på spa.



...som i stället väljer att åka till sin hytte, som här i Meråker.

Många företag, inte minst de norska, upplever också att det funnits en starkare tradition av industri i Sverige. Det upplevs som intressant av norska företag som funderar på att ge sig in på den svenska marknaden, men också av norska bemanningsföretag som gärna rekryterar industriarbetare från Sverige. (Läs mer i kapitel 9 ”Attraktionskrafter som lockar företag över gränsen” på s 100.)

Politiska prioriteringar och beslut har naturligtvis också betydelse för hur näringslivet utvecklas och kan leda till olika nationella praktiker, som påverkar vilka möjligheter företag har att ta sig in på det andra landets marknad.

Ett exempel är tolkföretaget Tolkresurs från Sundsvall, som bedömer att den norska marknaden inte är värd att satsa på eftersom normmännen bara lägger en femtedel så mycket pengar på tolktjänster som svenskar gör under ett år. Enligt företagets grundare och styrelseordförande Mohammad Khanamadi beror det bland annat på de båda ländernas skilda migrationspolitik, som han menar både har en direkt och indirekt effekt på tolkbranschen.

”Sannolikheten att det finns exempelvis arabiska tolkar i Norge som är fantastiska är mindre än i Sverige. Det finns ett antal tolkar som arbetar inom asyl och migration, och vissa av dem vidareutbildar sig och kan då också jobba inom närings-

livet. Då får de blodad tand och företagen ser att det finns ett mervärde i att använda tolktjänster.”

Mohammad Khanamadi, Tolkresurs, Sundsvall

Nationell stolthet

Traditionen av nationell stolthet är ett område där normmän och svenskar upplever sig vara lite olika. En del av den nationella självförståelsen i Sverige är att svenskar är mindre stolta över sitt land än alla andra nationaliteter. Flera svenska företagare tar upp just denna stolthet som ett drag de noterat i grannlandet.

”Jag uppfattar normmännen som väldigt stolta över att vara normmän.”

Jerry Eriksson, Fem snickare, Karlstad

För de flesta svenskar vi intervjuat passerar den norska fosterlandskärleken mest som en kuriositet, men några upplever att den gör det svårare att komma in på marknaden i Norge och snarast lutar åt protektionism. Det är ett fenomen som även norska företagare känner igen och är rädda att möta i Sverige.

”Om du är ett litet företag... Jag vet inte. Jag har varken hört något om det eller har någon egen erfarenhet, men alla vill ju beskydda vårt eget. Bara om man kommer till Åre eller Storlien är jag rädd att det kan bli lite så: ”normman, vad är det för en?” Om kommer någon hit och är svensk

och startar ett konkurrerande företag ser man inte positivt på det, inte i Meråker i alla fall.”

Arne Magnus Størseth, driftschef för Meråker Alpinsenter, Meråker

Det går också att ana en krock mellan hur högt man värderar och värnar det inhemska och nationella i Norge och Sverige, bland annat i intervjun med Sverre Bjørnstad, vd för avelsföretaget Geno SA i Hamar. Han upplever att Sverige sålt ut sig när de på många livsmedels- och lantbruksområden fusionerats med danska eller finländska bolag, något som han menar bland annat lett till mindre samarbete inom avelsområdet mellan Sverige och Norge. (Läs mer om Geno SA på s 36.)

”Svenskt lantbruk som hade jättebra förutsättningar har förlorat inflytandet över mycket av sin industri. Och har gjort det egentligen frivilligt. Det är lite synd. Vi är små och väldigt stolta, lite nationalistiska. Och värnar om vårt eget. Och vi tror att vi är bäst, även om vi inte är det.”

Sverre Bjørnstad, Geno, Hamar

Landsmän i exil

Att företagare arbetar över den fysiska norsk-svenska gränsen betyder inte alltid att de mentala nationella gränserna överskrids. Ett par av de norska hantverkare vi intervjuat arbetar en hel del i Sverige, men då övervägande för norska kunder. Den nationella gravitationskraften tycks vara så stark att det känns enklare för stugägarna att ”ta med sig” en hantverkare hemifrån än att på allvar integrera sig i

samhället på andra sidan gränsen. Det visar också på betydelsen av sociala nätverk.

Elektrikerföretaget Kopperå Elektro i Nord-Trøndelag anlitas ofta av norrmän som köpt stuga i området kring svenska Storlien.

”Det är sällan vi jobbar för svenskar, det är ju så många norrmän som köper hus på andra sidan. Man vill väl ha saker så som man är van vid antagligen.”

Ivar Kværnmo, vd för Kopperå Elektro, Kopperå

Detsamma gäller för VVS Installatøren i Halden, som fick sina första uppdrag i Sverige genom att han själv köpt hytta i Grebbestad och blev tillfrågad om hjälp av grannarna. Men han jobbar så gott som aldrig för svenskar, utan för de uppemot 25 000 sommargästerna, där de flesta är norrmän. Dessutom arbetar han för det norska fastighetsbolaget GG Gruppens svenska dotterbolag, som nu bygger stugor i Sverige.

Entusiasterna

Man får inte heller glömma att det finns de, både norrmän och svenskar, som helst vill överskrida alla eventuella skillnader och mentala gränser mellan länderna. De företagare som anser att det andra landet är ett föredöme och lite skämtsamt men ändå med ett uns allvar talar om fornstora dagar då delar av Sverige tillhörde Norge.

”För mig är Sverige och Norge ett, i huvudet har vi inga gränser. Det ena landet är med i EU, och

Tina Stafrén, delägare till Frösö Handtryck i Östersund, vill jobba mot Norge bland annat för att hon tycker mycket om landet.



FOTO: GRESUNDSEINSTITUTET



FOTO: FRÖSÖ HANDTRYCK

det andra inte, men det spelar inte heller någon roll.”

Alf Kristian Fjelldal, vd för Fjelldal Engineering & Consulting, Trondheim

”Vi skulle kunna jobba på Visit Norway för att vi tycker att det är ett så fantastiskt land att vara i.”

Tina Stafren, delägare till Frösö Handtryck, Östersund

Åter andra tycker att det just är skillnaderna som borde utnyttjas, genom att ta det bästa från varje miljö och tillsammans skapa ett ännu starkare gränsöverskridande företag.

Samtidigt – något ironiskt, naturligtvis – bidrar även tal och berättelser om hur framstående det andra landet är till att befästa känslan av att det finns skillnader länderna emellan. Trots att bilden som målas upp är positiv är andemeningen ändå att det andra landet representerar något annat än det egna.

Svagare nationell gravitationskraft nära gränsen ...

Nära den norsk-svenska gränsen finns det, som tidigare nämnts i kapitlet, en större tendens att ta del av exempelvis tv och radio från det andra landet, jämfört med om man befinner sig längre från det andra landet. Den dagliga interaktionen är också större, genom att vardagliga vanor som att hälsa på släkt, vänner, handla mat eller pendla till arbetet tar en över gränsen. Det skapar en lokal gränsöverskridande gemenskap som existerar parallellt med den som finns med orter och grupper i samma land, vilket bland annat märks genom att lokala nyheter passerar gränsen på ett annat sätt än större nationella nyheter från det andra landet gör.

... och långt norrut

En extra tydlig sådan lokal gränsöverskridande gemenskap mellan två orter tycks finnas långt norrut, mellan Narvik och Kiruna, där både svenskar och norrmän rör sig mellan länderna, vilket många företagare vittnar om. Trots att det är 18 mil mellan de båda städerna gör goda kommunikationer, inte minst i form av järnvägen, att de upplevs ligga nära.

Den starka samhörigheten har också till stor del sin grund just i traditionen av företagande över gränsen.

”Förr såg man inte så mycket på de här gränserna. Till exempel har gruvorna i Kiruna i säkert 100 år hämtat arbetskraft från grannländerna. Det har varit helt naturligt, man har jobbat i gruvorna ett

tag och sedan kommit hem. Nu jobbar man på norska oljeplattformar och så åker man hem.”

Riita Leinonen, koordinator för Nordkalottens Gränstjänst

Samhörigheten har till och med gett avtryck i språket.

”Här säger vi ju morsan, farsan och brorsan. Och många heter Bergström och Lindström.

Många fick sig ett jobb här när banan blev byggd. Långt in på 70-talet var det ett svenskt företag som bedrev nästan all sjötrafik ut från Narvik. Det innebar stor kontakt med Sverige – såklart. Och också med LKAB – som har varit Narviks största verksamhet.”

Terje Dypvik, vd för Nord Norsk Spedition, Narvik

Skillnader: Sverige – Norge

Både svenskar och norrmän anser att Norge har ett större intresse för och mer kunskap om Sverige än vice versa. Det gäller såväl nyhets- som kulturkonsumtion. Vår analys av hur många näringslivsnyheter som passerar mellan Norge och Sverige visar dock inte på samma sak. Där kan vi se att svenska medier skrivit mer om företag i Norge än tvärtom. (Läs mer i kapitel 8, ”Medieanalys av näringslivet över gränsen” på s 90.)

Det är dock möjligt att bilden skulle vara annorlunda om medieanalysen hade handlat om nyheter i allmänhet. Norrmän upplever också att svenskar förstår norska sämre än de själva förstår svenska. Svenskarna själva säger sig däremot inte uppleva några problem med det norska språket.

Av både norrmän och svenskar, men framför allt de sistnämnda, upplevs norrmän vara de som känner störst nationell stolthet. Det kan sätta käppar i hjulet för affärer över gränsen på flera sätt, exempelvis genom att norrmän upplever att svenska företag alltför lättvindigt släpper ifrån sig makt till andra länder (utöver Norge), eller genom att svenska företag känner att de möts av norsk protektionism när de försöker ta sig in på marknaden.

Om man förutsätter att bilden stämmer och att norrmän är mer stolta över och måna om sitt eget land kan det möjligen ha en koppling till det fenomen vi kunnat se i vår studie, där det varit just norrmän som anlitat norska företag till hantverksarbete med deras hytte i Sverige. Det är dock fullt möjligt att fenomenet snarare är relaterat till att fler norrmän har hytte i Sverige än vice versa.



FOTO: ØRESUNDSINSTITUTTET

GENO SA, HAMAR

Bruten fusionsprocess har ökat distansen

Avelsföretaget Geno SA, med huvudkontor i norska Hamar, har gått från ett nära samarbete med de svenska avelsaktörerna till ett mer distanserat förhållande. Det fanns planer på en fusion av exportverksamheten mellan bolaget och dess svenska motsvarighet och de var också med och diskuterade en eventuell sammanslagning av de nordiska avelsorganisationerna. Det hela slutade med att svenskarna fusionerade med sina danska motparter. Genos vd Sverre Bjørnstad frågar sig om svenska lantbruksföretag i allmänhet lämnar alltför mycket makt ifrån sig till andra länder.

Geno SA är ett exempel på hur olika syn på möjligheter och risker med fusion med bolag i ett annat land kan minska det gränsöverskridande samarbetet.

Bolaget ägs av 9 000 norska mjölk- och köttbönder, som för ett tiotal år sedan valde att säga nej till att fusionera med Sverige, Danmark och så småningom också Finland. Enligt Genos vd Sverre Bjørnstad var en av orsakerna att de inte ville lämna ifrån sig så mycket kontroll över det egna arbetet. Geno var under en period också med i ett gemensamt nordiskt företag för avelsvärdeberäkning, men valde att lämna samarbetet delvis på grund av samma orsaker. Sedan länge har Norge och Sverige samarbetat kring

utvecklingen av koraserna norskt rødt fe (NRF) och svensk rödvit boskap (SRB), som är snarlika. De har utbytt avelsmaterial och kunskap och hade länge ett avtal där de bästa tjurarna i Norge blev använda i svensk avel och vice versa. Samarbetet har dock stannat av efter att det svenska bolaget valde att fusionera med danskarna, och Geno drog sig ur samarbetet kring beräkning av avelsvärden. Intentionen var då att fortsätta med ett tätt samarbete, men Sverre Bjørnstad berättar att det tyvärr inte har blivit så.

–Det är lite ett resultat av att vår samarbetspartner i Sverige hade mindre behov av samarbete med oss, för de fick ju Danmark och Finland. Och lite ett resul-

tat av att om du har varit förlovad och det tog slut, så säger du att vi ska fortsätta vara vänner, men i praktiken är det svårt.

Enligt Sverre Bjørnstad var det alltså det faktum att de båda bolagen nästan gick samman, som i efterhand fick konsekvensen att de kom längre ifrån varandra. Men det har inte eliminerat allt samarbete.

– Vi exporterade på några marknader där vi representerade Svensk Avel och de exporterade där de representerade oss. Men det var svårt. SRB var ju svenskarnas hjärteblod och NRF var ju samma här i Norge, så det var ingen god lösning så länge vi inte hade samma bolag. Vi diskuterade ett gemensamt exportbolag, men diskussionerna slutade med att de fusionerade med Danmark. Så det var situationen. Men idag representerar vi ju dem i Norge, så vi säljer ju och importerar en stor del avelsmaterial från Sverige.

Även inom forskningen finns ett gott samarbete, exempel mellan Genos veterinärer och forskare vid Sveriges Lantbruksuniversitet.

– Det går väldigt fint, lätt och oproblemiskt att samarbeta med svenskar. I alla fall mellan SLU och vårt folk här. Det är mycket samma fokus, och samma problemställningar som vi har kring hälsa och fruktbarhet, och vi är i en liknande situation med liten förekomst av smittsamma sjukdomar.

Trots att samarbetet i stort ändå har minskat och att det för Norges del innebär att de inte längre har samma kunskapsutbyte med de övriga nordiska länderna upplever inte Sverre Bjørnstad att Norge gjorde fel val när de avstod från att gå med i det nya nordiska bolaget, även om han menar att det hade varit önskvärt med ett tätare samarbete än de har idag. Han uttrycker en viss förvåning över att svenska lantbruksföretag i flera fall fusionerat med Danmark eller Finland, vilket gjort att inflytandet och makten över svenskt lantbruk, som han upplever det, hamnat utomlands.

– Sverige har ju enligt min åsikt fantastiska möjligheter för lantbruk, bättre än i Norge, men saknar lite det politiska stödet till lantbruket. Svenskt lantbruk som hade jättebra förutsättningar har förlorat inflytandet över mycket av sin industri. Och har gjort det egentligen frivilligt. Jag har respekt för att de val som gjorts är rätt, men från norsk sida är det lite förvånande.

Enligt Sverre Bjørnstad var en anledning till fusionen att forskningsmedlen inom området krympte, men att svenskarna och norrmännen hanterade det olika:

– Vi var små och väldigt stolta, lite nationalistiska. Och värnar om vårt eget. Och vi tror att vi är bäst, även om vi inte alltid är det. Och det gör att vi fått in mer finansiering, vilket kan ha betydelse genom att vi kan upplevas som mer krävande i förhandlingar.



FOTO: ØRESUNDSINSTITUTTET

Sverre Bjørnstad menar att Sverige saknar det politiska stödet till jordbruket. På bilden syns en gård i Jämtland.

FAKTA: GENO SA

Verksamhet: Bedriver avel och utveckling av Norges vanligaste koras, norsk rödt fe (NRF), samt erbjuder inseminering och tjänster kring detta i hela landet. Företaget är en Kooperation ägd av 9000 norska mjölk- och köttbönder och exporterar till 20 länder, varav de viktigaste är USA, England, Italien, Nederländerna och Polen.

Antal anställda: 240

Jobbar över gränsen: Utbyte omkring forskning och avel med Sverige, men i mindre skala.

Ort: Huvudkontor i Hamar, samt en anläggning i Stavanger och forskning i Voss

Intervjuperson: Sverre Bjørnstad, vd

FOKUS

Samiska företags syn på gränsen

Gränsöverskridande kulturella samiska traditioner gör att handel och samarbete med grannlandet ofta känns naturligt. Gränsen blir i stället påtaglig i mötet med praktiska gränshinder som drabbar små hantverksföretag och företag inom livsmedel – företagstyper som är vanligt förekommande i Sápmi, det område som genom historien har befolkats av samer. I detta avsnitt undersöker vi om de tre samiska företag vi har intervjuat har en annan syn på att arbeta över den svensk-norska gränsen.

Samisk gemenskap

”Det är ju samma språk och samma folk.”

Eva Nordfjell, VD, Rørosrein

Både företag och gränsorganisationer pekar på det gemensamma och gränsöverskridande kulturarvet i Sápmi som en enande faktor bland samer i både Norge och Sverige. Elin Sabbasen, projektkoordinator på Nordkalottens Grensetjeneste, betonar i en intervju hur stort utbytet över nationsgränsen har varit. Många samer har släkt och vänner i grannlandet och tar, till skillnad från många andra intervju personer, aktivt del av vad som händer på andra sidan gränsen genom samisk media.

Den samiska identiteten är också något som tidigt nämns i intervjuerna, och som framhålls som en viktig del av företagets image. Just den samiska prägeln tycks i samtliga fall vara en sak som lockar kunder.

För samiska renskötare blir förflyttningen över gränsen en naturlig del av livet. Renarnas vandringsleder är i vissa fall inte begränsade till ett land, utan befinner sig säsongvis i grannlandet. Detta leder till en större kännedom om samhället, kulturen och näringslivet, samt till att kontakter knyts över gränserna.

”Renarna går över gränsen. Då bor jag också i Norge hos släktingar, hälsar på bekanta. [...] Under sommartid lever jag där som jag gör i Sverige.”

Nils Torbjörn Nutti, VD, Nutti Sámi Siida.

Det finns dock också företag som menar att det ändå finns en del kulturmässiga skillnader över gränsen. Uppfattningen om hur lika svenskar och norrmän är kan bero på hur nära gränsen

man befinner sig. Som tidigare nämnts i kapitlet ”Nationell gravitationskraft”, är den nationella gravitationskraften ofta svagare nära gränsen. Ett företag närmare svensk-finska gränsen kan tycka att Sverige och Finland har mer lik kultur, medan företag som ligger nära svensk-norska gränsen kan framhålla Sverige och Norge som mer lika.

Sápmi är ett stort område, och lokala mindre gemenskaper som skapas i gränstrakter är kanske därför något man ser större likheter i. Emma Kero, delägare och marknadsansvarig på Kero som är ett företag i Sattajärvi utanför Pajala som tillverkar läderprodukter, säger såhär:

”Kulturmässigt är vi mycket närmare finnarna, det är mycket lättare. Här uppe har vi samma sorts sätt att prata.”

Näringslivsstruktur

De flesta samer jobbar inte i specifikt samiska verksamheter men det finns ändå ett stort antal företag som är just traditionellt samiska. Inom det samiska näringslivet är renskötseln den största näringsgrenen. Enligt Elin Sabbasen på Nordkalottens Gränstjänst kombineras dessutom gärna rennärigen med exempelvis traditionellt samiskt hantverk, duodji.

Det finns även samiska turistföretag på båda sidor av gränsen men de vänder sig generellt inte mot grannlandet då marknaden snarare är turister från bland annat Centraleuropa och Asien som vill uppleva nordisk natur och kultur.

Bland hantverkarna finns det enligt Elin Sabbasen och Riitta Leinonen, koordinator på Nordkalottens Gränstjänst, ett stort intresse för att sälja varor över gränsen, men branschen i sig gör att företag ofta stöter på problem då de ska exportera till grann-



FOTO: ØRESUNDSINSTITUTTET

landet eller delta i mässor på andra sidan gränsen. Företagen måste nämligen deponera en momsavgift för alla varor som tas över gränsen, en avgift som kan ta upp till ett år att få tillbaka om man inte har sålt varorna. Små företag, som de samiska företagen ofta är, har inte alltid de ekonomiska förutsättningarna för ett sådant utlägg.

Vidare behövs också tid och kapacitet att sätta sig in i regelverk, vilket exempelvis produktionsföretag med få anställda eller företag som drivs vid sidan av renskötsel inte alltid har. Riitta Leinonen på Nordkalottens Gränstjänst vittnar om att ändringar i procedurer har gjort att det upplevs som att det de senaste åren har blivit ännu besvärligare att ta in varor i Norge, något som har lett till en kraftig minskning av svenska deltagare på traditionella mässor i norra Norge. Detta gör att många samiska egenföretagare går miste om potentiella marknader.

För livsmedelsföretag behövs dessutom kontroller i alla länder maten ska transporteras genom. Kontrollerna görs ibland långt ifrån gränsen vilket gör att livsmedelsproducenter måste åka långa

sträckor inom varje land där maten ska kontrolleras.

Rørosrein är ett företag i norska Røros som säljer renkött. De upplever regelverket som så krångligt att de har valt att begränsa sin marknad till den egna nationen. På frågan om varför de inte säljer till Sverige svarar vd Eva Nordfjell:

”Vi har inte behov för det. Dessutom är det svåra och krångliga regler kring att ta in mat. Det är också svårt att frakta levande djur över gränsen och genom tullen.”

Om de praktiska gränshindren inte hade funnits hade dock grannlandet varit en lika naturlig marknad, menar hon.

Även företag som har hela Sápmi som sin marknad menar att handel över den svensk-norska gränsen är förknippad med svårigheter. Från vissa svenska samiska företags synvinkel anses Finland då vara ett mycket enklare land att exportera till.

Emma Kero på Kero, som är ett företag i Sverige, säger:

”Norge är ju mycket knepigare än till Finland. Men när du vet hur du gör så är det inte jobbigt, då fungerar det ju. Men det är mycket lättare till Finland, det kommer man inte ifrån. På grund av EU och så.”

Det visar hur nationsgränserna inom Sápmi blir förtydligade av regler och system som inte gäller alla delar av området. Eftersom regionen sträcker sig in i fyra stater finns det också fyra olika system att ta hänsyn till vid handel. I stället för att helt fritt kunna transportera varor i hela det samiska området bekräftas den svensk-norska gränsen genom tullar.

Även om ett företag inte ligger nära gränsen kan dock samiska produkter ha en marknad hos samiska konsumenter i det andra landet. Kero, nära svensk-finska gränsen, har visserligen en större andel finska kunder än norska, men många norska köpare tar sig ändå till butiken för att handla varor, framförallt norrmän med samisk anknytning. Dessa kunder åker då en lång sträcka via Finland för att kunna köpa Keros produkter.

Praktiska mer än mentala hinder

I de intervjuer vi har gjort framkommer det att praktiska hinder kring regelverk och målgrupp är det som utgör barriärer för export och marknadsföring mot grannlandet, snarare än mentala gränshinder i form av exempelvis fördomar eller okunskap.

Då samarbete inom Sápmi, och därmed över svensk-norska gränsen, av många uppfattas som naturligt blir praktiska och formella hinder som påminner om att en gräns finns väldigt påtagliga. Därmed kan upplevelsen av att gränsöverskridande verksamhet är krångligt och byråkratiskt bli ett mentalt gränshinder i det avseendet att man som företagare väljer att inte försöka ge sig in i grannlandet eftersom reglerna känns onödigt tunga.

På grund av de gränsöverskridande kulturella gemenskaperna menar Elin Sabbasen på Nordkalottens Gränstjänst även att praktiska gränshinder kan bli en emotionell fråga – att inte obehindrat kunna lära av varandra och ta del av kulturtraditioner i en transnationell kontext där nationsgränserna upplevs som onaturliga. Med det menar hon att gränserna åtskiljer familjemedlemmar och hindrar personer med en stark samisk identitet från att fritt kunna verka i hela det samiska området. Det är för vissa en laddad och känslig fråga, då gränsdragningarna genom historien har bidragit till förlust av såväl kontakter med släktingar som möjlighet till exempelvis traditionella betesmarker som hamnat på andra sidan gränsen. Ingripanden från nationalstaterna har också skett genom tvångsflyttningar eller på andra sätt skapat konflikt. (Källa: Samiskt informationscentrum (samer.se).

Hos många samiska företag kan den nationella gravitationskraften sägas vara mycket svag. I dessa fall är det inte främst nationstillhörigheten som avgör vad som upplevs som en naturlig marknad för ens produkter.

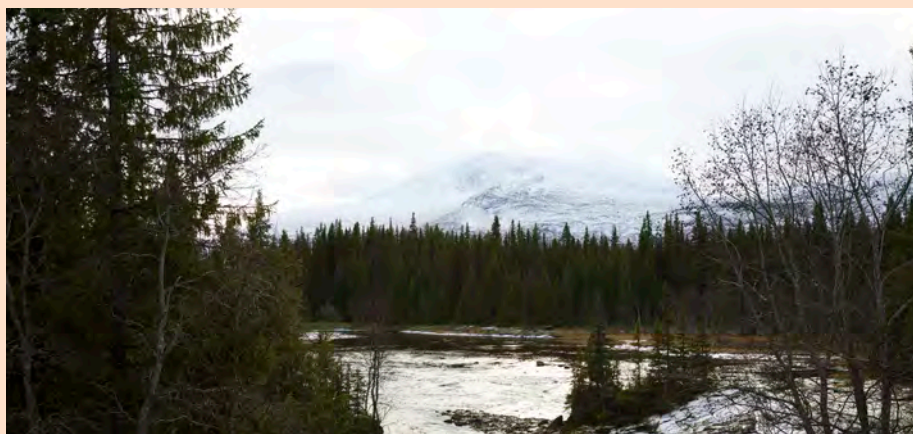


FOTO: ØRESUNDSINSTITUTTET



FAKTA: SAPMÍ

- Sápmi är en region som sträcker sig från Hedmark och Dalarna i syd till Nordkalotten och ryska Kolahalvön i nord.
- Det finns inga exakta tal på hur många samer som bor i Sápmi eftersom sådana folkräkningar inte längre görs. Uppskattningsvis finns det cirka 80 000–100 000 samer i området varav 50 000–65 000 bor i Norge och 20 000–40 000 i Sverige. I Finland och Ryssland bor det cirka 8000 respektive cirka 2000.
- De samiska språken brukar delas upp i tre huvudvarieteter: östsamiska, centralsamiska och sydsamiska. Dessa varieteter delas också upp i flera dialekter. Språkområdena är inte begränsade av nationsgränser, utan är regionalt uppdelade. Därmed används samma språk över gränserna.
- I Sverige talas nordsamiska, lulesamiska, pitesamiska, sydsamiska och umesamiska. I Norge används mest nordsamiska, lulesamiska och sydsamiska. Nordsamiska är i båda länderna den största språkgruppen. I närliggande områden kan varieteterna vara ungefär lika olika som de skandinaviska språken. I områden som ligger långt ifrån varandra kan skillnaderna vara lika stora som mellan svenska och tyska.
- Nordsamiskan har en relativt stark ställning i Finnmark fylke i Norge. I städerna Karasjok och Kautokeino uppskattas 90 procent av befolkningen tala samiska.

Källor: sametinget.se, samer.se, regjeringen.no



FOTO: ØRESUNDINSSTITUTTET

KAPITEL 3

Att inte komma på tanken – betydelsen av omgivning och sociala nätverk

För att kunna ta steget och besluta sig för att börja jobba över gränsen måste man först komma på att det vore en möjlighet. Och inte bara en teoretisk sådan, utan en fullt realistisk. Det sammanhang och sociala nätverk som företagen befinner sig i och de vanor de har, såväl i affärslivet som på fritiden, påverkar i vilken mån det framstår som ett alternativ att röra sig över gränsen.

Sammanhanget, omgivningen, den plats vi befinner oss på såväl rent konkret som mentalt, med sina personliga och fysiska kontaktpunkter utåt, är utgångspunkten för vilken information var och en av oss har tillgång till, vilka möjligheter som öppnar sig och vilka val vi gör. Forskning om sociala nätverk visar att våra vänner, deras vänner och vänners vänner har ett stort inflytande över allt från våra åsikter till vad vi ser som görbart.

Att satsa på att gå in i ett annat land kan vara ett medvetet val, en aktiv satsning. Men många av de vägar man väljer att följa som företagare uppstår av en slump, genom att man griper ett tillfälle i flykten. Men tillfälligheter och oväntade kontakter, möten och kunder uppstår ofta inom eller i utkanterna av den omgivning och det sociala nätverk man redan har och är sällan fullständigt slumpartade.

I de flesta fall sammanfaller kulturgränserna, som kan definieras som gränserna kring den kulturella och sociala gemenskap man upplever sig tillhöra, med nationsgränserna. Med andra ord har företagen i allmänhet ett betydligt mindre nätverk i

grannlandet än i det egna, och deras vardagsvanor för dem sällan över gränsen. Det gör att de tillfälligheter som uppstår tenderar att hålla företagen inom nationsgränserna.

Omgivningens betydelse

Av de cirka 50 företagare vi intervjuat i Norge och Sverige har en del omfattande verksamhet över gränsen – andra ingen alls. Men de flesta företagen har åtminstone någon slags erfarenhet av gränsöverskridande arbete. Det kan handla om att de har eller har haft någon kund, att de utfört några uppdrag eller testat att öppna en filial. Det är uppenbart att möjligheten att bedriva företag över landsgränsen har föresvävat de flesta av dem vi talat med. Men för många har det stannat därvid: någon enstaka kund, något uppdrag. Att satsa på allvar känns för dem inte tillräckligt realistiskt – eller önskvärt.

Aas-Jakobsen, ett norskt rådgivningsföretag inom bygg och anläggning, är ett av de bolag som inte alls satsar på den svenska marknaden.

”Jag hade sagt: varför skulle vi göra det? Vi har aldrig värderat det, aldrig sett något behov av det.”
Trond Haagen, vd för Aas-Jakobsen, Oslo

I den andra ändan av skalan finns byggföretaget Nordmarkens Bygg i Töcksfors, där ekonomiansvariga Randi Karlsson visserligen också tycker att de borde jobba mindre mot Norge. Men det är inte så enkelt:

”Jag försöker att begränsa det väldigt, för det är lite krångliga regler och lite mycket administrativt. Så jag tycker att om det finns jobb här behöver man inte åka dit. Men han [Bo Karlsson, vd] har en del bekanta där, som gärna vill ha honom, som han inte vill svika.”

Randi Karlsson, Nordmarkens Bygg, Töcksfors

Att företagen har gjort olika val vad gäller att jobba över gränsen är kanske inte så konstigt – även bortsett från sådana aspekter som marknadsläge, ekonomiska förutsättningar och potentiell ekonomisk vinst, som vi inte går närmare in på i just den här studien.

Medan Randi Karlsson, själv född i Norge, befinner sig bara någon kilometer från den norsk-svenska gränsen, med släkt och vänner på båda sidor om den, har Trond Haagen sin bas i Oslo, utan någon direkt koppling till Sverige. Randi Karlsson bor i en liten ort, där många arbetar på andra sidan gränsen och där – enligt henne – ”hälften av kvinnfolken är norska”. Trond Haagens Oslo är en huvudstad, dit många svenskar söker sig för att arbeta, men som också är ett centrum och en fullgod marknad i sig själv. Andelen personer vars närmaste sociala nätverk omfattar personer som bor i det andra landet, arbetar där eller bedriver företag över gränsen är betydligt lägre i Oslo än i Töcksfors.

Detta är inte en studie om privatpersoners syn på att röra sig mellan Norge och Sverige, men den omgivning man rör sig i, det sociala nätverk man har, och den inställning man har i det övriga livet färgar också de beslut man tar i företaget. Genom att fokusera på individen kan vi få syn på större helheter, kollektiv och nätverk.

I ”Spritsmuggling på Östersjön. En kulturhistorisk studie av nätverk i tillblivelse” skriver etnologer Johan A. Lundin och Fredrik Nilsson att sociala nätverk är det som skapar samhället i en ständigt pågående process, genom de förbindelser som finns mellan människor och det som sker i och med dessa. (Lundin & Nilsson 2015)

Om vänner och bekanta har stort inflytande över

de val man gör, något som Nicholas A. Christakis och James H. Fowler, två amerikanska professorer i sociologi och medicin framhäver i ”Connected : mänskliga relationer, sociala nätverk och deras betydelse i våra liv”, är det enkelt att föreställa sig att det finns en tydlig skillnad mellan Oslo och Töcksfors när det gäller hur nära till hands det ligger att göra valet att jobba just över den norsk-svenska gränsen. (Christakis & Fowler: 2010)

Bland de företag vi intervjuat finns såväl de som befinner sig precis intill gränsen och de som ligger längre bort. Det är tydligt att de orter som ligger allra närmast gränsen också är de där gränsen spelar minst roll. Ett exempel är norska Meråker och svenska Storlien och Åre, där många exempelvis bor i Sverige och arbetar i Norge. Annika Bergquist arbetar på sport- och tipsbutiken Meråker sport og fritid, som har 25-30 procent svenska kunder och där två av tre anställda bor i Sverige.

”Vi riktar ju oss till alla med våra varor, inte bara svenskar. Men om man ska ha reklam förstår jag inte varför man inte skulle ha det mot svenskarna också. Jag tycker det är jättebra om man kan arbeta över gränsen. Du ser ju inte gränsen, den är ju inte synlig. Så varför ska man tänka så i förhållande till butiker?”

Annika Bergquist, Meråker sport og fritid, Meråker

Flera mindre orter längrs med gränsen mellan Värmland och Østfold, samt mellan Dalarna och Hedmark, är på ett liknande sätt sammanlänkade, liksom städerna Strömstad i norra Bohuslän och Sarpsborg och Halden i södra Østfold. Även Kiruna och Narvik har en nära koppling, inte minst genom järnvägen som förkortar avståndet mellan de båda nordliga städerna. Just goda kommunikationer är en förutsättning för att sociala nätverk ska kunna uppstå, påpekar Johan A. Lundin och Fredrik Nilsson. (Lundin & Nilsson 2015)

Det som utmärker dessa olika gränsområden är just hur vardagligt och avdramatiserat det är att resa mellan länderna, för att handla, besöka stugan, hälsa på föräldrarna eller åka till jobbet. De kollektiva mentala kartor som formas och förs vidare i ett samhälle genom att människor delar och diskuterar tankar och erfarenheter, såväl privat som i arbetslivet, avgränsas i dessa fall inte av nationsgränsen, utan omfattar orter och platser på båda sidor om den. (Läs mer om kollektiva mentala kartor i kapitel 1 Den svensk-norska gränsens kulturella komplexitet på sidan 18.)

En tydlig illustration av närheten mellan Sverige och Norge är svaren på frågan om hur ofta de vi intervjuat besöker det andra landet. Kommer den svarande från Östersund kan svaret bli ”rätt ofta, ett par gånger per år i alla fall”, medan någon i Kongsvinger tycker att det är ”mer sällan” att vara i Sverige en gång i månaden.

I flera fall är de orter som ligger närmast gränsen lite mindre, medan större städer vanligtvis ligger ytterligare ett tiotal mil inåt respektive land.

Utifrån de intervjuer vi gjort kan vi ana ett visst mönster för dessa svenska och norska städer, sett till vilka andra orter man vanligtvis samarbetar med och ”vänder sig mot”. Några långtgående kvantitativa slutsatser går inte att dra av 50 intervjuer, men vi kan se mönster i vad flera intervjupersoner oberoende av varandra uppgett.

I Östersund berättar flera företagare att de bedriver delar av sin verksamhet i Stockholm och även i viss mån i Sundsvall, medan företagarna i Karlstad i stället upplever att Oslo är den storstad som ligger närmast till hands. Företagarna i Kongsvinger har blicken riktad mot Sverige i betydligt högre grad än de i Trondheim, vilket troligen delvis har att göra med att Trondheim är en betydligt större stad än den närmaste svenska motsvarigheten Östersund. Kontakten mellan de båda sistnämnda städerna tycks i högre utsträckning handla om turism.

”Samtidigt kan digitaliseringen vara en faktor som vidgar människors mentala kartor.”

Även mer nordliga Mo i Rana tycks ha en ganska tydlig koppling till Sverige, även om den inte är lika tydlig som den mellan Kiruna och Narvik, där traditionen är lång på grund av gruvdriften som knutit samman orterna.

De bolag vi har talat med i Hamar arbetar samtliga mot Sverige – eller har planer på att göra det – och det tycks finnas en öppenhet för grannlandet, även om de praktiska kommunikationsvägarna ganska tydligt främst leder mot Oslo. För samtliga av de orter vi undersökt kan vi se att det finns en koppling mellan kommunikationsmöjligheterna och den riktning i vilken människor i första hand vänder sig. Det går också att se en skillnad mellan större och mindre samhällen utifrån hur långt människor i allmänhet rör sig till vardags och vilka avstånd som upplevs som naturliga. De kollektiva mentala kartorna som växt fram tycks ha en relation till storleken på själva orten där de formats.

Samtidigt kan digitaliseringen vara en faktor som vidgar människors mentala kartor, menar Trond Erik Grundt, administrationschef på Grensetjänsten i Morokulien.

”Företagarna har blivit mer medvetna om landet på andra sidan gränsen. Man ser att man kan bedriva företag där och har blivit mer upplysta. Man ser möjligheterna lite mer än tidigare. Det



FOTO: ØRESUNDSINSTITUTTET

Kommunikationsmöjligheterna spelar stor roll i hur naturligt man upplever det att arbeta över gränsen.

har nog med digitaliseringen och ny teknologi att göra. Det är lätt att läsa om vad som händer i Sverige och Norge – informationen om samhället har blivit mycket mer tillgänglig.”

Trond Erik Grundt, Grensetjänsten, Morokulien

Enligt sociologerna Nicholas A. Christakis och James H. Fowler har dock de personer som man rent fysiskt träffar i vardagen – ofta ens vänner – större betydelse för de val man gör än de bekanta man har kontakt med genom exempelvis sociala medier. (Christakis & Fowler 2010)

I intervjuerna har företagen bland annat svarat på om de känner många personer av den andra nationaliteten. Vi kan konstatera att det förekommer en hel del kontakter över gränsen, för i de allra flesta fall är svaren ja. I de undantagsfall, då företagen inte direkt känner någon norrmän eller svensk, bor de oftast i Stockholm, Oslo eller Östersundstrakten. Det gäller både män och kvinnor.

Det finns också specifika branscher, som traditionellt har haft ett stort utbyte över den norsk-svenska gränsen. En av dem är som tidigare nämnts är gruvindustrin i de nordliga delarna av länderna. En annan är skogsindustrin, som har en lång historia av gränsöverskridande arbete. Carsten Hovind är marknadschef för Nordisk Massivtre i Kongsvinger, som tillverkar limträ för byggbranschen. Han menar att det är väldigt vanligt i bran-

schan att företag jobbar i både Sverige och Norge, vilket även de själva gör.

”Först och främst är det träförädling vi jobbar med. Och inom träförädling har det varit mycket handel över gränsen.

Varför det?

– Det är relativt lik kultur. Som jag upplever det har det historiskt sett gått mycket varor från Sverige till Norge, för att träförädling är mycket större i Sverige. Vi har ett stort företag i Norge, men ni har många större, så det har nog gått ganska många förädlade produkter över till Norge, och råvaror säkert på båda hållen.”

Carsten Hovind, Nordisk Massivtre, Kongsvinger

Dessa traditioner och vanor av utbyte mellan olika orter och branscher är intressanta att undersöka, eftersom de erfarenheter som tidigare företag gjort påverkar efterföljande företagens uppfattning om vilka geografiska områden som är rimliga att satsa på. Dels genom de berättelser som förs vidare, men också genom de sociala nätverk som eventuellt byggs upp och som bidrar till att nya affärstillfällen uppstår.

Inte enbart en tillfällighet

Majoriteten av de företag vi intervjuat har eller har någon gång haft en koppling till det andra landet, genom åtminstone någon enstaka kund eller uppdrag. Inte sällan beskrivs det som att det gränsöverskridande arbetet uppstod av en ren slump. Men bakom den ligger vanligtvis en rad faktorer, inte minst det sociala nätverket.

Kommunikationsbyrån Syre AB i Östersund jobbar exempelvis mot Norge då och då.

”Det händer ju och har hänt. Vi har aldrig aktivt bearbetat den norska marknaden, men ibland dyker det upp projekt som vi ändå får arbeta med. Vi har ju norska kunder, och några svenska kunder har bolag i Norge, så då jobbar vi med dem.”

Göran Bärnsten, vd för Syre AB, Östersund

För elektrikerföretaget Kopperå Elektro i Kopperå var beslutet att testa den svenska marknaden något mer aktivt, men bakgrunden var tillfällig: att det började gå dåligt för den lokala, norska fabriken tidigare arbetat mycket för, samtidigt som många normän började köpa hytte i Sverige och behövde elektriker. Henrik Lindahl, vd för it-konsultföretaget

FAKTA: NÄRHET AVGÖR MER ÄN KÖN

Utifrån de intervjuer vi har gjort är det svårt att se någon avgörande skillnad mellan de företag som leds av kvinnor och män i förhållande till hur många som väljer att arbeta över gränsen. Fördelningen skiljer sig inte åt på något markant sätt.

Inte heller märks några större skillnader vad gäller kontakten mellan länderna bland de manliga och kvinnliga företagare vi intervjuat, exempelvis när det gäller hur ofta man besöker det andra landet eller om man känner personer som bor där eller kommer därifrån.

En betydligt viktigare faktor tycks vara närheten till gränsen och kommunikationsmöjligheterna till det andra landet, som i sin tur påverkat vilka traditioner och vanor som växt fram i den ort där man befinner sig.



Joakim Ek, vd på Kaj63 i Östersund, hade gärna sett att offentliga upphandlingar lades ut gränsöverskridande.

get Addoceo i Karlstad, hade däremot inga speciella tankar på att det skulle bli just Norge han skulle arbeta med när han gick in i ett internationellt projekt med 130 deltagande länder.

Alldeles invid gränsen mot Sverige, i Ørje i Østfold, ligger ventilationsföretaget Flexit, som behövde bygga ut sin fabrik för ett antal år sedan.

”Det var en tillfällighet att vi fick tillfälle att bygga fabriken i Töcksfors. När vi fick behov av att bygga ut fick vi ekonomiskt stöd från Tillväxtverket för att skapa arbetsplatser i Töcksfors, så det var egentligen anledningen till att vi byggde en stor fabrik där. Det var mer ekonomiskt gynnsamt och det är kort väg dit. Det tar bara en kvart, så är vi där.”

Pernille Martinsen, HR-chef för Flexit, Ørje

Allra mest poetiskt uttrycker sig nog Tina Stafrén, delägare till hantverksföretaget Frösö Handtryck i Östersund, kring ett uppdrag de tidigare haft i Norge och som i förlängningen har bidragit till att

de ser den norska marknaden som högaktuell för sitt nuvarande företag:

”Vi hade gjort ett liknande uppdrag till Jämtland-Härjedalen Turism, ett magasin. Och den här projektledaren fick syn på det när han träffade en kompis till oss. Och så tog han in oss i projektet, då. Så det var, du vet, stjärnorna som stod rätt på något vis.”

Tillfälligheter och oväntade yttre omständigheter gjorde alltså att företagens verksamhet tog en viss vändning – i de här fallen över den norsk-svenska gränsen.

Samtidigt är tillfälligheter och yttre omständigheter sällan helt slumpartade. Möten kan vara oväntade, men de sker på en specifik plats, vid en specifik tidpunkt. Kontakter kan dyka upp av en slump, men bakom dem finns det ofta en koppling till någon som känner någon. Den plats och sociala nätverk man befinner sig i sätter ramarna för en stor del av det som uppfattas som slumpartat.

Systemkonsultbolaget Kaj63 i Östersund jobbar främst mot företag i hemstaden, samt i Stockholm och Sundsvall. Enligt företagets vd Joakim Ek har praktikaliteter – som att man känner någon på en ort, har någon öppning där, är där ofta eller att det är lätt att åka dit – betydelse för hur stor chans man har att få in en fot.

”För oss rent praktiskt har vi goda chanser att få uppdrag i Sundsvall, Östersund och Stockholm. Det är en längre väg att vandra till Trondheim, för vi har inga relationer där. (...) Om det vore ett scenario att Trondheim skulle efterfråga oss precis som Östersund och Sundsvall skulle vi behöva tala om att vi finns. Vi talar om det i Sundsvall, men inte i Trondheim. På samma sätt får vi också frågor från Sundsvall men inte från Trondheim.”

Joakim Ek, vd för Kaj63, Östersund

Han menar att sådana faktorer, men också den egna strävan, ligger bakom vilka tillfällen som uppstår:

”Man ska inte underskatta att någon gång uppstod ett tillfälle och sedan har man spunnit vidare på det. Små och medelstora bolag får många möjligheter så. Men ett tillfälle uppstår inte av en slump, det ligger mycket möda bakom. Jag har också jobbat i större bolag, och man kan ha en medveten strategi, men någon gång måste man vaska fram tillfället som gör att

man bygger upp fler referenser och kontakter. Man bestämmer sig helt enkelt för att göra det. Och när man gör det öppnar sig oftast dörren. Man får bestämma sig för det och så får man tugga på.”

De företag som befinner sig i miljöer där de möter företag från det andra landet – eller företag som i sin tur arbetar med det andra landet – har naturligtvis större chans att råka på en affärsmöjlighet eller givande utbyte över gränsen. På samma sätt fungerar det med kontakter. För anläggningsföretaget CD Entreprenad från Malung var det en beställare de tidigare jobbat med i Sverige, som erbjöd dem att vara med i upphandlingen av det som blev deras första uppdrag i Norge, att bygga vägarna till en ny vindkraftsanläggning.

Även privata nätverk har betydelse. Det norska it-bolaget Kantega i Trondheim leds av vd Marit Collin, som har semesterlägenhet i Åre. Hennes grannar där har under hösten bjudit in henne att hälsa på hos ett nytt kontorshotell och samlingsplats för företag som de nyligen öppnat upp på orten.

”De är väl medvetna om att jag är vd för ett it-konsultföretag och har bjudit dit mig för att träffa de här företagen och se om det finns några samarbetsmöjligheter. Så vi får undersöka det. Det kan bli något eller inte, det får vi se.”
Marit Collin, vd för Kantega, Trondheim

Tillfället har uppstått. Varför företagen sedan väljer att gå vidare med vissa möjligheter, men avstår från andra, ska de följande kapitlet försöka besvara.

Skilnader: Sverige – Norge

Av dem vi intervjuat arbetar två av tre norska företag över gränsen, medan motsvarande andel bland de svenska företagen är cirka hälften. Det är svårt att dra några långtgående slutsatser utifrån enbart ett 50-tal utvalda företag, men det kan möjligen ge en indikation på att norska företag i högre utsträckning arbetar gränsöverskridande mot Sverige.

Fenomenet att fånga tillfälligheter i flykten finns naturligtvis för företagare i alla länder i lika mån, men det finns också en koppling till det sociala nätverket i form av antalet kontakter i det andra landet. Något fler svenskar än norrmän svarar också att de inte känner någon i det andra landet, men den absoluta majoriteten i båda länderna gör det.

I de intervjuer vi gjort går det inte att se någon skillnad mellan nationaliteterna vad gäller hur ofta man besöker det andra landet. Den faktor som tycks ha störst betydelse är hur nära gränsen man befinner sig, tillsammans med de traditioner som finns bland näringslivet på orten. Vi har inte kunnat urskilja någon skillnad mellan norska och svenska företagare i det här avseendet, utan det tycks fungera någorlunda liknande i exempelvis små orter nära gränsen.



Trondheim.

FOTO: ØRESUNDSENSITUTUET



FOTO: ØRESUNDSINSTITUTET

KANTEGA, TRONDHEIM

Sociala nätverk har öppnat möjligheter i Sverige

Att se möjligheten och uppleva att det rätta tillfället att göra affärer över gränsen är inne är en förutsättning för att det ska ske. IT-konsultföretaget Kantegas vd Marit Collin är ett exempel på hur svenska och norska företagare kan komma i kontakt med varandra på till synes slumpartade sätt – genom vardagsvanor eller nätverk, affärsmässiga såväl som privata. Men Kantega är också ett exempel på hur ett företag kan förlora en kund som blir uppköpt över gränsen, delvis därför att de nya ägarna har andra nätverk och referensramar.

För några år sedan blev en av Trondheimsföretaget Kantegas kunder uppköpt av ett svenskt bolag, som flyttade större delen av kundföretaget från Trondheim till Stockholm. Kantega har arbetat med kunden i ungefär 15 år, men vd Marit Collin tror att det andra företaget framöver kommer att välja svenska leverantörer i stället.

– När de blev uppköpta började vi förlora kunden. Flera gånger var vi med i upphandlingar då vi lämnade väldigt bra anbud som de nog borde ha tagit. Det var skraddarsydda lösningar som vi försökte få dem att välja, men de valde en produkt varje gång. Min åsikt är ju att vi hade så bra insikt i vad de behövde att

vi kunde ha gjort ett bra jobb. Men vi har inte fått lov att göra det.

Tror du att det har att göra med att de flyttade till Stockholm?

– Ja. Det hade nog varit annorlunda om vi också hade varit i Stockholm. Men vi får vara nöjda med att vi hade en bra kund i många år.

Kantega har dock nyligen startat upp ett samarbete med ett svenskt företag, som varit med i en upphandling om att få ett stort offentligt konsultkontrakt i Norge.

– Det offentliga har erbjudit så stora ramavtal, att om

ett ensamt företag skulle bjuda på det är det kanske bara två företag i Norge som skulle kunna leverera. Så där har vi med ett stort företag i Sverige med 800 anställda som underleverantör, för att vi skulle kunna vinna. Vi är två norska företag och det andra bolaget kände dem sedan tidigare. Vi ska åka och besöka dem och lära känna varandra lite bättre och försöka hitta samarbetsmöjligheter. De verkar bra. Men hittills har det inte varit någon svensk konsult än som lämnat in sitt cv till de miniupphandlingarna som vi har inom kontraktet – de har väl nog att göra på sitt håll.

Att själva anställa svenskar har Kantega misslyckats med, trots att de till och med deltagit i en rekryteringskonferens i Stockholm.

– Vi har mycket att göra och behöver folk. När man jobbar nära med kunder är det bra att det går på norska eller skandinaviska. Om vi kunnat få svenskar att flytta till Trondheim eller Oslo hade det varit en superkoppling.

Men Marit Collin misstänker att svenskarna hellre börjar jobba för svenska konsultbolag som etablerat sig i Norge.

Marit Collin, som själv är "en kvarts svensk", uppvuxen i Narvik och har tillbringat mycket tid i Sverige i barndomen, är inte främmande för att arbeta över den norsk-svenska gränsen. Hon har också semesterlägenhet i Åre, där en möjlig framtida affärsmöjlighet nyligen uppenbarat sig.

– Av en händelse håller de som bor i två av åtta lägenheter runt gården där på att öppna upp ett workplace i Åre. De är väl medvetna om att jag är vd för ett it-konsultföretag och har bjudit dit mig för att träffa de här företagen och se om det finns några samarbetsmöjligheter. Så vi får undersöka det. Det kan bli något eller inte, det får vi se.

Ytterligare en Sverigekoppling som skulle kunna så ett frö till gränsöverskridande företagande är Marit Collins goda vän i Stockholm, en svensk kvinna som tidigare varit hennes chef på Handelsbanken i Norge och som hon upplever lärt henne mycket om arbetskulturen i de nordiska länderna.

– Vi har planer på att göra ett studiebesök med kvinnliga vd:ar här och besöka en sammanslutning som de har, med fem kvinnliga företags-vd:ar.

Men trots att Marit Collin betonar att hon tycker om Sverige ligger det inte nära tillhands för Kantega att etablera verksamhet på andra sidan gränsen. En viktig anledning är bolagets arbets sätt, nära kunden:

– Drömsituationen är att kunden ska vara så nära

att de inte behöver statusmöten. Så att kunden är lika uppdaterad som vi, och kan korrigera på vägen.

Om du skulle föreställa dig att det skulle ligga lika nära till hands att jobba med marknaden i Sverige som i Norge, vad skulle behöva förändras då?

– Om det legat en stor stad där Åre ligger hade vi kunnat försöka få kunder där. Vi har ju jobbat mot Oslo i många, många år. Men det är något med sättet vi jobbar på. Vi måste vara så nära kunden, så då hade det inneburit resor dit.

– För två år sedan vann vi en kund i Bergen, vilket nu lett till att vi startar ett kontor där. Att vinna en kund i Sverige skulle kunna leda till att vi på sikt kunde ha ett kontor. Men kunden behöver vara så stor att vi kan ha en bas hos dem i tio år. Vi går inte bara in och ut. De kunder vi har, har vi haft i 10-15 år.

KANTEGA

Verksamhet: Ett IT-konsultföretag, som levererar skräddarsydda lösningar, ofta knutna till effektivisering av arbets- eller kundprocesser. Företaget arbetar främst mot bank och finans, men även energi och offentlig sektor.

Antal anställda: cirka 125

Jobbar över gränsen: Ja, men inte mycket. Företaget har en kund, som håller på lämna dem, och ett vilande samarbete med ett svenskt företag.

Ort: Trondheim. Företaget har även kontor i Oslo och Bergen.

Intervjuperson: Marit Collin, vd

Ovanlig ägarlösning

Alla som arbetar för Kantega är delägare i bolaget. Nyanställda får 1000 aktier och erbjudande om att köpa sig upp till en lika stor andel som företagets grundare. Vid intervju-tillfället ägde 85-90 personer lika mycket som grundarna, medan resten var på väg att köpa sig upp.

"Det skapar sammanhållning, så att man vill ta hand om arbetsplatsen och varandra. Om det kan vara intressant för företag i Sverige att ta efter modellen delar vi gärna med oss av det. Jag tror mest på team-samarbete. Även om jag leder Kantega är vi en ledningsgrupp på sex som diskuterar besluten", säger vd Marit Collin.



KAPITEL 4

Att stanna i sin bekvämlighetszon

Beslutet att ta steget och börja arbeta i grannlandet kan vara svårt. Många av de företagare vi intervjuat saknar kunskap om marknaden och vilka regler som gäller på andra sidan gränsen, och deras nätverk är betydligt starkare i det egna landet. I ljuset av att det dessutom ofta krävs en rejäl första ansträngning för att få igång den gränsöverskridande verksamheten gör många det trygga och mer bekväma valet att stanna i hemlandet.

Att arbeta över den norsk-svenska gränsen med sitt företag kräver oftast en större ansträngning än att hålla sig inom det egna landet. Det handlar om allt från att administrationen blir större och dyrare, och att det ställs krav på att sätta sig in i ett annat lands regler, till att företaget saknar nätverk, kunskap om marknaden och en lättillgänglig ingång i det andra landet. Det kan framför allt vara utmanande för mindre företag, som saknar extra resurser för exempelvis administration och försäljning.

Många företagare bedömer också att det första steget in på den nya marknaden måste vara stort, eftersom det i deras bransch i stort sett krävs att man sätter upp ett nytt företag i det andra landet eller rent av etablerar ett nytt kontor.

Ofta anas också en mer flyktig känsla av det andra landet – på gott och ont – innebär något annorlunda och ovisst, något som utgör en större utmaning än att exempelvis satsa på ytterligare en region i hemlandet. Det har i sin tur att göra med frågor som vi diskutere-

rar bland annat i kapitel 6, Bilden av ”de Andra”, och 2, Nationell gravitationskraft.

Faktorer som dessa gör att företagare drar sig för att ta steget över gränsen. Om det finns en tillräcklig marknad lokalt eller nationellt ser de inte behovet av eller möjligheterna i att satsa i det andra landet, trots att de skulle kunna tjäna på satsningen – de extra ansträngningarna till trots. Den potentiella vinsten upplevs vara alltför osäker eller inte värd utmaningen. I stället känns det bekvämt att stanna kvar på den marknad de känner till, där de redan har sitt nätverk och kan reglerna utan och innan.

Kontakter och nätverk

Inom näringslivet är gamla kunder, kontakter och uppdrag ofta betydelsefulla för att skapa och få in nya sådana. Ett företag som ger sig in på en ny marknad, i synnerhet om den ligger i ett annat land, saknar ofta sådana dörröppnare. Det är något som många företagare nämner som problematiskt i förhållande till att

söka sig över gränsen. Fiberbolaget HC Telecom från Strömstad, som gräver och lägger bredbandskabel, har provat att ta ett uppdrag i Norge, men upplevde det inte som någon enkel marknad.

”Det är som i Sverige, man måste ha kontakter. Det är inte så lätt som svensk att åka dit och bygga nät. Varför ska vi anlita en svensk? tänker de då.”

Hans-Christer Fischer, grundare av HC Telecom, Strömstad

Ofta saknas gränsöverskridande kontakter mellan såväl branschorganisationer, som ofta är nationella, och mer lokala näringsföreningar på ömse sidor om gränsen. Sociala nätverk tycks däremot vara relativt vanliga längs den norsk-svenska gränsen och det går att urskilja ett mönster, där de företagare som säger sig känna många personer i det andra landet oftare arbetar gränsöverskridande. (Läs mer i kapitel 9, ”Attraktionskrafter som lockar företag över gränsen”, på sidan 100.) Etnologerna Johan A. Lundin och Fredrik Nilsson menar i ”Spritsmuggling på Östersjön. En kulturhistorisk studie av nätverk i tillblivelse” att tillit är en viktig faktor i de relationer som bygger sociala nätverk, och att det är avgörande när nya kontakter ska byggas upp (Lundin & Nilsson 2015). Möjligen kan känslan av att det som finns på andra sidan gränsen – inklusive människorna – är något obekant och annorlunda därmed göra det svårare att bygga gränsöverskridande nätverk.

Att skapa nya kontakter är samtidigt något som många företagare måste göra även inom det egna landet, inte minst när de är nystartade. Flera företagare talar om det som ett uppdrag eller ett arbete som måste utföras, vare sig det sker inom eller över gränsen.

”Vi har flera kollegor, alltså andra företag inom branschen, som jobbar mycket mot Kiruna nu när det händer så mycket där. Men jag vet att de har fått jobba hårt för att komma in där. (...) De som kom in har kontakter och har fått jobb i den utbyggnad som ska ske. Vi har inte ännu aktivt försökt att få jobb. Men vi har diskuterat att köra upp och upprätta kontakter. Men det är ju ett jobb som ska göras också...”

Pål Hansen, Grunn og betong, Narvik

Kunskap om regler och marknad

Att ge sig in på en ny marknad kräver också kunskap om hur den fungerar och vilka formella regler som gäller. Längs den norsk-svenska gränsen

uppstår fenomenet att det andra landet ibland ligger geografiskt nära, men kunskapsmässigt långt bort. De gräns- och företagargrupporganisationer som intervjuats till den här studien berättar att det emellanåt leder till att företag alltför lättvindigt ger sig över gränsen, för att snabbt bli brända när de inser att helt andra regler och förutsättningar råder där.

”Man undervärderar svårigheterna och trodde att det var precis som hemma. Det har jag hört från företagare, som sedan märker att det är helt andra regler, rutiner och en annan affärskultur. Man undervärderar komplexiteten. Norge-Sverige måste vara likt, tror man. Men nej, det är inte så likt som man skulle kunna tro.”

Alf Johansen, Grensekommitte Värmland-Østfold

Företagen som intervjuats till den här studien vittnar dock sällan om den typen av erfarenheter, utan är oftast väl medvetna om att kunskap krävs – och att de kanske saknar den.

”Egentligen känner jag väldigt lite till det, när man är en så liten anläggning som detta har man alldeles för lite kunskap om samarbetspartners och konkurrenter. Man hamnar bakom hela tiden, du är ansvarig för absolut allt, och du jobbar hårt med att få allt på plats. (...) Jag känner inte till det. Jag använder ibland någon svensk firma som gör jobb här för ett bra pris. Men jag skulle gärna önska att jag kände mer till det.”

Arne Magnus Størseth, driftschef för Meråker Alpinesenter i Meråker

Skidanläggningen Meråker Alpinesenter är trots allt ett av de företag som satsar på samarbete över gränsen, bland annat med skidanläggningen i grannorten Storlien. Andra företagare har än mindre kunskap. De intervjuer vi gjort visar att många företag har begränsad kännedom om marknaden på andra sidan den norsk-svenska gränsen, och särskilt – kanske inte så förvånande – de som inte alls eller i mindre utsträckning jobbar med det andra landet. Flera företagare känner också att de saknar kunskap om vilket regelverk som gäller på andra sidan gränsen.

Bemanningsföretaget Fremo Bemanning rekryterar och hyr visserligen ut svenskar till någon enstaka procent av de tjänster de besätter i Trondheim varje år, men har inte tagit steget att erbjuda sina tjänster på andra sidan gränsen.

”Människor är ganska trygghetsökande.

Människor väljer bland dem som är närmast.

Det är det lite osäkra, om vi skulle jobba med en rekryteringsprocess i Sverige – vi har aldrig gjort det – gäller andra regler? I stället jobbar vi hellre här där vi känner till det.”

Hege Svendsen, vd för Fremo Bemanning i Trondheim

Detsamma kan gälla företagare som känner till själva marknaden i det andra landet väldigt väl – exempelvis svenskar som i många år arbetat som anställda i norska företag – men som däremot inte har kunskap om vilka regler som gäller just för företag som korsar gränsen.

Det är inte heller enbart själva kunskapen som måste till för att kunna satsa i ett annat land, utan företagen måste också kunna agera i den verklighet som råder där.

”Det handlar om att så fort du rör dig över en gräns råder helt andra förutsättningar, där finns andra aktörer och sätt att jobba. Man måste våga satsa, anställa, leda på distans. Vi måste till exempel kunna leda folk som sitter i Stockholm, och det är klart att det är en utmaning att leda på distans och att hålla de människorna tätt intill organisationen.”

Pernille Martinsen Westlie, HR-chef för Flexit, Ørje

Många företagare löser den problematik som de

upplever finns i detta genom att anställa personer från det ”andra” landet. Så resonerar både svenskar och nordmän, som ger sig in i varandras länder. Dels handlar det om att förstå affärskulturen i det nya landet, dels om att skaffa kunskap om marknaden genom att ta in någon som känner till den. Det kan också vara ett sätt att få tillgång till ett socialt nätverk där.

Tore-Johan Arntzen, vd för fastighetsbolaget Handelsbygg i Halden, upplever att det är viktigt att ha med sig svenskar i svenska projekt, eftersom de lättare kan sätta sig in i avtal och kontrakt och har kännedom om svenska lagar och regler. Han upplever dock inte, åtminstone inte uttalat, något behov av att anställa svenskar för att få tillgång till ett svenskt nätverk.

”Vi trodde först att vi kunde använda vår norska ingenjör som vi vanligtvis arbetar med, men det visade sig att det är så mycket som är annorlunda med att jobba i Sverige att jag är glad att vi valde att ta in en svensk ingenjör som är van vid det svenska arbetsättet.”

Tore-Johan Arntzen, Handelsbygg AS, Halden

Det norska ädelmetallsföretaget K.A. Rasmussen, med huvudkontor i Hamar, har över hälften av marknadsandelarna på den svenska marknaden. De har arbetat i Sverige sedan 1980-talet genom



”Man måste vara etablerad i Sverige för att sälja där, och ha lokala anställda som känner till både kunder, marknad och mentalitet. Svenska kunder föredrar en svensk leverantör.”

Terje Pedersen, vd på K.A. Rasmussen i Hamar, har över hälften av marknadsandelarna på den svenska marknaden.

att köpa upp flera mindre svenska företag och har i dag en fabrik och ett dotterföretag i Sverige. Sedan starten har de haft svenskar anställda i Sverige.

Bolagets vd Terje Pedersen menar att det krävs lokala anställda som känner till marknaden, kunderna och mentaliteten för att kunna sälja i Sverige, och att det är viktigt att säljarna bygger upp en långvarig och förtroendefull relation med kunderna – vilket är svårt att göra om man inte är på plats.

Liknande tankegångar har exempelvis konsult- och coachingföretaget The Assessment Company i Hamar, som har konkreta planer på att inom kort starta upp i Stockholm och därför tänker anställa en svensk person som ansvarig för Sverige.

På det stora hela vittnar få företagare om upplevd språkförbistring eller oro för att sådan skulle kunna uppstå. De som tagit upp frågan tror snarare att andra skulle kunna uppleva detta som ett problem – inte de själva. En fråga som den här studien saknar underlag att svara på är om personer som bryter på svenska eller norska upplever detta som ett större hinder för att ta sig in på det andra landets marknad.

Det kan dock noteras att en vitt spridd uppfattning bland de norrmän vi intervjuat är att de förstår svenska bättre än svenskar förstår dem. Framför allt är det norrmännen längre söderut i landet som inte upplever att svenskarna förstår dem helt och hållet – längre norrut tycks språkbarriären vara ännu mindre.

Men oavsett det faktum att svenskar och norrmän i de flesta fall förstår varandra bra, talar

flera företag, bland dem konsultbolaget Elvenite i Karlstad, om att landsmän skapar större förtroende bland kunderna i det andra landet.

”Men just det att lära känna regionen – det är nog en anledning till att vi anställt norsk personal och öppnat verksamhet i Norge. I just det skedet tror jag att det är bra att vara norrmän i Norge. När man ska inleda en affär och bygga förtroende.”

Johan Gotting, Elvenite, Karlstad

Lite större bolag satsar av den anledningen ofta på en egen försäljningsavdelning i det nya landet, något som mindre bolag däremot sällan har resurser till.

Självklart förekommer också fenomenet att företagare har kunskap om det andra landets marknad och just därför väljer att inte gå in, för att marknaden är mättad eller betydligt mindre än i det egna landet. Det är bland annat Tolkresurs i Sundsvall ett exempel på.

”I Norge har jag inte lika bra koll på marknaden som i Sverige, men jag har ett ganska bra hum om vad som beställs och vad man köper. Svenskar köper tolktjänster för ungefär fem miljarder kronor per år, enligt siffror från 2015, och motsvarande siffra för Norge är en miljard. Så det är betydligt mindre.”

Mohammad Khanamadi, styrelseordförande för Tolkresurs, Sundsvall

Kvinnor upplever en högre tröskel

Cirka hälften av de kvinnliga företagare vi intervjuat till den här studien upplever någon form av motstånd eller hinder i förhållande till att arbeta över den norsk-svenska gränsen. Det inkluderar både företagare som redan gör det och dem som inte har någon gränsöverskridande verksamhet.

Anledningarna är vitt skilda, från att de saknar kontakter och kunskap till att administrationen är alltför betungande.

”Om man inte har full inblick och information känns det struligt, även om det kanske inte är så egentligen.”

Terese Zetterman, vd för Krokrom Träindustri, Krokrom

Av männen är det däremot bara en av fyra som har samma upplevelse. Eftersom vårt underlag är begränsat går det inte att dra slutsatsen att samma fördelning gäller för det totala antalet kvinnliga och manliga företagare längs gränsen. Det går inte

FAKTA: IT- OCH KOMMUNIKATIONSBRANSCHEN

Kontakter tycks vara särskilt viktiga för att få nya uppdrag och kunder inom IT och kommunikationsbranschen, där många företagare nämner det som en svårighet i förhållande till att arbeta mer gränsöverskridande.

Ett antal företag inom tjänstebanscherne – men även exportverksamheter – lyfter också fram vikten av att befinna sig nära kunderna, för att kunna hålla kontinuerlig kontakt och skapa en god relation. Det betyder att avstånd och kommunikationer spelar stor roll. Flera företagare ser en koppling mellan att få kunder på en ny ort och att etablera ett nytt kontor eller filial där.



FOTO: ØRESUNDSINSTITUTET

De företag som intervjuats i norska Kongsvinger ser det som naturligt att ta steget in på den svenska marknaden.

heller att utesluta att kvinnor generellt tenderar att resonera mer kring potentiella hinder och risker – i olika sammanhang. Men mönstret är tydligt: oberoende av bransch och geografi uttrycker fler kvinnor att det finns svårigheter med att arbeta mellan länderna.

Ser man däremot till hur många av företagen, där vi intervjuat den högsta ansvariga personen, som faktiskt arbetar över gränsen går det inte att se några tydliga skillnader mellan könen. I det fallet bör man dock betänka att ett steg som innebär att man utvidgar verksamheten till ett annat land sällan beslutas enbart av den som sitter på vd-posten, utan ofta är ett gemensamt beslut i styrelse och ledningsgrupp, där vi inte undersökt könsfördelningen.

Ett stort steg

Att företagare saknar kunskap om regelverk och inte känner till marknaden i det andra landet, att de saknar ett socialt nätverk, och att det geografiska och kommunikationsmässiga avståndet blir så stort att de upplever att de måste starta en ny filial för att ta hand om kunderna på andra sidan gränsen, är faktorer som gör att en satsning på att gå in i det andra landet med nödvändighet blir ganska stor, åtminstone för ett lite mindre företag. Till det kommer formella krav och byråkrati, som uppstår för företag som korsar gränsen.

Ett par av de svenska företagare vi intervjuat har gett upp den verksamhet de haft i Norge, eftersom de upplever att den satsning som skulle krävas för att bedriva verksamhet där vore alltför stor. En av dem är Ann-Charlotte Hedström, vd för städbolaget Eda Miljöservice i värmländska Charlottenberg,

som berättar att företaget hade några kunder i Norge när hon tog över det för cirka tio år sedan. Till en början växte den norska verksamheten något, men så fick företaget påbackning av facket, som framförde att de måste betala de anställda norska löner för arbetet på den sidan gränsen. Det fick till följd att de gav upp kunderna i Norge.

”Vi kan ju inte ha två sorters lönesystem i samma bolag, det är inte bra konkurrensmässigt för personalen, så då valde vi det... I så fall skulle vi ha startat ett kontor på den sidan och haft norsk personal, men då valde vi att avstå i stället och vidareutveckla åt andra hållet. (...) Vi hade inga stora affärer i Norge utan det var ju en liten del av företaget. Och skulle man jobba starkt på att utveckla sig, då kändes det som att man måste starta en filial där och... nej det var vi ju inte sugna på då i alla fall.”

Ann-Charlotte Hedström, Eda Miljöservice

Bemanningsföretaget Kornboden Rekrytering & Bemanning i Östersund valde att satsa på ett norskt bolag, Kornboden AS, men satsningen gick i graven i samband med lågkonjunkturen 2009. I dag är det norska företaget vilande, utan verksamhet, eftersom vd Robert Nilsen bedömer att det inte är lönsamt att satsa om man inte gör det fullt ut.

”Vi hade ganska mycket norska kunder. Det var ju en affärsmöjlighet, när det fanns ont om industriprofiler i Norge. När lågkonjunkturen kom kunde de odla sina egna kandidater igen. Nu är vi i en situation när det återigen är underskott på arbetskraft. Nu skulle vi nog kunna göra

affärer med Norge igen, men vi blev lite brända av osynket. (...) Det krävs ganska omfattande administrativa och andra kostnader för att driva ett bolag i Norge, så antingen får man ha det fullt up and running eller inte alls. Det kostar för mycket med ett mellanting, för man måste ändå ha norsk administration och en norsk styrelse. Skulle det ha funnits lättare administrativa kostnader skulle vi antagligen kunna ha bolaget uppe.”

Robert Nilsen, vd för Kornboden Rekratering & Bemanning i Östersund

Av de norska bolag vi intervjuat har ingen gett upp någon verksamhet i Sverige, men många bedömer att det krävs en större satsning för att gå in i Sverige. Ett bolag menar exempelvis att en anledning till att starta upp ett kontor i Sverige vore om de vann en långsiktig kund som de kunde ha sin bas hos i tio år. Ett annat, bemanningsföretaget Aktiv Bemanning i Kongsvinger, har redan vissa funderingar på att öppna ett kontor på den svenska sidan gränsen, men bedömer då att det enklaste skulle vara att köpa upp ett litet företag i Sverige för att få tillgång till kunskap och anställda.

”Det kräver en del kunskap om allt möjligt. Att man känner till redovisningsregler, skatteregler, lönelagar mm. Arbetsmiljölagen, massor är olika inom industrin. Så det kräver ju en del upplärning och kunskap för att våga göra det. (...) Osäkerheten är ju större i ett annat land på alla sätt, så det är en större risk att starta ett dotterbolag i Sverige än i Norge – men vi gör det nog en eller annan gång. Men om det är 2018 eller 2025 vet jag inte.”

Even Haug, vd för Aktiv bemanning, Kongsvinger

Många bolag bedömer alltså att det är svårt att testa i liten skala, utan att det krävs ett stort steg för att ta sig in på marknaden i det andra landet. Det bekräftar den bild som Mimmi Goude, country manager på Business Sweden i Oslo, har efter att ha mött många bolag som är intresserade av att ta sig in i det andra landet.

”Som tjänsteleverantör kanske det inte lönar sig att enbart genomföra ett uppdrag om året i Norge. Detta kräver nämligen en omfattande administration då Norge står utanför EU och den europeiska

momsunionen. Man bör utvärdera möjligheterna och göra en strategi för om man ska satsa eller inte på den norska marknaden. Flera företag tar beslut om att satsa och säger att ”då får vi verkligen satsa på få in fler uppdrag i Norge”. Dock kan brist på personal eller andra resurser innebära att företag beslutar sig för att inte göra satsningen då det inte lönar sig att sätta upp den ”ruljans” som krävs.”

Mimmi Goude, country manager, Business Sweden i Oslo

Vad som anses vara ett stort steg påverkas med andra ord också av storleken på företaget. Mindre företag har mindre resurser för att sätta sig in i andra länders regelverk och marknad och påverkas mer av exempelvis de administrationskostnader som uppstår. Det påpekas av flera av de gräns- och företagargorganisationer vi talat med, och är också något som företagarna själva är väl medvetna om.

”Vi ser det inte som naturligt att arbeta mot bägge sidor. Eftersom redovisning omfattas av stränga regler och kräver certifiering med mera har vi aldrig övervägt det. Det är bara de största redovisningsbyråerna som har kapacitet att arbeta över gränsen.”

Aud Christensen, grundare, och

Bernt Ø Hjelmervik, grundare och vd för AbUt-vikling, Flisa

Yttre omständigheter höjer tröskeln ytterligare

I ett läge där många företagare redan i normalläget ser det som en större utmaning att satsa över gränsen än att stanna kvar i det egna landet bidrar yttre omständigheter ofta till att ytterligare öka känslan av motstånd. Ett sådant exempel är bristen på kvalificerad arbetskraft inom exempelvis it och snickeri. När det är svårt att hitta tillräckligt skickliga personer att anställa går det inte att expandera företaget, resonerar flera företagare inom de branscherna.

”Det sätter ju stopp på många sätt att det är så svårt att få tag på kompetensen. Vi skulle kunna anställa två personer till nu på en gång, men vi har jättesvårt att hitta kompetensen. De har ju lagt ner nästan all utbildning. (...) Det beror också på att vi jobbar på det sättet vi gör, vi har ju ingen linjeproduktion. Det skulle vara lättare att ta in någon som är händig och lära upp den:



FOTO: ØRESUNDSINSTITUTET

”Hitintills har jag inte tyckt att det varit vettigt att marknadsföra sig i Norge, om man ställer priset gentemot vad man får ut av det. Det har varit fullt här ändå, och då behöver man inte utöka. Om man inte vill anställa fler och jag tycker att det är en bra kostym nu”, säger Mats Bodin, vd för Järpens Bilverkstad.

’så här gör man ett dörrblad eller så här gör man en karm’. Men i och med att våra snickare jobbar från ritning till färdig produkt ställer det höga krav på kompetensen. Och då är det svårt.”

Terese Zetterman, vd för Krokomb Trädindustri, Krokomb

Bekvämare att hålla sig hemma

Att ta företaget in i ett annat land kräver alltså ofta en stor insats och målmedvetenhet redan från start. Av vissa upplevs det därför som något av ett vågspel.

Det går inte heller att bortse från tvekan för det okända som ett annat land – om än ett nära grannland – utgör. Även om få av de företagare vi intervjuat säger detta rakt ut går ovissheten att läsa mellan raderna i det många säger.

Det är vidare inte någon naturlag att alla företag enbart vill tjäna så mycket pengar som möjligt. Många andra drivkrafter ligger bakom de beslut som företagare tar, så som önskan om trygghet och långsiktig stabilitet, en trevlig arbetssituation och arbetsmiljö för en själv och de anställda, samt en lagom stor arbetsbörda.

I det ljuset bör man nog se det faktum att många

företagare inte tycker att det är värt satsningen att bege sig över gränsen. Det är helt enkelt bekvämare att stanna kvar inom det egna landet, där man känner till vad som gäller och har byggt upp sina nätverk och gemenskaper – som dock oftast är högst lokala eller enbart omfattar några spridda men specifika geografiska punkter inom landet, snarare än hela nationen.

”Det skulle vara kul om man kunde få ut mer jobb eller samarbeta mer med Norge. Jag känner inget motstånd, men det är alltid ett steg att ta. Det är en utmaning för oss att etablera oss i vilken stad det än skulle vara, att bygga upp relationer och ansvar tar tid. Då kanske det ändå är lättare att åka till Sundsvall och göra affärer än till Trondheim. Men det är alltid intressant att ha som en öppen och framtida möjlighet.”

Göran Bärnsten, vd för Syre AB, Östersund

För vissa företagare är det rent praktiska frågor som gör att det känns onödigt krångligt att jobba över gränsen. Nordmarkens Bygg i vämländska Töcksfors har arbetat mot Norge i många år, men Randi Karlsson som är ekonomiansvarig försöker dra ner

på den norska verksamheten, som kräver dyr och omfattande administration.

”Ja, men det är... jag ska inte säga bekvämare att jobba här [i Sverige], men det är ju bekvämare. Man skulle kunna anställa fler och dra in i Norge, men det ska ju löna sig i längden och jag tror inte det. (...) Vi har så mycket här och då tycker jag det är onödigt.”

Randi Karlsson, Nordmarkens Bygg, Töcksfors

Formuleringen att företaget har tillräckligt att göra som det är återkommer i flera intervjuer. Även flera företagare som jobbar över gränsen, inte minst de där kunderna kommit mer eller mindre av sig själva, känner sig nöjda med den nuvarande situationen och har inga planer på att utöka arbetet i det andra landet.

Det är också uppenbart att yttre omständigheter, så som ett gott konjunkturläge, späder på känslan av att det finns alldeles tillräckligt att göra på hemmaplan. Det norska rådgivningsföretaget inom bygg och anläggning, Aas-Jakobsen, med huvudkontor i Oslo, har aktivt valt bort att gå in på den svenska marknaden. De opererar visserligen internationellt, men har valt länder där projekten är stora och det finns få eller inga lokala företag som kan ta sig an uppgiften. Att konkurrera med svenska företag som befinner sig på sin hemmamarknad anser de inte är lönt.

”Jag tror det är önskan om tillväxt som gör att du går över gränsen och vill ha en större marknad. Vi för vår del har inte någon speciell tillväxtstrategi och vi har en bra marknad här. (...) Om vi skulle växa hade vi hellre valt att ge oss in i andra sektorer på den norska marknaden än i Sverige, för vi tror att det är lättare att operera på hemmamarknaden. Skulle vi satsa på Sverige skulle det vara för att vi kom i kontakt med ett företag i Sverige och jobbade med dem. Vi har mycket att lära ut och mycket att lära av dem, det har vi i och för sig möjlighet till, men vi har valt att inte göra så. (...) I Norge finns det jobb, det begränsar intresset för att röra sig över till Sverige.”

Trond Haagen, vd för Aas-Jakobsen, Oslo

Skilnader: Sverige – Norge

Det verkar som att svenska och norska företag i ungefär lika hög grad upplever en hög tröskel i förhållande till gränsöverskridande verksamhet. I



När man saknar kunskap om hur det fungerar att arbeta över gränsen kan det upplevas som struligt, menar Terese Zetterman, vd för Krokom Träindustri.

de intervjuer vi gjort har vi inte kunnat se några avgörande skillnader.

Som nämnts i tidigare kapitel arbetar dock de norska företag som vi intervjuat i något högre grad över gränsen än de svenska. Det är dock svårt att dra några långtgående slutsatser av det, eftersom materialet är alltför begränsat och urvalet inte enbart är baserat på slumpen.

Vad gäller kontakter kan man se att normmännen vi intervjuat i något högre utsträckning har ett socialt nätverk i Sverige än vice versa. I intervjuerna har vi dock oftast inte frågat efter om kontakterna är personliga eller affärsmässiga. I skedet när man drar igång och satsar på verksamhet över gränsen är det troligen framför allt det affärsmässiga nätverket som har betydelse.

I det avseendet går det inte att bortse från ekonomiska och konjunkturmässiga faktorer, som exempelvis gjort att svenskar i mycket högre utsträckning än normmän tagit anställning i det andra landet. Valutaskilnader i kombination med en god norsk arbetsmarknad och generell högre löner i Norge har gjort att normmännen i mindre utsträckning valt att jobba i Sverige. Att arbeta över gränsen innebär ofta att man bygger upp ett socialt nätverk på andra sidan gränsen, vilket också är en faktor som kan påverka de val man gör om man i ett senare skede startar ett eget företag, något som vi också sett exempel på bland de intervjuade företagen.



FOTO: ØRESUNDSINSTITUTET

KORNBODEN REKRYTERING & BEMANNING, ÖSTERSUND

”Aldrig mer” om att bedriva företag i Norge

Kornboden Rekrytering & Bemanning har redan satsat i Norge en gång, men lade ner den norska verksamheten 2009, i samband med lågkonjunkturen. Att göra om resan en gång till står inte på agendan, eftersom vd Robert Nilsson – med de förra erfarenheterna i bagaget – vet att det skulle krävas en stor insats för att återigen bedriva företag på andra sidan gränsen.

– Vi har historiskt haft ett norskt bolag, som hette Kornboden AS. Det var ju vid tiden innan vi gick in i en mörk krasch 2009. Det var ett bolag som handskades framför allt med kundernas behov av industrikompetens. Det är vilande idag, vi har ingen verksamhet i det. Men vi hade ganska mycket norska kunder då när vi aktivt jobbade på den sidan.

Hur kom det sig att ni gick in i Norge?

– 2007 gick vi in. Vi hade kontakter som var uppdragsansvariga hos norska kunder, som hade svårt att hitta kvalificerade yrkesarbetande och vi såg att det med svenska mått mätt fanns ett ganska dåligt urval. Vi såg på annonser att kravprofilerna var obefintliga och vi visste att det fanns duktigare

människor på den här sidan, svetsare och montörer. Det var den där allmänna bilden vi fick av bekanta, att om du ska få något gjort måste du ta en svensk, för svenskar är Norges polacker. Det avgörande var att vi fick beställningar, eftersom man hade sett kvalitet här.

Och vad var det som gjorde att ni lämnade?

– Konjunkturen som den såg ut då, fastighetsbranschen och allt rasade ungefär samtidigt på den svenska och norska sidan. Det krävs ganska omfattande administrativa och andra kostnader för att driva ett bolag i Norge, så antingen får man ha det fullt up and running eller inte alls. Det kostar för mycket med ett mellanting, för man måste ändå ha

norsk administration och en norsk styrelse. Skulle det ha funnits lättare administrativa kostnader skulle vi antagligen kunna ha bolaget uppe.

Vad innebar Norgesatsningen för företaget?

– Det var ju en affärsmöjlighet, när det fanns ont om industriprofiler i Norge. När lågkonjunkturen kom kunde de satsa på sina egna kandidater igen. Nu är vi i en situation när det återigen är underskott på arbetskraft. Nu skulle vi nog kunna göra affärer med Norge igen, men vi blev lite brända av osynket. Man kan inte på samma sätt som man driver bolag i Sverige driva bolag i Norge.

Robert Nilsen är kritisk till det som han uppfattar som norsk protektionism, och som gör det komplicerat och dyrt för ett svenskt företag att bedriva verksamhet i landet.

Om du skulle föreställa dig att det skulle ligga lika nära till hands att jobba med marknaden i Norge som i Sverige, vad skulle behöva förändras då?

– Det skulle behövas mer likheter i de administrativa systemen och skattesystemen. Att man inte måste ha medborgarskap och personnummer och inte behöver en helt norsk styrelse för att driva ett bolag. För att jobba i Norge måste man ha ett norskt bolag, och fast vi gjorde allt här var vi tvungna att skicka det till en norsk revisionsbyrå som satte norsk stämpel och tog 20 000 i månaden. Det spelar ingen roll att du följer processen, utan det måste rent fysiskt göras innanför gränsen. Jag känner: aldrig mer!

– Men å andra sidan blomstrar ju den jämtländska handeln på grund av det norska systemet att stänga allt ute. För svensk handel är det fantastiskt bra. Det är roligt att norrmännen får köpa smågodis och Coca cola här. Men för oss som bolag var det det tungrodda i att driva ett norskt bolag som triggade att vi måste satsa allt eller inget. Man kan inte göra det vid sidan om.

Robert Nilsen har själv bekanta på andra sidan gränsen, i och med att han har släkt där.

– Men jag känner ingen norsk person, jag är tredje generationens invandrare själv. Det är ganska få norrmän som jobbar i Sverige, ingen du träffar på automatik. Vi träffar dem som kommer och köper smågodis och tobak.

I nuläget händer det att Kornboden Rekrytering & Bemanning tar in någon norsk kandidat till uppdrag längs gränsen, eftersom arbetsmarknaden enligt Robert Nilsen inte exakt följer nationsgränsen. Men

då handlar det inte om någon aktiv satsning, utan sådant som "sker av sig själv" – som han uttrycker det.

Längre in i framtiden finns trots allt en möjlighet att företaget på nytt satsar i Norge, men då som en del av en större koncern.

– Vår huvudägare nu har en vision om att vara Nordens lokalaste bemanningsföretag. Det finns en tydlig nordisk ambition, men den har inte trängt ner i vår affärsplan än. Men när vi är rikstäckande i Sverige är det nästa steg.

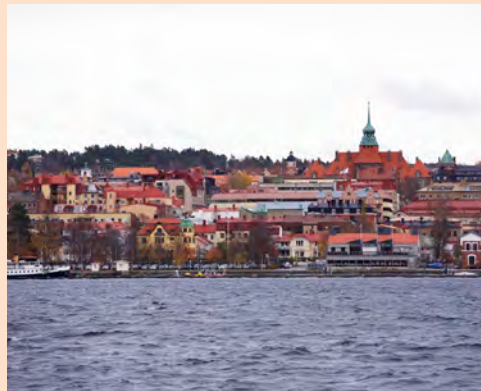


FOTO: ØRESUNDSINSTITUTTET

Östersund ligger vid sjön Storsjön cirka 26 mil från Trondheim.

**FAKTA: KORNBODEN
REKRYTERING & BEMANNING**

Verksamhet: Bemanning, rekrytering och rådgivning, med kontor på fem orter. Ägs av OnePartnerGroup, som köper lokala bemanningsföretag och låter dem verka under egen flagg. Bemanning är den stora omsättnings-tjänsten.

Antal anställda: 21 internanställda och drygt 260 bemanningsanställda (heltider)

Jobbar över gränsen: Nej, bara med norska kandidater som "kommer av sig själva". Har tidigare bedrivit företag i Norge.

Ort: Östersund, men har också kontor i Sundsvall, Örebro, Örnköldsvik och Edsbyn.

Intervjuperson: Robert Nilsen, vd och minoritetsägare



FOTO: IPRESUNDSINSTITUTET

KAPITEL 5

Uppfattningen av konkreta problem och formella gränshinder

Regler kring tull och administration för gränsöverskridande verksamhet, samt byråkrati kring nationellt skilda system, är praktiska företeelser som kan upplevas som hinder för företag som vill ta sig över gränsen. Även stora geografiska avstånd kan orsaka att företag väljer att inte utvidga sin verksamhet till grannlandet. Hur stort hindret upplevs beror också på företagarnas inställning till det. I det här kapitlet presenteras vilka inställningar de intervjuade företagen har till konkreta hinder styrda av exempelvis regelverk och geografi.

”Det var höga räkningar för extra administration varje månad, cirka 20 000 kronor för att komma igång i Norge och sedan 5000-10 000 kronor i månaden för att de inte är med i EU och det är ju väldigt synd. Man måste momsna när man kör in och ut, måste ha vägt allting och veta värdet. Det låter ju ganska ofunktionellt.”

Hans-Christer Fischer, ägare, HC Telecom

De praktiska hinder som majoriteten av intervju-företagen upplever som svårast är juridiska hinder i form av tung administration, och betalningen av moms vid införsel av varor. Det kan också handla om regler gällande skatter, löner och produktion som skiljer sig åt mellan länderna.

Några av företagen blev överraskade över hur mycket extra arbete det krävs för att bedriva gränsöverskridande verksamhet. I flera intervjuer med gränsorganisationer har det framkommit att

en del företag går in i en satsning över gränsen med inställningen att det kommer att fungera på samma sätt som i hemlandet. Många upplever de kulturella likheterna mellan länderna som så pass stora att de förväntar sig att även administrativa procedurer ska likna varandra. När problemen väl dyker upp är de därmed oförberedda och resultatet blir i vissa fall att företagen väljer att inte försöka sig på arbete i grannlandet igen, eller att åtminstone begränsa uppdraget i det andra landet så mycket som möjligt.

Städbolaget Eda Miljöservice hade redan kunder i Norge när den nuvarande ägaren Ann-Charlotte Hedström tog över företaget, men de valde att avbryta arbetet eftersom facket i Norge krävde norska löner för det jobb de gjorde där. Eda Miljöservice upplevde att de inte hade möjlighet att ha ett system med två olika lönenivåer utan fokuserade därför bara på Sverige. I det fallet upplevdes praktiska hinder i

form av regler och ekonomiska skillnader som så svåra att det inte gick att fortsätta. Det är ett exempel på hur oförutsett extra arbete kan uppfattas som så jobbigt att det inte känns lönt att försöka.

Specifika nationella system som ROT-avdraget i Sverige är ett annat exempel på något som kan uppfattas som krångligt. Ann-Iren Fjeld, chef på VVS-Installatören i Halden, menar att det skapar oproportionerligt mycket pappersarbete för uppdrag som ibland är små. Tidsåtgången känns oproportionerlig.

Även norska regler och system kan upplevas som onödigt krångliga. Robert Nilsen, vd för Östersunds-kontoret på rekryteringsföretaget Kornboden Rekrytering & Bemanning, menar att om man ska jobba för offentliga aktörer i Norge måste man bo i landet. Sådana regler menar han hindrar rörelsen på arbetsmarknaden.

Både norska och svenska bemannings- och rekryteringsföretag som vi har intervjuat menar att kontakterna med offentligheten i grannlandet är förknippade med mycket byråkrati. Många har drabbats av olikheter i nationella system.

Systemen för rekrytering via svenska Arbetsförmedlingen och norska NAV är olika och svenska bemanningsföretag har inte tillgång till register i norska NAV och tvärtom, vilket gör att det kan upplevas som svårt att rekrytera över gränsen.

”Det kan ta lite tid innan vi mottar en kandidat från svenska Arbetsförmedlingen, och innan dess har vi ofta löst uppdraget på annat håll.”

Hege Svendsen, VD, Fremo Bemanning

Möten med offentliga aktörer kan också försvåra det gränsöverskridande arbetet inom it-branschen. Henrik Lindahl, vd på it-konsultföretaget Addo-CEO i Karlstad, menar att även om det är vanligt i branschen att bedriva gränsöverskridande verksamhet, kan det bli problem om företagen vill ge sig in i offentliga upphandlingar. Speciellt statliga upphandlingar har olika krav i sina avtal i Sverige och Norge.

Ytterligare ett specifikt juridiskt hinder är den trygdeavgift som finns för gränsgångare, det vill säga de som bor i gränskommuner och bor på ena sidan gränsen och jobbar på den andra.

Morten Jensen, ägare på VVS-Installatören i Halden, menar att många blir avskräckta av detta, och att det därmed blir svårare att rekrytera arbetskraft. Enligt Even Haug, vd på rekryteringsföretaget

Aktiv Bemanning i Kongsvinger, är det en del som inte tycker att det är värt att arbeta i grannlandet på grund av den dubbla beskattningen som man själv måste rapportera in och hålla koll på.

Tull och moms upplevs som svårt

Utöver de tidigare nämnda praktiska hindren är regler kring tull och moms något som av många upplevs som den allra besvärligaste saken att behöva ta hänsyn till. Bland de intervjuade företagen är det en grupp som särskilt utmärker sig när det gäller att ha egna erfarenheter av denna typ av praktiska hinder, nämligen företag inom hantverk, bygg och anläggning. Dessa företag måste själva ta sig fysiskt över gränsen om de har en verksamhet som också innefattar grannlandet, vilket skulle kunna vara en anledning till att majoriteten av intervjupersonerna i branschen så tydligt markerar att juridiska gränshinder upplevs som krångligt.

Detta är en stor skillnad mot hur företag i industribranschen resonerar kring de hinder de stöter på vid export över gränsen. I den gruppen framställs inte den typen av hinder som lika svåra och tidskrävande. Det kan bero på att intervjupersonerna på industriföretagen inte själva korsar gränsen med sina varor och därmed till skillnad från företagen inom bygg och hantverk inte på ett lika tydligt sätt själva möter de juridiska gränshindren. En annan faktor som kan spela in är att många av företagen har en vana av att hantera tull och administration till flera länder, och därmed har arbetat fram ett system eller har anställda som har ansvar för administrationen.

Flera intervjupersoner, både bland företag och gränsorganisationer, menar att det inte är ovanligt att höra om företag som upplever administration och tullavgifter som så dyra och komplicerade att de väljer att inte deklarerar de varor de tar över

FAKTA: GRÄNSGÅNGARNAS VILLKOR

Gränsgångare är de personer som bor i en gränskommun och arbetar i en annan gränskommun på andra sidan gränsen.

Svenska gränsgångare som enbart arbetar i Norge måste betala en ”trygdeavgift”, en norsk socialförsäkringsavgift, som dras direkt från lönen. Gränsgångaren kan sedan dra av trygdeavgiften i inkomstdeklarationen, men detta är något som denna själv måste sköta.

Källa: Skatteverket

gränsen. Regelverket upplevs som så krångligt att det är svårt att på ett lagligt sätt bedriva sin verksamhet.

”Om jag ska resa till till exempel Trondheim som privatperson eller i mitt jobb så har jag inte särskilt mycket att planera eller ta ställning till. Det räcker med att boka en tågbiljett. Som företagare upplever man förmodligen olika hinder då man söker sig till en ny marknad. Det kan vara olika regelverk och system, tullar eller mentala hinder som gör att man inte tar nästa steg i att vidareutveckla sitt företag”.

Romana Culjac, kanslichef, Mittnordenkommittén

Som Romana Culjac ovan beskriver är det stor skillnad mellan att som privatperson åka till eller vistas i grannlandet, och att som företagare ge sig in på landets marknad. Detta kan göra att praktiska gränshinder kan kännas extra tunga då man förväntar sig samma smidighet som i privata sammanhang.

En del personer, exempelvis Per-Erik Lagerberg som är projektledare för CD Entreprenad från Malung – som under intervjun gjorde sitt första jobb i Norge då de anlade vägarna till en norsk vindkraftsanläggning – menar dock att de administrativa procedurerna inte känns lika svåra när man har vant sig vid det.

”Det kanske var ovana också, det du har gjort tio gånger är ju lättare än första gången du gör det. (...) Hade du kommit hit för nio månader sedan hade man varit på ett annat humör, men nu har vi kommit in i det, så nu funkar allting.”

Per-Erik Lagerberg, projektchef CD Entreprenad, Malung

De företag som har valt att inte ge upp möjligheten att arbeta över gränsen vittnar om att det administrativa inte känns lika oöverstigligt när man väl har lärt sig hur det går till. Den i tidigare kapitel beskrivna bekvämlighetszonen utvidgas därmed till att även omfatta grannlandet, vars regler nu inte längre uppfattas som obekväma eller främmande.

”Vi märker inga stora skillnader. Det enda är att när vi ska jobba i Sverige måste vi fylla i några extra papper.”

Ivar Kvernmo, vd Kopperå Elektro AS, Kopperå

I många intervjuer har företagen tydligt nämnt praktiska gränshinder som något svårt och avgörande när det gäller gränsöverskridande arbete. Men det finns också de som inte har lyft fram hindren som något speciellt, utan snarare upplevt det som ”lite pappersarbete”. Hur man uppfattar utmaningarna inför en satsning i grannlandet kan alltså



FOTO: BRÆSUNDINSTITUTTET

För företag som behöver ta maskiner och annan utrustning över gränsen kan de formella gränshindren, i form av exempelvis tull, upplevas som stora – framförallt i början. På bilden: från den norska anläggningen där CD Entreprenad bygger vägar.

variera. Detta kan bland annat bero på kapacitet att ta sig an extra administration och erfarenheter från andra internationella samarbeten.

”De stora företagen arbetar nog över gränsen, men det är mest den här byråkratin med att ta sig in. Först och främst kanske man behöver starta en firma här och det är ju en ganska stor grej för ett mindre företag. Man måste redan ha ganska stora muskler för att göra det. Jag tror inte man gör det om du har ett företag som har 3–4 anställda, då blir det för besvärligt helt enkelt.”

Per-Erik Lagerberg, projektchef CD Entreprenad, Malung

En viktig förutsättning som flera intervjupersoner därmed har nämnt är att man som företag måste ha möjlighet att kunna hantera det extra arbete som krävs för att ta sig över gränsen. Generellt menar många att små företag mer sällan har tid att sätta sig in i regler och sköta administrationen. Arbetsbördan befaras bli högre om de anställda både ska sätta sig in i nya regelverk och samtidigt sköta sina andra arbetsuppgifter. Större företag med fler anställda anses därför vara mer benägna att försöka arbeta gränsöverskridande.

Om man kan fördela de administrativa uppgifterna på fler personer, eller tillsätta en specifik tjänst som har hand om sådana uppgifter, kan satsningen upplevas som enklare. Å andra sidan finns det flera exempel på mindre företag som jobbar över gränsen så den uppfattningen skulle kunna vara ett exempel på hur bilden av att arbeta på grannlandets marknad kan vara baserad på andras erfarenheter och berättelser om hur krångligt och tungt det är att ha samarbeten med grannlandet.

Geografin och kommunikationer

Vilka praktiska hinder ett företag möts av, och hur företaget ser på hindren styrs också till viss del av vilka förutsättningar det har rent geografiskt och kommunikationsmässigt. Företag som befinner sig långt från gränsen är ofta beroende av fungerande kommunikationsmöjligheter, såsom järnvägar eller bra vägar, för att kunna ha samarbeten med grannlandet.

För att grannlandet ska uppfattas som nära behövs alltså snabba och smidiga sätt att åka mellan länderna så att det i området inte ses som alltför omständligt för en vanlig vardaglig resa. Om det går mycket snabbare och lättare att ta sig till marknader inom det egna landet väljs marknader i grannlandet



På väg genom Värmland.

bort eftersom man är van vid kommunikationer som inte är lika tidskrävande.

”Visste man att det var ännu snabbare transporter med tåg kunde det ha varit lite mer intressant, om det fanns ett mer rimligt sätt att ta sig dit.”

Göran Bärnsten, vd för Syre AB, Östersund

”Lönar sig inte att frakta en sån produkt längre avstånd.”

Ole Jørgen Skundberg, försäljningschef Franzefoss Miljøkalk, Oslo

Avstånd och vikten av goda och snabba kommunikationsmöjligheter gäller både företag som behöver besöka sina kunder och samarbetspartners, och företag som transporterar varor och produkter. Vad som räknas som ett kort avstånd eller bra kommunikationsmöjligheter råder det dock skilda meningar om.

Ett företag menar att det är praktiskt att åka mellan Östersund och Trondheim, medan ett annat menar att det inte finns något bekvämt sätt att göra det på. Vad som är ett rimligt avstånd kan även begränsas av vilken typ av bransch företaget tillhör. Produkter som måste levereras snabbt på grund av exempelvis hållbarhetstid kan inte transporteras alltför långa sträckor. Inte heller produkter som är så billiga att transportkostnaden måste hållas mycket låg.

Uppfattningen om hur snabbt och lätt det är att åka en viss sträcka kan dock även variera mellan företag som inte har produkter som måste levereras. Då kan det handla om vilken vanor man har och vad man jämför med. I områden med stora avstånd mellan städerna kan ett ”kort” avstånd vara lika långt som ett ”långt” avstånd i en tätbefolkad region.



FOTO: ØRESUNDSINSTITUTET

Avståndet till gränsen kan upplevas som olika långt.

”Tror det bara är 12 mil hit från Malung, det är som att vara var som helst i Dalarna.”

Per Erik Lagerberg, projektchef CD Entreprenad, Malung

I Narvik skapar infrastrukturen ett naturligt förhållande till den svenska marknaden eftersom järnvägen går genom Sverige. På så sätt måste man passera gränsen även om man som resenär ska till en annan norsk ort, vilket gör det naturligt att även ta företaget över gränsen.

Vilken bransch ett företag tillhör kan som sagt spela in i uppfattningen om vad man anser som ett rimligt avstånd. Många bygg- och hantverksföretag berättar att de är vana vid att resa i arbetet. Därför tycker många företag inom branschen att det inte är någon större skillnad att behöva passera en gräns på väg till arbetet, då är det snarare hinder i form av regler som känns ovana.

”Det spelar ingen roll för oss om vi kör fem mil in i Sverige eller fem mil i Norge.”

Ivar Kværnmo, vd Kopperå Elektro AS, Kopperå

Dock finns det en gräns för hur långt man är beredd att resa, en gräns som kan vara olika hög

beroende på om det är ett företag som jobbar med större byggen eller en hantverkare som får uppdrag i mindre skala. När det gäller mycket långa avstånd är det i stället lättare att som exempelvis företag i it-branschen kunna utföra sitt arbete långt ifrån kunden. Även denna typ av företag menar dock att det är en stor fördel att på ett enkelt sätt kunna besöka sina kunder, för att hålla dem uppdaterade om arbetet och för att bibehålla goda relationer.

Mental närhet

Den mentala närhet man känner till det andra landet kan också påverka om man ser på grannlandet som en naturlig marknad eller inte. Många intervjupersoner som bor nära grannlandet menar att det känns så naturligt att korsa gränsen att man inte ens tänker på att det är en nationsgräns. För andra finns det inte ett lika starkt förhållande till grannlandet vilket gör att det inte blir lika självklart att vända sig över svensk-norska gränsen med sin verksamhet.

I en av intervjuerna förklarar personen att företaget inte arbetar över gränsen eftersom det blir en för lång sträcka att resa. På frågan om hur långt det är till gränsen svarar hen med ett avstånd som är mycket längre än det verkliga. Då det på samma ort finns företag som menar att grannlandet är en nära och naturlig marknad kan den felaktiga

uppfattningen tyda på att företaget av olika orsaker inte relaterar till grannlandet på samma sätt som de andra intervjuföretagen på orten. Det kan exempelvis bero på att man inte känner personer från det andra landet eller att man inte har för vana att åka dit. Det är nämligen ofta sociala nätverk och egna eller berättelser om andras upplevelser som gör att man har en mental bild av att grannlandet är nära mentalt eller inte.

Ett exempel på det är att många norrmän besöker Sverige för att handla och för att vara i sina stugor, vilket enligt Tore Johan Arntzen, vd på Handelsbygg AS i Halden, skapar en känsla av närhet.

Mental närhet skulle också kunna vara en av orsakerna till att företag förvånas över skillnader och juridiska hinder när de bestämmer sig för att ta steget över gränsen. Grannlandet har ständigt varit närvarande som en självklarhet, vilket kan göra att man tar för givet att det inte blir några problem när man satsar på den marknaden. Läs mer i kapitel 3 "Att inte komma på tanken – betydelsen av omgivning och sociala nätverk".

Bland många norska företagare har Narvik nämnts som en stad där samarbetet med Sverige är väl utbrett och upplevs som väldigt naturligt.

"Nu är det ju så att Narvik är speciellt, med tanke på järnvägen som automatiskt ger jobb av gränsöverskridande art."

Terje Dypvik, vd Nord-Norsk Spedisjon, Narvik

Narvikbornas traditioner av att studera och semestra i Sverige, samt användandet av en del svenska ord är saker som tas upp i flera intervjuer.

"Man har ju ändå en hel del historia som sitter väldigt nära ihop, både med den samiska kulturen och gruvindustrin. Vi är ju så nära varandra." *Dharma Johansson, affärs- och produktutvecklare för KirunaLapland, Kiruna*

Flera företag menar att det även historiskt sett har varit ett stort utbyte mellan Narvik och Kiruna. Det kan vara en orsak till att det även idag fortsatt finns en mental närhet i området.

En annan ort där det mentala avståndet till grannlandet inte är så stort är Meråker i Nord-Trøndelag Fylke. Samtliga intervjuföretag på orten

menar att det är enkelt att åka över gränsen, och att det är naturligt att se mot Sverige även när det gäller affärer. De upplever det också som lika naturligt för invånare i den närmaste orten på svenska sidan, Storlien, att ta sig över gränsen till Norge. Den mentala närheten i det området tycks bland annat bero på de frekventa gränsövergångarna hos befolkningen, och att man är van att höra det andra landets språk även i sin hemort.

Liknande orter finns med all säkerhet på många ställen längs gränsen, där vi dock inte genomfört intervjuer.

Andras erfarenheter av praktiska hinder

"Nu vet jag inte hur mycket hon har jobbat med Norge, men det kan vara svårt att få betalt ibland säger hon. Och då drar man ju öronen åt sig lite." *Martin Hallgren och Marcus Hallgren, ägare av Hallgrens Armering, Alsen*

Ett intervjuföretag berättar att de inte skulle rekommendera andra att börja jobba i Sverige på grund av regler och tullavgifter. Sådana berättelser kan vara avskräckande för andra företag och leda till att de väljer att inte sätta sig in i hur det fungerar för att försöka själva. Ett annat intervjuföretag säger att de hört om företag som sagt att de aldrig mer vill jobba över gränsen på grund av svårigheter i tullen och ytterligare ett berättar att deras revisor blivit jätteglad när denna fick höra att de inte handlade med utlandet eftersom denna menade att det var förenat med svårare redovisning.

Den här typen av berättelser och reaktioner spår på en bild av att gränsöverskridande verksamhet är väldigt besvärlig, och att endast stora företag klarar att arbeta över gränsen. Grensetjänstens vd Trond Erik Grundt menar att det är ett mänskligt drag att känna en viss rädsla för det okända, och får man upprepade gånger höra att det är svårt och dyrt att försöka sig på marknaden på andra sidan gränsen känns det tryggare att hålla sig på hemmamarknaden. Berättelserna om andras erfarenheter riskerar också att överdriva svårigheterna, vilket ytterligare förstör bilden av problem och kan orsaka att man tror att det svårare än det är. Läs mer i kapitel 6 "Bilden av "De andra"".

Utifrån intervjumaterialet har vi inte kunnat se några skillnader i hur personerna upplever de formella



FOTO: ØRESUNDSINSTITUTTET

Även fysiska barriärer, som Svinesund mellan Norge och Sverige på bilden, riskerar att förstärka bilden av gränsen.

gränshindren utifrån kön. Varken när det gäller egna erfarenheter av praktiska gränshinder eller påverkan av andras berättelser om sådana hinder. De olika förhållningssätten till konkreta gränshinder finns i ungefär lika stor utsträckning hos både män och kvinnor.

Företagarnas syn på EU-gränsen

Både svenskar och norrmän vittnar om att det finns en utbredd bild bland företagare om att gränsöverskridande verksamhet mellan länderna är krångligt. Tung administration och skillnader i regelverk är faktorer som i många fall avskräcker företag från att ta steget över gränsen. Den stora skillnaden är att Sverige är medlem i Europeiska Unionen medan Norge inte är det.

”Vi ser varandra som ett, det är ju bra, men vi är ju utanför EU, så på vissa sätt är det lättare med Sverige-Spanien, för där är inga tullar.”

Trond Erik Grundt, Gränsetjensten, Morokulien

Ur ett svenskt perspektiv ses det av många som ett hinder att Norge inte är med i EU. I tillägg till de företag som har inställningen att Sverige och Norge är så nära att inget förarbete alls krävs, finns det också de som tror att det är svårare än vad det faktiskt är att ta steget över till Norge, just eftersom det inte är ett EU-land.

Ett företag menar att det hade varit betydligt omständligare att ha sin produktion i Norge eftersom det hade inneburit mer pappersarbete om produktionen inte varit i EU. Dessutom hade det blivit dyrare.

Hur norska företag ser på Sveriges EU-medlemskap varierar. Ann-Iren Fjeld och Morten Jensen på VVS Installatøren i Halden menar att det skapar en ännu tydligare och svåröverkomligare gräns eftersom reglerna för hur frakt av varor och verktyg över gränsen ska gå till har blivit strängare. De menar att det var enklare att verka över gränsen innan Sverige gick med i EU. Från norskt håll upplever vissa att eftersom de står utanför unionen är de förberedda och vana vid att extra administration kan uppkomma.

Precis som Steffen Dyrre Hansen menar många norska företagare att en satsning i Sverige kan bli en naturlig väg in på marknaden i andra länder. Flera gränsorganisationer berättar att det just är Sveriges EU-medlemskap som lockar. Genom att sätta sig in i de regler som gäller för Sverige får företagen erfarenheter som är bra att ha när de senare vill utvidga sin verksamhet till fler länder. Sverige känns naturligt på grund av närhet och likhet i kultur, men omfattas samtidigt av samma bestämmelser som marknader i andra EU-länder man eventuellt vill utforska. Läs mer i kapitel 9 ”Attraktionskrafter som lockar företag över gränsen”.



En del av CD Entreprenads maskinpark, som de kört in från Sverige.

”Jag tror att Sverige kommer att passa konceptet väldigt bra och att Sverige är en bra bro till London eller Tyskland. Tror det är förnuftigt att vår första internationella satsning blir i Sverige.”

Steffen Dyre Hansen, vd The Assessment Company, Hamar

Pernille Martinsen Westlie som är HR-chef på fläkt-tillverkningsföretaget Flexit i norska Ørje menar också att det exportmässigt lönar sig att lägga sin produktion i Sverige just på grund av EU-medlemskapet.

Skillnader: Sverige-Norge

En annan skillnad mellan Sverige och Norge är hur man ser på prisnivåer och köpkraft i de olika länderna. Svenska företag gynnas ofta av att de kan erbjuda billigare priser som lockar norska köpare, medan norska företag kan uppleva att många svenskar inte är villiga att betala norska priser.

”Vi har ju lite högre pris också, det kan ju också vara en faktor som gör att svenskar går till andra.”

Ivar Kværnmo, vd Kopperå Elektro AS, Kopperå

Ett annat norskt företag uttrycker att det är märkligt att inte fler svenska hantverkare etablerar sig i Norge då det hade varit betydligt lönsammare för dem med uppdrag i Norge än för ett norskt företag att jobba i Sverige.

Svenska företag som befinner sig nära gränsen upplever också att norska kunder nyttjar de lägre priserna hos flera företag när de ändå är i Sverige. På så vis kan exempelvis bilverkstäder få kunder från Norge som ändå tänkte handla i affärer på andra sidan gränsen.

En ekonomisk fråga för svenska företag är också administrationen vid arbeten i Norge. Flera intervjuföretag tycker att kostnaderna är väldigt höga. Deponeringen av tull och moms innebär att det kan dröja länge innan företagen får tillbaka pengarna.

”Ska vi åka över med en maskin som kostar två miljoner måste vi moms i den. Då är det 250 000 kronor i moms. Sedan ska vi vara här ett tag. När vi åker tillbaka kan den här momsen ha förändrats för maskinen har sjunkit i värde, så det blir ju jättekonstigt.”

Per-Erik Lagerberg, projektledare CD Entreprenad, Malung

Från norskt håll upplever vissa att eftersom de står utanför unionen är man förberedd och van vid att extra administration kan uppkomma.



FOTO: ÖRESUNDSINSTITUTET



FOTO: ÖRESUNDSINSTITUTET

HC TELECOM, STRÖMSTAD

Erfarenheter av praktiska hinder avskräcker från norsk etablering

Även om viljan att jobba i grannlandet finns kan praktiska hinder såsom moms och revision sätta stopp för ett företags etablering på andra sidan gränsen. Hans-Christer Fischer, vd för IT- och telekomentreprenadföretaget HC Telecom AB i Strömstad, är exempel på en företagare som gärna skulle vilja starta upp ett kontor i Norge, men som på grund av tidigare erfarenheter misstänker att det blir en tung och kostsam process.

Vad har ni för erfarenheter av att jobba i Norge?

– 2015 var vi i Norge i tre månader med fyra man. Det var lite papper och sånt. Man behövde ju sätta upp organisationsnummer där och momsredovisning, vilket var ganska kostsamt. Sen är det en del pyssel med papper för att bevisa att de anställda har rätt anställningsformer när de i Norge är "utländsk arbetskraft". Det hade kanske varit bättre med en mindre revisionsbyrå, de stora kostar ganska mycket bara för att ha den delen. Det var väl sådär. Sedan har vi försökt att inte vara där så mycket, det finns tillräckligt att göra i Sverige också.

Vad har det inneburit för företaget?

– I Strömstad är det ju så att är man inte i Norge så tappar man ju halva geografien. Man är ju i världens ände i Sverige. Strömstad är som längst ut på en pil, det finns ju inga närmommuner, det är bara Tanum. Och så är det ju Norge och Halden då. Så det hade ju varit väldigt bra att ha ett fungerande samarbete dit, men det var ganska mycket revision.

Hans-Christer Fischer menar att de för att gå in i Norge igen behöver ett uppdrag som är så pass stort att utgifterna för redovisningen lönar sig.

– Vi jobbar mot större aktörer. Vi jobbar vanligtvis inte som underentreprenör till andra företag, utan vi jobbar direkt mot kommuner, större telekombolag samt fiberföreningar. Då blir det en helt annan marginal och kontroll. Så om vi kommer in i Norge måste vi få in ett bra avtal. Vi får se om vi lägger ner energin på det, men vi har funderat på det! Vi behöver ju komma in hos en kommun eller något, så att man får ett riktigt uppdrag.

Hans-Christer Fischer understryker dock att han fått ett positivt intryck av normmännen när han tidigare

haft samarbeten, och att han väldigt gärna hade etablerat ett kontor i Norge om det hade varit mindre komplicerat.

– De var väldigt trevliga måste jag säga, väldigt schyssta i affärer. Men det är ju de här skatterna. De är inte med i EU och det är ju mycket bök med revisionen och moms. Väldigt dyrt blir det, det är fruktansvärt mycket pengar.

Om man bortser från rent praktiska problem, vad skulle till för att det skulle kännas lika enkelt att jobba i Norge?

– Ja då hade det ju bara varit att åka över. Det hade varit jättekul. Då hade man provat. Man säger ju inte nej till jobb och att prata med kunder. Men det är något mentalt med en stor jävla bro då. Det tror jag också att norska företag känner när de åker till Sverige. Men jag hade åkt över med en gång, det hade varit jättebra.

HC TELECOM

Verksamhet: Ett bolag i teknikkoncernen Transtema Group AB. HC Telecom installerar och underhåller fiber och kopparkablar, och erbjuder dessutom installation och utbyggnad av nätverk till fastigheter och bostäder. De har kontor i Strömstad och Trollhättan, och tar uppdrag i Strömstad, Grebbestad, Fjällbacka, Ed och Trollhättan. Företaget startades 2013.

Antal anställda: 15

Jobbar över gränsen: Nej.

Ort: De har kontor i Strömstad och Trollhättan. Tar uppdrag i Strömstad, Grebbestad, Fjällbacka, Ed och Trollhättan.

Intervjuperson: Hans-Christer Fischer, vd.

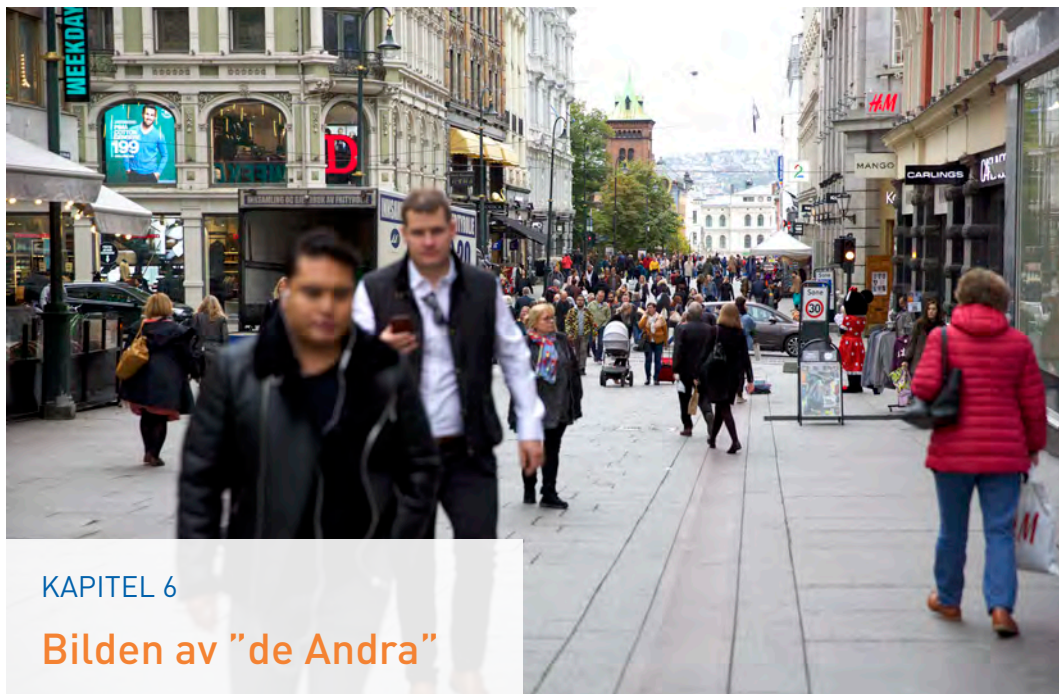


FOTO: ØRESUNDSINSTITUTET

KAPITEL 6

Bilden av ”de Andra”

Vilken bild man har av ”de Andra”, i det här fallet de på andra sidan av den norsk-svenska gränsen, kan skapa mentala gränshinder. Oavsett om det är skämtsamma historier om de Andras dumhet eller erfarenheter baserade på riktiga möten skapar det en känsla av att man är annorlunda i Sverige och Norge, vilket förstärker den mentala bilden av en gräns – och skapar ett större motstånd mot att röra sig över gränsen.

Definitionen av mentala gränshinder lyfter fram att dessa är relaterade till våra erfarenheter, men inte nödvändigtvis erfarenheter man upplevt själv. Det kan också vara berättelser om andras erfarenheter eller historier som berättats i många år. Om dessa erfarenheter handlar om olikheter mellan länder eller personer – i det här fallet mellan Norge och Sverige eller norrmän och svenskar – skapar det mentala gränshinder. Oavsett om olikheterna är positiva eller negativa skapar det en bild av ”de Andra” som något annorlunda från oss själva och därmed förstärks bilden av gränsen – vilket riskerar att skapa en större barriär när det kommer till att bedriva verksamhet över gränsen.

Runt två tredjedelar av intervjupersonerna beskriver en stereotyp bild eller ger uttryck för en tydlig uppfattning om hur personerna är på andra sidan den norsk-svenska gränsen. Utifrån intervjuerna ser vi att en övervägande majoritet av kvinnorna inte pratar om stereotyper, till skillnad från männen där

det är tvärtom. Ett mönster vi kan urskilja är att de svenska männen som intervjuats till stor del pratar om normmännens starka nationella gemenskap.

Nedan presenteras de mest återkommande bilderna av ”De andra” som kommit fram under intervjuerna.

Den rika och köpplada norrmannen

På frågan om hur en typisk norrmän är svarar många svenska intervjupersoner att de spenderar pengar, kör runt i fina bilar och att det syns att de har en god ekonomi. I flera svar anas också en missunnsamhet mot normmännen – och i flera fall sägs det också klart ut att normmännen har fått det för bra idag. Några svenska intervjupersoner menar att det inte såg likadant ut förr och att Norge idag är som ett helt nytt land när det gäller ekonomi och välstånd, men att förhållandet mellan länderna för några decennier sedan var tvärtom.

En svensk intervjuperson menar att det finns en stor

nybyggaranda i Norge och att det framförallt i Oslo finns tecken på nyriktadhet som påminner om ryskt spenderande. En annan menar att svenskarna har blivit som norrmännens tjänstefolk och ytterligare en intervjuperson menar att norrmännens välbefinnande har minskat deras vilja att jobba hårt.

Någon som däremot uppskattar norrmännens tendens att spendera pengar är Johan Thorn, vd på Stöten Skidanläggning, som säger att de norrmän som besöker anläggningen handlar mycket och spenderar mer pengar än både svenskar och danskar. Han berättar att de hade besök av ett företag med verksamhet i både Sverige och Norge som var på konferens en vecka vardera. Under den norska veckan omsatte restaurangen och baren dubbelt så mycket som när den svenska avdelningen var där.

Bilden av att norrmännen har gott om pengar finns bland intervjupersoner över hela Sverige, men i de mer gränsnära orterna lyfts gränshandeln fram som exempel på det. Exempelvis säger Anne-Charlotte Hedström, vd på Eda Miljöservice, som ligger nära gränsen i Charlottenberg med ett stort köpcentrum, att man får passa sig när norrmännen kommer för att handla under helgerna:

- Du kan gå ner och ställa dig här på centrert en lördag så förstår du vad jag menar.
 – Hur är det då då?
 – Det är en spännande upplevelse. Det är ungefär 17 000 personer.
 – På en helg?
 – Per dag!”

Samtidigt säger Tina Stafrén, delägare av Frösö Handtryckeri i Östersund, att gränshandeln är som ett helt annat universum jämfört med resten av Norge. Hon har i tidigare jobb rest runt mycket i Norge och menar att det inte är rättvist att jämföra gränshandlarna med alla norrmän. Både hon och Robert Nilsen, vd för Kornboden Rekruterings och Bemannings i Östersund, menar att samma fenomen förekommer bland svenskarna, men då åker de till Ullared i stället. Å andra sidan tycks norrmännen uppleva gränshandeln som helt okontroversiell.

Frösö Handtryckeri är också ett av få företag som

tydligt lyfter fram norrmännens köpkraft som något positivt för deras verksamhet om de skulle satsa mot den norska marknaden framöver.

Bilden av att norrmännen har gott om pengar och konsumerar mycket uppkommer troligen till stor del genom vad svenskarna ser dem göra. Svenska intervjupersoner i gränsnära kommuner ser till stor del endast de köpglada norrmännen som tar sig över gränsen för att handla – och kan då leda till dra slutsatsen att alla norrmän har samma beteende. På samma sätt ser man inom turistbranschen de norrmän som har råd att resa på skidsemester, vilket inte heller representerar alla norrmän.

Samtidigt som många intervjupersoner nämner norrmännens starka köpkraft är det dock, med undantag för turistbranschen, få företag som ser det som en fördel i affärssammanhang.

Runt två tredjedelar av intervjupersonerna beskriver en stereotyp bild eller ger uttryck för en tydlig uppfattning om hur personerna är på andra sidan gränsen.

På följdfrågan om svenskarna också upplever att de norska företagen har samma förhållande till pengar svarar många att så inte är fallet. Personerna upplevs ofta på ett sätt medan företagen upplevs som mer ansvarsfulla.

Den stolta norrmannen

”Norrmännen är ju Nordens amerikaner, så kan en säga. De är ju väldigt mycket mer framåt, ”här är jag, ser ni mig?” De är stolta över sig själva och

sitt land i mycket högre utsträckning, upplever jag, än vad vi svenskar är. Vi är mer försiktiga. (...) Om du ska göra det i Norge måste du vara mer framåt, det tror jag. På ett positivt sätt då, jag menar inget negativt med det.”

Ann-Charlotte Hedström, Eda Miljöservice, Charlottenberg

Norrmännen beskrivs också som stolta över sitt land och med en stark nationell gemenskap – av både norrmän och svenskar. Det kan ta sig uttryck i att norrmännen vågar ta för sig mer vilket är något som Emma Kero, delägare i skotillverkarföretaget Kero i svenska Sattjärvi nära den finska gränsen, har fått erfara. Hon berättar att de har fått vara väldigt tydliga mot norrmännen om när de kan komma och handla för att de inte ska dyka upp dygnet runt, och att de har ett helt annat sätt att vara på jämfört med svenskar och finnar. Det som är mest likt

mellan svenskar och normmän är språket menar hon – annars är både kulturen, beteendet och maten annorlunda.

”De har ett helt annat sätt att vara på faktiskt. Ja vad ska jag komma på för exempel... De tar ju för sig normmännen. Otroligt mycket. Du måste sätta upp väldigt tydliga regler för dem, ”då och då har vi öppet så då kan ni komma”, för annars kan de komma mitt på nätterna. De har liksom ingen... De kommer när det passar dem, alltså de tar för sig. Det skulle aldrig hända med en finländare, de skulle aldrig göra så.”

Emma Kero, Kero, Sattajärvi

Även Mohammad Khanamadi, styrelseordförande för Tolkresurs i Sundsvall, har uppfattningen att normmän och svenskar är väldigt olika. Han menar att normmän är mer patriotiska och har bestämda åsikter medan svenskarna är inte är så patriotiska, mer accepterande och kompromissvilliga.

Hans-Christer Fischer, som driver HC Telecom i Strömstad, har jobbat i Norge tidigare men gör det inte längre. Han uppger också att normmännen allmänt har en starkare nationell gemenskap än svenskar, och dessutom att de är trevligare och duktigare på att vara sociala. Det såg han också som en fördel då företaget jobbade i Norge där han uppfattade de norska företagen som mer förstående,

avslappnade och ödmjuka jämfört med svenska företag.

Som tidigare nämnt är det till största delen män som lyft fram att normmän är stolta över sitt land och har en stark nationell gemenskap, något som ovanstående citat är exempel på.

Den snåla svensken

Bilden av att svenskar håller hårdare i sina pengar har framkommit från flera norska intervjupersoner. Alla säger inte att det innebär snålhet, utan i flera fall ser man det som något positivt.

Bland annat menar Tore Johan Arntzén på Handelsbygg AS, att det är en kultur i Sverige att vara duktig med pengar och att det även syns i affärer där svenskar ofta lyckas bättre med att pressa priserna. Han menar att det därmed är fördelaktigt att samarbeta med svenskar eftersom det gynnar dem som byggherrar att hålla nere priserna. Däremot menar han att det har missgynnat flera norska butikskedjor som satsar på en etablering i Sverige – då svenska inköpare ofta är bättre på att få ned inköpspriser och därmed får konkurrenskraftigare priser och då de norska butikskedjorna är vana vid en köpstarkare kundkrets i Norge.

Alf Kristian Fjelldal, vd för Fjelldal Consulting & Enginering, är inne på samma resonemang. Han säger att svenskarna inte är lika oförsiktiga med pengar som normmännen är, något som han ser som positivt. Även Eva Nordfjell, vd för renköttproducenten Rørosrein, säger att svenskar och normmän är lika varandra – förutom att svenskarna inte är lika vana vid att betala lika mycket för mat, boende och aktiviteter.

Den duktiga och serviceinriktade svensken

På frågan om hur den typiska svensken är återkommer ofta svaret att de är duktiga och serviceinriktade. Flera norska företag, liksom bemanningsföretagen i både Norge och Sverige, uppger att de gärna vill anställa svenskar på grund av att de är duktiga och jobbar hårt. Marit Utaker, vd och delägare Oslo Guidebureau, anser att svenskar är mycket duktigare än normmän baserat på att hon upplever att det endast är svenskar som jobbar i serveringsbranschen.

På samma sätt som bilden av rika normmän lätt uppstår i sammanhang där man ser dem konsumera kan bilden av att svenskarna är duktiga och arbetsamma uppstå genom att många normmän mest träffar de



Arne Magnus Størseth, driftsansvarig för Meråker Alpiner, menar att bilder av ”De andra” uppkommer som karikatyrer för att förstärka olikheter.



FOTO: ØRESUNDSINSTITUTTET

Majoriteten av de intervjuade personerna har en stereotyp bild av hur man är på andra sidan gränsen.



FOTO: ØRESUNDSINSTITUTTET

Alf Kristian Fjelldal, vd för Fjelldal Consulting & Engineering i Trondheim, anser att svenskarna inte är lika oförsiktiga med pengar som nordmännen – något han tycker är positivt.



FOTO: ØRESUNDSINSTITUTET

Tone Westbye-Karlsson, vd för Unisystem i svenska Torsby, kommer själv från Norge och anser att svenskar och norrmän är lika – däremot är skillnaderna mellan stad och landsbygd mer påtagliga.

svenskar som rest till Norge för att arbeta. Därmed är det möjligt att svenskarna uppvisar en stor vilja att jobba när de väl är i Norge samtidigt som de yrken som är lätta att få jobb inom ofta är serviceinriktade.

Even Haug, vd för bemanningsföretaget Aktiv Bemanning i Kongsvinger, har i princip bara goda erfarenheter av att anställa svenskar till sina kunder, men pekar just på att det nästan bara är de som är villiga att jobba hårt som reser långt eller flyttar för att ta ett jobb.

Att svenskar är duktiga kan också visa sig genom att de är mer formella och noggranna, enligt några intervjupersoner. Läs mer om upplevelsen av den svenska noggrannheten i affärssammanhang i kapitel 7 ”Skillnader i affärskultur”.

Regionala skillnader

Ser man till våra intervjuer har något fler svenskar en stereotyp bild av norrmännen än tvärtom. Vi kan också se att i de regioner där samarbetet är stort och man ofta åker över gränsen i olika sammanhang finns det mindre stereotypa bilder av dem på andra sidan gränsen.

I Narvik och Kiruna säger alla tre intervjupersoner att de inte har någon stereotyp bild av norrmannen eller svensken. Det stämmer väl överens med att de också ser på samarbetet mellan just Narvik och Kiruna som väldigt naturligt, att de är beroende av varandra och att de känner en historisk tillhö-

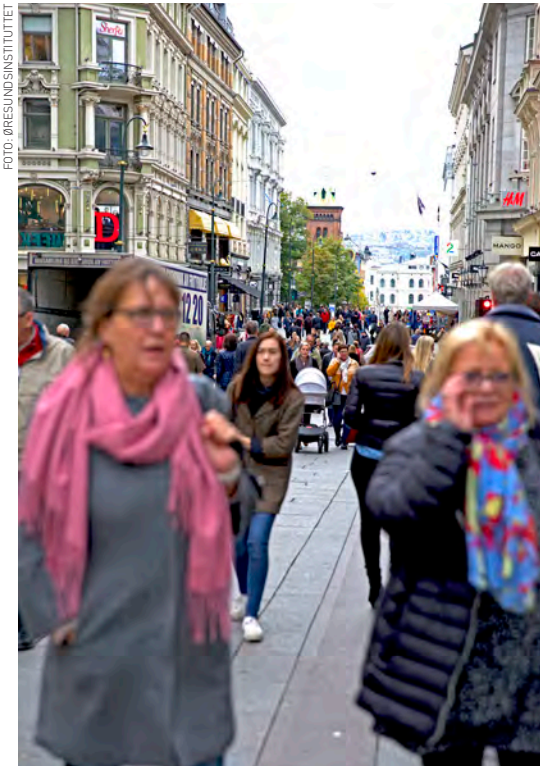
rihet. Även Meråker och Storlien har ett liknande förhållande. Där finns mycket samarbete mellan orterna, man känner att man har nytta av varandra och intervjupersonerna presenterar sparsamt med stereotypa bilder av varandra.

Exempelvis säger Ivar Kværnmo, vd för Kopperå Elektro AS, som ligger längs E14 mellan Meråker och Storlien följande:

”Man åker ju fram och tillbaka hur man vill över gränsen, man märker nästan inte att det är en gräns. Det talas lite annorlunda bara. I media, speciellt i idrottssammanhang, pratar man ju om ”svenskar och norrmän” men det märker man ju inte av här. Det är något som media har skapat tror jag.”

Även Arne Magnus Størseth från Meråker Alpinsenter är inne på samma spår, och menar att de bilder som finns av dem på andra sidan gränsen har uppkommit som karikatyrer eftersom vi faktiskt är så pass lika att vi ibland har ett behov av att förstora de små olikheter som finns.

Flera intervjupersoner lyfter också fram att de regionala skillnader som finns på nationellt plan är mer framträdande än de mellan länderna. Ett återkommande resonemang handlar om olikheter mellan storstad och landsbygd. På så sätt kan translokala nätverk och sammanhang vara av större betydelse



Skillnaderna mellan stad och landsbygd upplevs många gånger som större än mellan länderna. På bilderna syns Oslo och Åre.

och inrymma mer gemenskap än de nationella. Tone Westbye-Karlsso, vd på Unisystem i Torsby, är en av dem som menar att skillnaderna mellan stad och landsbygd är större än de mellan Norge och Sverige. Hon har själv arbetat i Oslo innan hon flyttade till Torsby, som är en mindre ort i Värmland med drygt 12 000 invånare. Robert Nilsen från Kornboden Bemanning och Rekrutering säger att de svenskar och norrmän som bor i motsvarande lika stora städer är lika varandra, medan en norsk landsortsbo och en svensk i en större stad har fler skillnader.

Även Steffen Dyre Hansen från The Assessment Company lyfter fram de regionala skillnaderna. Exempelvis är Oslo och Hamar ganska lika menar han, medan Göteborg och Stockholm skiljer sig åt genom att Göteborg är mer öppet och ”down to earth” medan Stockholm är mer nätverksstyrt och förfinat. Stockholm benämns i likande termer av ett annat företag som har erfarenhet av återförsäljare för sina produkter i både Stockholm, Oslo och Trondheim. De upplever att de blir bemötta

SÅ HÄR BESKRIVS ”DE ANDRA”

Svenska stereotyper av norrmän:

- Köpplada med god ekonomi
- Lättsamma och informella
- Glada och trevliga
- Stolta över att vara norrmän
- Vågar ta stor plats
- Impulsiva - vågar göra det oväntade

Norska stereotyper om svenskar:

- Snåla och håller hårt i pengarna
- Stela och svåra att lära känna – framförallt i inledningsfasen
- Duktiga, väluppfostrade och skötsamma
- Hög arbetsmoral
- Trygghetsökande
- Serviceinriktade

med ett större och mer genuint intresse i de norska städerna än i Stockholm – trots att de är i kontakt med samma typ av butiker och människor.

FOTO: ØRESUNDSINSTITUTTET



FOTO: ØRESUNDSINSTITUTTET



EDA MILJÖSERVICE, CHARLOTTENBERG

”Norrmännen är Nordens amerikaner”

I Charlottenberg, några kilometer från norska gränsen, finns ett av norrmännens mest välbesökta svenska shoppingcenter. Där driver också Ann-Charlotte Hedström städbo-laget Eda Miljöservice AB, som tidigare hade verksamhet även på andra sidan gränsen. Hon menar att det krävs en stor portion driftighet för att lyckas i Norge – och att norr-männen tar för sig mer jämfört med svenskarna.

När Ann-Charlotte Hedström tog över Eda Miljöser-vice hade företaget verksamhet i Norge. Men det tog inte lång tid innan ett norskt fackförbund krävde att de skulle betala norska löner till de som jobbade på andra sidan gränsen, något som gjorde att den norska verksamheten upphörde.

– Vi kan ju inte ha två sorters lönesystem i samma bolag, det är inte bra konkurrensmässigt för perso-nalen, så då valde vi det... I så fall skulle vi ha startat ett kontor på den sidan och haft norsk personal, men då valde vi att avstå i stället och vidareutveckla åt andra hållet.

Att det krävs framåtanda för att lyckas i Norge har hon fått erfara bland annat genom att hon bor i gränsnära Charlottenberg, som för norrmän är känt för sitt shoppingcenter.

Hur upplever du att norrmän är – finns det några skillnader jämfört med svenskar?

– Ja alltså... Norrmännen är ju Nordens ameri-kaner, så kan en säga. De är ju väldigt mycket mer framåt, ”här är jag, ser ni mig?” De är stolta över sig själva och sitt land i mycket högre utsträckning, upp-lever jag, än vad vi svenskar är. Vi är mer försiktiga. Så det tycker jag är en liten kulturskillnad.

Kan det ha någon betydelse när man som företaga-re vill ge sig in i Norge?

– Ja, jag tror att om du ska göra det i Norge måste du vara mer framåt och det krävs lite mer än vanlig driftighet, det tror jag. Det är viktigt att ha de där egenskaperna om du ska lyckas där. Det ser jag även på de som jag känner som driver byggföretag i Oslo och det är sådana personer som är väldigt framåt själva och väldigt... Ja, syns och hörs. På ett positivt

sätt då kan jag säga, jag menar inget negativt med det.

Hon berättar att man kan gå ner till shoppingcentret en helg för att se exempel på när norrmännen tar för sig.

– Det är en spännande upplevelse. Det är ungefär 17 000 personer på en dag!

Precis som många andra i de mest gränsnära områden känner Ann-Charlotte Hedström många norrmän och tar del av norsk kultur.

– Jag tycker de är duktiga på att göra tv i Norge. Det är ju ingen hemlighet, Skam är ju en kanonserie. Radio också faktiskt, de har en väldigt bra feeling för musik i Norge tycker jag faktiskt.

Ann-Charlotte Hedström ska snart gå i pension, så att lägga kraft på att återigen öppna upp en norsk filial framöver ser hon inte som lönsamt för henne personligen. Men hon stänger inte dörren för att de som ska ta över företaget efter henne kan komma att göra det.

– Jag skulle kunna tänka mig att det är en fin marknad i Norge. Vi är ju ganska likartade när det gäller många saker. Jag kan tänka mig att det är lukrativt för den som verkligen satsar.

FAKTA: EDA MILJÖSERVICE AB

Verksamhet: Lokalt städ- och serviceföretag för privatpersoner och företag.

Antal anställda: 30

Jobbar över gränsen: Nej.

Ort: Charlottenberg

Intervjuperson: Ann-Charlotte Hedström, vd.



FOTO: BRESUNDSINSTITUTET

KAPITEL 7

Skillnader i affärskultur

Olika tempo i beslutsprocesserna, en starkare hierarki och mer omfattande byråkrati som gör arbetet trögare än vad man är van vid. Det är några av de skillnader som kommit fram när affärskultur över gränsen har diskuterats i intervjuerna. Skillnaderna kan destabilisera och skapa en längtan efter trygghet och bekvämlighet, alternativt en längtan till landet annorlunda där allt är bättre och snabbare. Två tredjedelar av de intervjuade företagen har en uppfattning om skillnader i affärskulturen, och dessa riskerar inte bara att skapa motsättningar i samarbeten över gränsen – utan förstärker också gränsens kraft genom att lyfta fram hur svenskar och norrmän skiljer sig åt.

En del intervjuföretag har uppgett att de hade förväntat sig att affärskulturen skulle vara mer lik den i det egna landet och i vissa fall har det uppstått sprickor i samarbetet på grund av olikheter i affärskulturen. Några företag, framförallt de med internationell erfarenhet, är duktiga på att anpassa sig till olikheterna och i stället dra nytta av dem – medan andra har blivit avskräckta och valt att inte fortsätta sin verksamhet i det andra landet. Samtidigt finns det exempel på företag som inte alls kan peka på att affärskulturen skiljer sig åt. I de följande avsnitten presenterar vi de mest framträdande bilderna som blivit presenterade under intervjuerna.

Snabba beslutsprocesser i Norge – konsensus i Sverige

En skillnad som både svenska och norska företag lyfter fram är hur beslutsprocessen fungerar. Den tydligaste skillnaden är att norrmän tar beslut

snabbare än svenskar. Det kan resultera i att svenska företag känner sig överkörda och tvekar inför att ge sig in i samma situation igen. Norrmännen kan i stället se det som alltför tidskrävande att vara i den processen.

”Jag hade förväntat mig att det var mer likt att jobba i Sverige. Det tar längre tid med allt – från möten, utredningar, avhandlingar till beslutsprocesser. Svenskarna och det svenska systemet upplevs som extremt byråkratiskt och inte alls lösningsorienterat. Det har vi alltid i beaktning nu – att saker i Sverige går långsammare. Om det dyker upp något oväntat så stoppas allt upp och det tar lång tid att ta sig förbi det – här är vi mer vana vid att ta ett beslut och köra på och blir det sedan fel tar man itu med det då.”

Jan-Erik Herft, delägare GG Gruppen, Halden

Pernille Martinsen Westlie, HR-chef på Flexit, som tillverkar fläktar med huvudkontor i Ørje och produktion i svenska Töcksfors några kilometer därifrån, menar exempelvis att svenskar vill följa planer och få instruktioner, medan norrmännen är snabbare på att få saker och ting gjorda. Hon menar också att den skillnaden i arbetssätt kan skapa frustration om man inte har en bra kommunikation.

Både svenskar och norrmän förklarar delvis skillnaden med att svenska företag är mer beroende av att uppnå konsensus i sina beslut.

Ett företag som har upplevt detta är Geno SA i Hamar, där Sverre Bjørnstad är vd. Geno SA ägs av över 9 000 bönder och är inriktade mot avelsverk-samhet och utveckling av rasen Norsk Rødt Fe. De samarbetar en del med Sverige i form av olika avelsprojekt och forskningsprojekt, och har gjort det ännu mer tidigare.

Sverre Bjørnstad uppger att de har upplevt att det finns en del skillnader i affärskulturen mellan Sverige och Norge. Han tycker att svenskarna ofta har längre processer för att ta beslut, men att de kan implementeras snabbare när de väl tas. I Norge kan det vara tvärtom – att man tar ett snabbt beslut men sedan fortsätter diskussionen. Han har också upplevt att svenskarna är mer omständliga, samtidigt som han menar att svenskarna säkert upplevde att det norska sättet var väldigt direkt och nästan brutalt. Han lyfter också fram diskussionskulturen, där han upplever att det i Norge är mindre problematiskt att vara oenig med honom som chef, till skillnad från i Sverige där kulturen präglas av mer respekt för hierarkier.

Även Johan Börjesson, som är vd på Trondheim Kunstmuseum, understryker skillnaden mellan hur norrmän och svenskar diskuterar. Han själv är svensk och veckopendlar mellan Stockholm och jobbet i Trondheim. Om diskussionskulturen säger han följande:

”Den svenska konsensuskulturen finns i viss mån även i Norge, men det är lite annorlunda i hur möteskulturen ser ut. Det finns en retorisk tradition i Norge, där man ställer sig upp och talar för sin sak och är van vid det. I de norska debattprogrammen är de ofta bättre på att tala för sig än de svenska. Det kanske påverkar lite. Där känner jag mig som kusinen från landet.”

Men det är inte bara norska företag som har upplevt skillnader i hur man tar beslut. Johan Gotting, vd för Elvenite som är ett konsultföretag med huvud-



FOTO: BRÆSUNGSINSTITUTTET

Jan-Erik Herft, delägare i GG Gruppen, trodde att det skulle vara mindre skillnader mellan ländernas arbetssätt.

kontor i Karlstad, har lång erfarenhet av att jobba i Norge och tillsammans med norska företag och kollegor. Han erfar precis som Sverre Bjørnstad från Geno SA att diskussionskulturen skiljer sig åt i Sverige och Norge, men att man alltid kommer fram till målet ändå.

”Sen är svenskar mer strukturerade, de har mer konsensus än norrmän. Vi svenskar kan sitta och diskutera och diskutera, sen rättar alla in sig i ledet. I Norge är det lite mer armar och ben, nån fattar ett beslut och så kör man tills man upptäcker att man är i diket – och så är det upp igen. Så vi kommer till målet båda två men på lite olika sätt.”

Johan Gotting, vd Elvenite, Karlstad

Johan Gotting menar att historiska förhållanden kan ha påverkat hur norrmän och svenskar generellt sett arbetar idag – den svenska industrialismen har präglat svenskarna till att tänka kollektivt medan norrmännen har en annan entreprenörsådra då de historiskt har levt i geografiskt sett tuffa miljöer som fjäll och dalar där de varit tvungna att klara sig själva. Därifrån har de också fått ett större behov av att kunna lita på de man göra affärer med, resonerar Johan Gotting. Henrik Lindahl, vd för it-konsultfirman Adcoeco i Karlstad, har även han stor erfarenhet av norskt samarbete och han understryker också att svenskarna inte alltid hänger med i det norska tempot.

På Strömstad Spa är Linda Einarsrud vd. Hon är född och uppvuxen i Norge men har jobbat länge

i Sverige. Hon håller med om att beslut och möten generellt sett tar längre tid i Sverige än i Norge, men att det både finns för- och nackdelar med det då förändringarna ofta blir mer genomarbetade i Sverige. Men när det däremot gäller att lägga en offert exempelvis så krävs det att man är snabb, menar hon. En mix av de två arbetsätten hade varit det optimala, avslutar hon.

Även längre norrut, i svenska Jukkasjärvi utanför Kiruna, upplevs normmännen som snabbare och mer oförutsägbara i affärssammanhang. Där driver Nils Torbjörn Nutti företaget Nutti Samí Siida som erbjuder turistupplevelser med samisk kultur. Företag har ingen marknadsföring mot Norge då det inte är deras marknad, enligt Nils Torbjörn Nutti, men de får norska gäster ändå och spenderar mycket tid i Norge då hans renar går över gränsen. Han menar att normmännen anser att finnarna är de som är mest långsamma i beslutsprocesserna, men att svenskarna inte kommer långt därefter.

Hierarkier

Sverre Bjørnstad från Geno SA upplever alltså att svenskarna har större respekt för hierarkier. Även Tore Johan Arntzen, delägare av Handelsbygg AS i Halden som har erfarenhet av arbete över gränsen,

säger att man i Norge har en kultur där beslut tas längre ner i organisationerna jämfört med i Sverige. Han upplever också, precis som Pernille Martinsen Westlie på Flexit, att de svenska medarbetarna måste styras och få besked om vad de ska göra medan normmännen är mer vana vid att ta initiativ och att de svenska mellancheferna inte är lika vana vid att ta beslut som de norska. Han förklarar skillnaden med att Sverige har haft en längre tradition av att utbilda ledare och att de därför har större status och att glappet mellan ledare och medarbetare därför är större i Sverige än i Norge.

Även Jan-Erik Herft från GG Gruppen upplever att svenska tjänstemän har väldigt stor respekt för sina chefer. Han har fått känslan av att tjänstemän ofta "gömmar sig" bakom dokument och avhandlingar för att de inte är vana vid att ta egna beslut.

Steffen Dyre Hansen, vd för The Assessment Company med bas i Hamar, har lång erfarenhet av att jobba med svenskar i tidigare jobbpositioner och var då intervjun genomfördes mitt inne i processen att starta företagets första kontor i Stockholm. Han menar också att svenskarna kan vara mer omständliga i beslutsprocesser och att det är mer konsensusorienterat i Sverige – men menar



FOTO: ØRESUNDSINSTITUTTET

Linda Einarsud, vd för Strömstad Spa, menar att det finns både för- och nackdelar med de olika sätten att arbeta på i Norge och Sverige.

att svenskar kan uppleva norrmännen som lite för snabba ibland.

Även Marit Collin, som är vd för it-konsultföretaget Kantega i Trondheim och Terje Dypvik, vd för NordNorsk Spedition i Narvik, har uppfattningen att svenskarna arbetar mer med gemensamma beslut – och att det innebär att det ofta tar längre tid i alla arbetsprocesser.

Samtidigt säger Göran Bärnsten, vd för kommunikationsbyrån Syre i Östersund, att det kan finnas skillnader när det gäller hierarkin i länderna, men till skillnad från de norska intervjupersonerna upplever han att det är mer hierarkiskt i Norge:

”Det kan säkert finnas skillnader. Dels har jag en känsla kring ledarskapet, att de är mer hierarkiska i uppbyggnaden, och att man inte vågar göra saker eftersom ”det inte är mitt ansvar” och så där. Det blir väldigt svårjobb, har jag hört från en del svenska företagare. Det är inte min uppgift” liksom. Det går lite trögt ibland. Och att man är rädd att göra fel, för att någon chef skulle bli arg. Så jag har fått känslan av att det kan vara lite mer hierarkiskt i Norge.”

Göran Bärnsten, vd Syre, Östersund

Noggranna, formella svenskar och lättsamma, slappa norrmän

Ytterligare en skillnad som lyfts fram från båda håll är att svenskarna är mer noggranna och formella än norrmännen – både i professionella och privata sammanhang.

Marit Collin, vd på it-konsultföretaget Kantega i Trondheim, kommer från Narvik och åkte ofta skidor in i Sverige när hon växte upp. Då tänkte hon aldrig över att det skulle vara någon skillnad på andra sidan gränsen. Först när hon arbetade på en svensk bank i Oslo, som samarbetade mycket mellan de skandinaviska länderna, uppmärksammade andra personer henne på vilka skillnader de ansåg att det fanns mellan länderna. I dag menar hon att svenskarna uppskattar ordning och reda och därför kan uppfatta norrmän som allt för nonchalanta, något som hon snarare ser som flexibilitet.

Samtidigt lyfter Marit Collin fram att det finns fördelar med båda arbetssätten och att det svenska och norska sättet kan komplettera varandra om man lyckas kommunicera om olikheterna.

”Svenskar kan känna att vi är allt för nonchalanta, men vi kanske är mer flexibla. Det

FAKTA: FLER MÄN ÄN KVINNOR PRATAR OM AFFÄRSKULTUR

Utifrån intervjuerna pratar männen mer om skillnaderna i affärskulturen än kvinnorna. Strax över hälften av kvinnorna upplever skillnader i affärskulturen jämfört med två tredjedelar av männen. Kvinnorna pekar dessutom i högre utsträckning på skillnader som gäller mer neutrala fenomen, som hur länge man arbetar i länderna, medan männen exempelvis lyfter fram hierarki och att norrmännen är mer spontana än svenskar.

finns fördelar med båda delarna. Vi använder ordning och reda där det behövs, då får vi vara lite mer svenska. Så på det sättet menar jag att fördelarna när vi samarbetar över gränsen, är att vi kommunicerar bra tillsammans, och våra egenskaper kompletterar varandra. De kan kollidera i några situationer, och om man inte har diskuterat ”vad som är våra styrkor och vad som är era”

Marit Collin, vd Kantega, Trondheim

Hon upplever också att norska företag generellt sett har större möjligheter att kasta sig ut i det oväntade som kanske inte är del av en planlagd strategi.

I vissa sammanhang har intervjupersonerna lyft fram att de ser svenskar som formella, men i stället tolkar det som en typ av professionalism. Exempelvis berättar Hege Frensen, vd på Fremo Bemannings i Trondheim, om en svensk kandidat som var ovanligt vältalig, välklädd och professionell.

En norsk firma inom spedition menar också att Sverige som land är mer professionella inom branschen – då det är bättre och mer genomtänkta vägar och trafiklösningar och att det alltid är skyltat till exempelvis varuinlämningen vid transport.

Det finns också andra fördelar med det formella, menar Marit Collin på Kantega:

”Vi är nog lite mer informella i sättet att vara på. Ni [svenskar] är så mycket duktigare på att säga tack, och ni är trevligare. Det är så trevligt att jobba med svenskar, de säger tack och ursäkta så ofta.”

Marit Collin, vd Kantega, Trondheim



FOTO: ØRESUNDSINSTITUTET

Steffen Dyre Hansen, vd The Assessment Company, har anpassat delar av sin verksamhet till ett mer evidensbaserat arbets-sätt när de nu går in i Sverige för första gången.

Steffen Dyre Hansen, vd för The Assessment Company, menar att svenskarna är noggranna på ett annat sätt än normmännen. I intervjun säger han att svenska företag är mer vetenskapsbaserade än normmännen.

”Jag tänker att svenskarna är mer vetenskapsbaserade än normmännen, mer inriktade på fakta, validitet och evidens.”

Steffen Dyre Hansen, vd The Assessment Company, Hamar

Det är också något de anpassat verksamheten utefter nu när de är i färd med att öppna ett kontor i Sverige, bland annat genom att i samarbete med handelshögskolan BI i Oslo testa sitt resultat på ett mer vetenskapligt sätt.

Samtidigt har norska företag uttryckt att det finns svårigheter med den svenska noggrannheten – som även den ofta upplevs som tidskrävande. Exempelvis säger en norsk intervjuperson inom fastighetsbranschen att den svenska noggrannheten är så stor att det skapas en hög tröskel för att ta sig in där.

Erfarenheten från deras arbete i Sverige var att de togs emot väldigt väl – men att de svenska samarbetsparterna var noga med detaljer som de inte alls var vana vid att andra parter lade sig i när de arbetade i Norge. Företagets spontana reaktion var därför ”aldrig mer” efter att ha jobbat i Sverige.

Intervjupersonen lyfter dock fram att motviljan inte var riktad mot skillnaderna i sig, utan mot att det svenska arbetssättet var så pass tidskrävande i jämförelse med det norska.

Å andra sidan har vi även sett exempel på att svenskar uppfattar det norska mer informella sättet som ett problem. Det visar sig genom att svenskarna upplever sig själva som mer förberedda inför möten, bättre på att återkoppla, svarar på mejl oftare och tar sitt uppdrag på större allvar. En svensk intervjuperson har också upplevt att normmännen inte oroar sig lika mycket för problem som kan dyka upp, och att en mentalitet där man tänker att ”det är bara pengar” är påtaglig – något som han kallar för fallskärmsmentaliteten.

Göran Bärnsten som är vd på kommunikationsbyrån Syre i Östersund har en bild av att normmän-

nen är mer bekväma och svenskar mer nitiska när det gäller jobb och tider.

Samma uppfattning har Henrik Lindahl på Addoceo i Karlstad. Han menar att det syns på normmännens vilja att jobba att de har det lite för bra ekonomiskt, men understryker att det gäller vissa personer och inte företag i sig – vilka han ser som väldigt kompetenta och drivna. Han berättar att när han själv jobbade i Norge kom ofta normmännen sist till jobbet och gick hem först, men att det snarare var sådant man skojade med varandra om än att det skapade dålig stämning. Samtidigt menar han att svenskarna då var i Norge för att jobba, vilket ofta resulterar i mer jobb än annars.

Även företagargenerationen NHO Nordland, med Ole Henrik Hjertøy i spetsen, menar att normmännen kan ha haft det lite för bra över en lång tid – vilket har minskat deras vilja att röra på sig för ett jobb på samma sätt som svenskarna gör.

Henrik Lindahl på Addoceo är inte den enda som har nämnt att normmännen jobbar färre timmar än svenskarna. Ser man till att den norska arbetsveckan generellt sett är något kortare jämfört med svenskarnas arbetsvecka händer det förmodligen att svenska företag med norsk koppling ibland har upplevt problem med det. Men om svenska företag gör kopplingen mellan en generell kortare arbetsvecka och lathet kan det få konsekvenser för viljan att arbeta över gränsen.

Johan Börjesson, Trondheims konstmuseum, nämner detta i sin intervju. Han menar att de som kommer till Norge från andra länder får en chock när de inser att normmännen går hem vid tre-halv fyra.

Han säger också att Sverige är världens näst lataste land efter Norge, men att normmännen har en bild av att vi är arbetsamma, och att det i kombination med att Sverige är en stor marknad gör att de är intresserade av Sverige och svenskar.

Detta är något som dyker upp i många intervjuer – det faktum att många svenskar är i Norge just för att jobba och att de då lägger mer tid på det för att kunna åka hem över helgerna eller passa på att jobba så mycket som möjligt när man har chansen. Det gör också att många normmän ser på svenskar som generellt arbetsvilliga, serviceinriktade och med god arbetsmoral. Här ser man också att uppfatt-

ningar om skillnader i affärskulturen – exempelvis att svenskar är bra på service – i vissa fall smälter ihop med bilderna av nationella egenheter, vilka presenteras mer i det föregående kapitlet.

Olika ämbetsmannakulturer

Att det är trögt för norska företag att arbeta mot en svensk offentlig aktör har återkommit i flera intervjuer där man har lyft fram att det i Sverige tar lång tid att ta beslut och att det krävs mer dokumentation än i Norge. Ett norskt bemanningsföretag har erfarit att det ofta tar längre tid att samarbeta med svenska Arbetsförmedlingen jämfört med den norska.

Även det svenska rekryteringsbolaget Kornboden Rekrytering & Bemanning, som hade ett norskt bolag innan finanskrisen 2009, lyfter fram att det är ett problem att jobba mot offentliga aktörer. Exempelvis ställs det krav på att de som jobbar i kommunen även ska vara bosatta där, vilket gör det svårt för dem att anställa någon från Sverige för att jobba i norska kommuner.

Samma bild av att det kan vara komplicerat att arbeta med offentlig sektor över gränsen lyfter Alf Johansson, Grensekommittén Värmland-Østfold, fram. Han menar dels att det finns skillnader i företagskulturen

mellan länderna, men att det är som tydligast inom offentlig sektor.

”Det är inte så likt som man skulle kunna tro. Det märker vi också inom offentlig sektor, vi arbetar på olika sätt och har olika kulturer och regler. Jag tror att Norge har mer administrativ kultur som liknar Danmark mer än Sverige, Norge har haft danskt styre under lång tid. Finland och Sverige är kanske mer lika.”

Alf Johansen, Grensekommittén Värmland-Østfold

Män pratar mer om skillnader i affärskultur

Utifrån intervjuerna pratar männen mer om skillnaderna i affärskulturen än kvinnorna gör. De lyfter också i högre större utsträckning än kvinnorna fram bilden av att normmännen är mer spontana än svenskarna, liksom skillnaderna i synen på hierarki i organisationerna.

Två tredjedelar av alla intervjuade män upplever att affärskulturen skiljer sig åt mellan länderna.

Att det upplevs som trögt för norska företag att arbeta mot en svensk offentlig aktör har återkommit även i andra intervjuer.



FOTO: WÆRESUNDINSTITUTTET

”De är trevligare, mer förstående och lättare att ha med att göra. De är lite mer avslappnade, även i möten.”

Hans-Christer Fischer, HC Telecom, Strömstad.

När det gäller kvinnorna uppper över hälften att de upplever skillnader i affärskulturen jämfört med två tredjedelar av männen. Kvinnorna pekar dessutom i högre utsträckning på skillnader i hur länge man arbetar i länderna.

”De stänger mycket tidigare i Norge och vill inte jobba på lördagar. Eller söndagar är det framförallt.”

Lena Geeber, vd ExpoMobil, Stockholm

Språk och relationer

”Norrmän är måna om att man lär känna varandra på riktigt. Det vinnlägger de sig med i de första faserna, därför kan det vara svårt att få den första affären. Men när man väl får igång en relation går det väldigt bra.”

Johan Gotting, vd Elvenite, Karlstad

Nej, jag känner några få svenskar, fyra-fem stycken. Jag ser dem som helt lika oss. När jag säger att de är mer formella är det mer i affärssammanhang, inte privat – där är vi helt lika.

Trond Haagen, vd Aas-Jakobsen, Oslo

Både svenska och norska företag har berättat att det kan vara svårt att lära känna varandra över gränsen – både privat och professionellt. Arne Magnus

Størseth, driftschef för Meråker Alpingsenter, och Hans-Christer Fischer från HC Telecom menar att man kan bli mottagen med skepsis om man som svensk eller norsk tar sig över gränsen och konkurrerar med de lokala företagen.

En annan del som kan bli en barriär när det gäller att skapa relationer över gränsen är språket. Det finns en allmän uppfattning bland norska intervjupersoner om att de förstår svenska bättre än tvärtom. Det är något som stämmer överens med att fler norrmän säger sig ha tillgång till svenska tv-kanaler och att en större del tar del av svensk kultur.

Å andra sidan finns det svenska företag som lyfter fram att norrmän är väldigt lätta att ha att göra med och att de är mer förstående och avslappnade än svenskarna. Dessutom finns det många norska företag som inte heller upplever några svårigheter i relationerna över gränsen. Många intervjupersoner från bägge länderna menar att när en relation väl kommit igång och man har kommit över den första tröskeln så är det inga problem alls i den fortsatta relationen.

Även här ser vi att de företag som har en vana av att arbeta internationellt har en fördel i relationen med svenska eller norska samarbetspartners.

AFFÄRSKULTUR I NORGE VS. SVERIGE

Så upplever svenska företag den norska affärskulturen:

- Besluten tas snabbt och följs i stället av en efterföljande diskussion om det krävs
- En mer lättsam attityd mot uppgiften bland medarbetare
- Mindre benägna att återkoppla via mejl
- Norrmännen arbetar färre timmar än svenskarna
- Norska företag vågar chansa mer i beslutstagandet
- Högre i tak i diskussioner och man måste kunna tala för sin sak

Så upplever norska företag den svenska affärskulturen:

- Alla ska stå bakom ett beslut vilket kan leda till långsammare beslutsprocesser
- Snabb och effektiv implementering efter att beslutet är fattat
- Hierarki i organisationen i form av att medarbetarna har svårt att ta egna beslut
- Stor respekt för chefen
- Byråkratiskt och omständligt, det krävs mer dokument än i Norge
- Viktigt med noggrannhet

Både svenska och norska företag som arbetar eller har arbetat internationellt uppger att de upplever att norska eller svenska företag i jämförelse med exempelvis amerikanska eller asiatiska företag är väldigt lika dem själva. Där skapas i stället en ny samhörighet mellan de nordiska länderna, och flera personer uppger att man i sammanhang med företag eller anställda från många olika länder ofta dras till att umgås och interagera med de som är mest lika dem själva relativt sett.

Många av de företag som har internationell erfarenhet anpassar sig också mer till olikheterna i det andra landet, och har inställningen att skillnader inte är av ondo utan att man kan dra nytta av dem så länge man är medveten om dem och ödmjuk inför det.

Ett exempel på det är Karlstads-baserade Elvenite som upplever att norrmännen lägger stor vikt vid att lära känna varandra och skapa nära relationer. Därför valde de direkt att anställa norrmän när de öppnade kontor i Norge, för att de skulle ha lättare att lära känna kunderna och vara nära dem de jobbade med.

De företag som har en vana av att arbeta internationellt har en fördel i relationen med svenska eller norska samarbetspartners.

Att arbeta på det sättet när man tar sin verksamhet över gränsen är inte ovanligt och några företag som inte jobbar över gränsen har också uppgett att de har hört att det är ”så man gör”. Fler exempel på företag som valt att jobba på det sättet när de tar sig över gränsen finns i kapitel 4 ”Att stanna i sin bekvämlighetszon” på sidan 50.

Bilden av att norrmännen upplevs som mer måna att lära känna sina affärspartners bekräftas av Anne-Katrine Willumsen, administrationschef och ledare för internationella aktiviteter inom Näringsforeningen i Trondheimregionen, som säger följande:

”Svenskar upplevs som mer rakt på, medan norrmän har ett behov av att först knyta kontakter och skapa en relation – och sedan göra affärer. En svensk kan i första kontakten ge ett prisförslag, vilket är otänkbart för norrmän, och då blir norrmännen lite överraskade och känner inte helt att de har tilliten som krävs för att ta ställning och bygga upp ett affärsförhållande.”



HANDELSBYGG AS, HALDEN

Handelsbygg AS vände hem till Norge efter tidskrävande processer – men är nu tillbaka i Sverige

Genom en tillfällighet fick Handelsbygg AS från Halden ett uppdrag i Sverige. Men ett tidskrävande arbetssätt som skiljde sig från hur de jobbade på hemmaplan fick företagets delägare Tore Johan Arntzen att känna "aldrig mer" inför att bygga i Sverige – men minnet är kort och nu är de igång med ett nytt svenskt projekt.

Som namnet antyder bygger holdingbolaget Handelsbygg AS handelslokaler åt bland andra Coop, Europris, Remo och Kiwi. De är med tidigt i processerna och köper tomter för att utveckla fastigheter, hyra ut och sälja.

Tore Johan Arntzen äger bolaget tillsammans med en kollega, och genom samarbete med en före detta svensk kollega köpte de 2011 en tomt på över 6 000

kvadratmeter i svenska Säffle, 13 mil från den norska hemorten Halden. Svenska lagar och regler gjorde att de till sist valde att samarbeta med flera svenska nyckelpersoner.

– Vi trodde först att vi kunde använda vår norska ingenjör som vi vanligtvis arbetar med, men det visade sig att det är så mycket som är annorlunda med att

jobba i Sverige att jag är glad att vi valde att ta in en svensk ingenjör som är van vid det svenska arbetssättet, säger han när vi möter honom på kontoret i Halden som han delar med flera andra inom byggbranschen.

Han berättar att när de påbörjade arbetet i Sverige blev de väldigt väl omhändertagna av Säffle kommun från dag ett, men upplevde ändå att genomförandet av bygget var omständligt och ovanligt tidskrävande.

– Trots att vi hade väldigt bra kompetens med oss fick vi ändå lägga väldigt mycket tid på möten och kommunen lade sig i byggprocessen mer än vad de gör i Norge – vilket var överraskande. Jag trodde innan att det skulle vara mer likt att jobba över gränsen.

Påverkade olikheterna i arbetssätt er vilja att arbeta över gränsen?

– När vi var färdiga med bygget i Säffle tänkte jag "aldrig mer bygga i Sverige"! Men mannaminnet är kort och nu har det gått två år så nu är vi redo att bygga igen. Men olikheterna påverkade oss inte, utan det som påverkade oss var att det var väldigt resurs- och tidskrävande jämfört med vad vi är vana vid. Vi hade timslånga möten var 14:e dag i ett år och kommunen hade åsikter om väldigt mycket som en norsk kommun aldrig skulle lägga sig i.

Tore Johan Arntzen har tidigare erfarenhet av att jobba tillsammans med svenskar, bland annat i Europris och Assa Abloy, och menar att det finns skillnader i affärs- och företagskulturen mellan länderna.

På vilket sätt är det annorlunda?

– För det första tycker jag att svenska ledare är väldigt duktiga. Koncernchefer och styrelser är ofta väldigt kompetenta. Men jag upplevde att mellancheferna inte är vana vid att ta beslut på samma sätt som i Norge. De vill ofta rådfråga chefen, medan det i Norge finns en kultur av att ta beslut längre ner i organisationerna. Det känns också som om svenska medarbetare i högre grad måste få besked och styras – norrmännen är vanare vid att ta eget ansvar och initiativ.

Men trots tidigare tankar om att inte jobba i Sverige är Handelsbygg AS är nu i full gång med att hitta hyresgäster till granntomten i Säffle – och förutom det goda mottagandet av kommunen är det en annan sak som lockar med jobb över gränsen.

– Jag gillar verkligen den kulturen ni har med fika på morgonen – det har vi inte i Norge! När vi hade kört tidigt på morgonen för att komma till ett byggmöte fick vi alltid en fika.

FOTO: BRESKUNDSINSTITUTET



Handelsbygg AS har sitt kontor i Halden.

FAKTA: HANDELSBYGG AS

Verksamhet: Ett holdingbolag som arbetar med egendomsutveckling med fokus på handelslokaler. De är tidigt med i processen och köper tomter, utvecklar, äger, hyr ut och säljer. Bolaget har byggt handelslokaler för exempelvis Remo, Kiwi, Coop och Europris.

Antal anställda: Sysselsätter 5-6 personer genom kontinuerliga samarbetspartners men inom företaget är de två personer som äger det tillsammans.

Jobbar över gränsen: Ja, de har haft ett bygge i Sverige och är nu igång med att utveckla ytterligare en tomt.

Ort: Halden

Intervjuperson: Johan Tore Arntzen, delägare

FOKUS

Jämförelse – dansk affärskultur

Det finns många likheter mellan hur det norsk-svenska och det dansk-svenska förhållandet beskrivs när det kommer till affärskultur. Beslutsprocesser, vilken roll chefen har och vikten av personliga relationer är faktorer som både sägs likna varandra och skilja sig åt mellan Danmark, Norge och Sverige.

Det visar bland annat en studie om företagsetableringar över Öresund, som genomfördes av Øresundsinstitutet 2014 (Øresundsinstitutet 2014), där danska och svenska företag berättade om olikheter i affärskulturen mellan Sverige och Danmark. Bland annat var en generell iakttagelse att företagen hade förväntat sig att likheterna mellan hur man gör affärer och allt som hör därtill skulle vara mer likt på andra sidan Öresund – något som också är återkommande bland de svenska och norska företagen som intervjuats i denna studie.

Precis som flera norska företag menade även danskarna att svenska företag tar längre tid på sig och är mer omständliga i beslutsprocessen än de själva. Bland annat uppgav de danska företagen att svenskarna ofta vill boka in ytterligare ett möte för att få tid att fundera, vilket gör att det tar längre tid att komma från till ett gemensamt beslut. Även svenskarnas strävan efter konsensus lyftes fram som en skillnad mellan Sverige och Danmark. Bilden som målas upp liknar på många sätt de norska företagens erfarenheter och uppfattningar – att arbetet i Sverige präglas av att uppnå konsensus och att man inte gärna tar snabba beslut och risker, vilket innebär att processer ofta tar längre tid när svenska företag är inblandade.

Även skillnader i hur svenska och danska företag implementerar sina beslut liknar hur norska och svenska företag upplever skillnaden sinsemellan. Här uppfattas både danska och norska företag som snabba i besluten, samtidigt som själva implementeringen inte alltid går lika hastigt. Svenskarnas noggranna överväganden och planering inför ett beslut gör det däremot ofta mer effektivt att sedan implementera, enligt företagarna. Den bilden understryks också av boken "Skandigration – så får vi samarbetet att fungera" (Brodén, Hall & Heiberg

2008) som undersökt likheter och skillnader i affärslivet mellan de Danmark, Norge och Sverige. Trots att både den danska och norska beslutsprocessen upplevs som snabbare än den svenska pekar "Scandigration" på vissa olikheter.

Den danska beslutsprocessen sägs präglas av att chefen lanserar en idé som medarbetarna beslutar ska genomföras, utan att egentligen ha all nödvändig förhandsinformation. Sedan delegeras arbetet till någon som beslutar om hur det ska genomföras – och eftersom förarbetet inte är gjort är det inte en bruksanvisning utan mer en riktlinje om hur idén ska implementeras. Förändringsförmågan är sedan stor och inte sällan byter man riktning under arbetets gång. Och om det sedan visar sig att idéen inte är genomförbar förkastas den.

I den norska beslutsprocessen tar enligt Kathrine Heiberg, Lasse Brodén och Kim Hall chefen ensam beslut om att en idé ska genomföras – men gärna genom att först samla på sig viktig förhandsinformation. Eftersom det inte finns krav om konsensus går det ofta snabbt från idé till beslut – och eftersom chefen anser sig ha den kunskap som krävs för genomförandet ses beslutet som en order. När medarbetarna sedan involveras i själva genomförandefasen kan de upptäcka att chefens förslag är svårt att förverkliga. Det kan innebära att ytterligare en fas adderas i processen då medarbetarna tillsammans med chefen gör en ny plan. När den sedan är fastslagen genomförs den effektivt av medarbetarna.

Den svenska beslutsprocessen beskrivs i "Scandigration" som att allt diskuteras och bestäms innan själva beslutet om att en idé ska genomföras tas. Därmed är den första fasen utdragen eftersom man gärna vill ge alla medarbetare en chans att komma med synpunkter. Men när beslutet väl tas är



FOTO: NEWS ØRESUND

Öresundsbron mellan Malmö och Köpenhamn.

vägen fram till målet väl utstakad, och implementeringen sker ofta effektivt och med liten inblandning från chefen.

En del av de norska intervjupersonerna i den studie du just nu läser menar att svenska företag präglas mer av hierarki än de norska – och ofta grundas den uppfattningen i att de upplever att svenska medarbetare har svårt att ta egna beslut och gärna vill förlita sig på chefen.

I Öresundsinstitutets studie om dansk-svenska skillnader från 2014 uppgav flera danska företag i stället att det var mer hierarkiskt i Danmark än i Sverige – med argumentet att de svenska cheferna tog större hänsyn till sina medarbetare och lät dem ta större plats i besluten. En svensk chef med flera danska medarbetare bekräftade den synen och berättade att dessa ofta förväntade sig att han själv skulle bestämma mer än han brukade och vara en "tydligare chef". Samma bild lyfts fram i "Scandigration" – där man menar att både den danska och norska chefens roll är mer framträdande i alla delar av arbetsprocessen än den svenska chefens.

I och med att Norge länge tillhörde Danmark

sågs ämbetsmannakulturen vara relativt lik i de båda länderna, vilket skulle kunna påverka hur komplicerat företagare från grannlandet upplever det att vara i kontakt med olika myndigheter.

I studien från 2014 menade flera svenska företagare att danskarna är tuffare vid förhandlingsbordet och att det ibland kan bli en hård stämning, men att det inte påverkar relationen utanför förhandlingsrummet. Danskarna vill också gärna fortsätta att diskutera villkor efter att man enats om ett avtal.

Några svenska företag upplevde danskarna som tuffa även utanför förhandlingsrummet, och menade att det krävs en hårdare attityd för att sätta sig i respekt i Danmark. Här kan en skillnad mellan danskarna och norrmännen utläsas, sett från svenskarnas perspektiv, då norrmännen inte upplevs som hårda trots att de har ett annat tempo – utan i stället som informella och avslappnade – vilket kan underlätta i samarbetet. Danska företag menar också att svenskarna ser det som viktigare än danskarna att upprätta och bibehålla goda relationer med varandra – ett nationellt särdrag som i relationen mellan svenskar och norrmän av många i stället tilldelas norrmännen.



KAPITEL 8

Medieanalys av näringslivsbevakningen

Eftersom media bidrar till hur normmän och svenskar ser på näringslivet i respektive land, och vilken kunskap de har om varandras marknad, är det viktigt att undersöka vad och på vilket sätt media rapporterar om näringslivet över gränsen. I den här medieanalysen undersöks näringslivsbevakningen i Norge och Sverige under två skilda veckor, en 2015 och en 2016, för att se hur mediernas roll inverkar på bilden av näringslivet i det andra landet.

Medierna har stor betydelse för att skapa en verklighetsuppfattning om den omvärld som man själv inte befinner sig i. Det påverkar inte nödvändigtvis vad vi tycker om olika frågor, men det sätter agendan för vad vi tänker på och vad vi pratar om. Därför är det viktigt att undersöka hur media rapporterar om det andra landet, då bilden som reproduceras inte sällan är den enda bild man får av ett annat land, åtminstone om man saknar daglig interaktion med det andra landet.

I den här analysen har vi undersökt vad som driver företagare att röra sig över den norsk-svenska gränsen och vad som medvetet eller omedvetet hindrar dem. Bland annat har vi sett att avsaknaden av kunskap om marknaden i det andra landet är ett hinder för företagare; likaså att stereotypera bilder av normmän eller svenskar kan skapa förväntningar som höjer tröskeln för att ta steget över gränsen.

Vi har också sett att känslan av närhet till det andra landet inte bara beror på det geografiska av-

ståndet eller vilka kommunikationsmöjligheter som finns, utan att även kunskap om varandra, gemensam kultur i form av exempelvis musik och tv-serier och sociala nätverk kan öka känslan av gemenskap. Att ta del av nyheter från det andra landet kan därför bidra till att Norge och den norska marknaden känns närmare än vad den annars skulle göra för svenska företagare och tvärtom.

Utifrån intervjuerna har vi sett en tendens till att få personer tar del av nyheter direkt från det andra landet, och därför är det viktigt att se på hur media i det egna landet rapporterar om vad som händer på andra sidan gränsen.

Den här medieanalysen syftar därför till att skapa en bild av vad media rapporterar om när det gäller näringslivet i Sverige respektive Norge, hur man rapporterar om det, samt hur rapporteringen skiljer sig åt mellan länderna.

Rapporteringen om näringslivet har stort fokus på

större företag som har en koppling över gränsen. Om mindre företag nämns sker det oftast i en lokaltidning och berör ett företag nära gränsen. Även börsnyheter tar stor del i rapporteringen, utan att nödvändigtvis ha fokus på endast ett företag eller företeteelse.

De artiklar vi har analyserat utifrån vår sökning kan delas in i kategorierna ekonomi, näringsliv, samhälle och politik. Artiklarna om ekonomi – så som ränteläget, konjunktur och valuta – handlar i högre grad om enskilda händelser i det andra landet utan koppling till det egna landet än de artiklar som berör näringslivet. I artiklarna om politik använder man ofta det andra landet som referenspunkt i både positiv och negativ bemärkelse, och det är återkommande även när det gäller andra händelser. De artiklar som berör politiska frågor i vår sökning har till stor del handlat om Sveriges flyktingpolitik och Norges jordbrukspolitik, frågor som är aktuella i båda länderna.

När det gäller gränsöverskridande händelser finns flera exempel på hur media vinklar händelsen så att det egna landet hamnar i fokus och samtidigt framstår som den fördelaktiga parten. Där utgör rapporteringen om gränshandeln ett spännande exempel, något som lyfts fram ytterligare längre fram i kapitlet. Norsk media lyfter fram de negativa konsekvenserna för Norge, det vill säga att de rapporterar om hur mycket pengar och arbetstillfällen som går förlorade i Norge när norrmännen åker över gränsen för att shoppa. Samtidigt rapporterar gränsnära medier i Sverige om hur bra det går för de shoppingcenter som lockar norrmän och hur de gynnas av dåliga tider i Norge. Anmärkningsvärt är att ingen av artiklarna nämner det andra landets perspektiv.

I kapitlet nedan presenteras mer ingående hur media i Norge och Sverige rapporterar om näringslivet i det andra landet. Läs mer om hur vi har gått tillväga faktarutan ”Metod för medieanalys”. Lista över sökord, använda medier, antal artiklar med mera finns i Appendix på sidan 136.

OM SVENSKT NÄRINGS LIV I NORSK MEDIA

Hegnar.no är den norska media som rapporterat mest frekvent om svenskt näringsliv och ekonomi, följt av e24.no samt NRK. Hegnar.no står för totalt 18 av 95 undersökta artiklar.

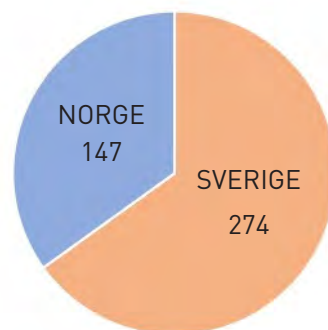
METOD FÖR MEDIEANALYS

Med hjälp av medieverktyget Meltwater har rapporteringen om svenskt respektive norskt näringsliv och ekonomi i norska respektive svenska utvalda lokala och nationella medier undersökts. För bägge länderna har de största nationella tidningarna samt ett större antal gränsnära lokaltidningar valts ut. Även public service-medier är med i undersökningen.

Sökningen har gjorts utifrån ett antal sökord för näringsliv och ekonomi i kombination med geografiska sökord för att kunna undersöka artiklar som handlar om näringslivet eller ekonomi i det andra landet. Fullständig lista över medier samt sökord finns i Appendix på sidan 136.

Sökningen har begränsats till vecka 46 år 2015 respektive år 2016. Vecka 46 är vanligt förekommande i mediestudier eftersom den inte innehåller några större högtider eller andra extraordinära händelser – utan är vad man kan kalla helt vanlig.

ANTAL ARTIKLAR I RESPEKTIVE LAND



Sökningen gav 147 norska artiklar och 274 svenska om näringsliv, ekonomi och politik under de två undersökta veckorna 2015 och 2016. Att det är fler svenska än norska artiklar kan delvis förklaras med att de svenska tidningarna Svenska Dagbladet och Dagens Industri har en intensiv bevakning av börsnyheter där norska företag ofta förekommer.

MEDIER MED FLEST ARTIKLAR

Topp 5: Norge

1. Hegnar.no
2. e24.no
3. NRK
4. Altaposten
5. Adressa.no

Topp 5: Sverige

1. Dagens Industri
2. Svenska Dagbladet
3. Norrbottenskuriren
4. Norrländska socialdemokraten
5. Bohusläningen

Dessa tidningar skrev mest om näringslivet i det andra landet under de aktuella veckorna utifrån vår sökning.

Den enda norska tidning som rapporterar om svensk konjunktur, utan en tydlig koppling till Norge, är Dagens Näringsliv som exempelvis rapporterar om att Riksbanken är på väg att sänka räntan. Dagens Näringsliv skriver också om hur Sverige

ligger i framkant inom finansiell ekonomi. En artikel i samma tidning handlar om hur Norden är ett centrum för finansteknologi, men att Norge inte har något företag inom branschen medan Sverige har sex stycken som benämns som ”miljardsuccéer”.

E24.no är en annan tidning som rapporterar om Sveriges satsningar inom finansteknologi då de skriver om att Sveriges riksbank överväger att som första riksbank i världen införa en digital valuta.

Spridd bevakning av svenskt näringsliv

Näringslivsbevakningen omfattar flera branscher så som industri, oljebranschen, design och fastigheter. Ingen stor enskild händelse fångar mediernas uppmärksamhet under veckan, utan bevakningen är relativt spridd. Bland annat skriver NRK om att den norska gruvbranschen i Finnmark har det tufft eftersom investerare föredrar Sverige och Finland på grund av en industriell medvetenhet som Norge ännu inte utvecklat.

En artikel i e24.no lyfter fram hur norskt



FOTO: ØRESUNDINSTITUTTET

En norsk artikel handlar om ”luftfarskriget” mellan Arlanda och Gardermoen som ”slås” om flest passagerare.

näringsliv och entreprenörer länge har hängt efter svenskarna när det gäller att ansöka om patent inom oljeindustrin.

Få artiklar handlar om svenska företag i Sverige, utan koppling till Norge. Det är betydligt vanligare att artiklarna handlar om norska företag med någon koppling till Sverige, som inte sällan nämns helt kort. Exempel på det är artiklar om lampföretaget Northern Lighting, som bland annat satsat på den svenska marknaden, och fastighetsbolaget Olav Thon som äger köpcenter i Sverige – utöver alla dem i Norge. Dessutom rapporterar norska medier om att SAS ska anställa fler i både Sverige och Norge.

Även börsnyheter tar plats i bevakningen om Sverige i de fall företaget har en norsk-svensk koppling. Ett exempel på det är då Arcus, en spritproducent med fabrik i norska Nittedal som till största delen ägs av det svenska investeringsbolaget Ratos, ska börsnoteras. Även svenska medier rapporterar om denna börsnotering. De norska medierna väljer här att citera Arcus norska koncernchef medan man i Sverige citerar svenska Ratos.

Ytterligare en gränsöverskridande händelse som svenska och norska medier vinklat olika berör Petter Stordalen då han hamnat i konflikt med den svenska advokatbyrån Mannheimer Swartling efter ett olyckligt skatteråd i samband med en affär i Sverige. De två parterna gjorde då upp med varandra ekonomiskt utanför domstol.

Den norska ekonomitidningen Hegnar.no satte rubriken ”Stordalen knuste svenske advokater” (översatt: Stordalen krossade svenska advokater) medan Svenska Dagbladet valde rubriken ”Mannheimer Swartling gör upp med Stordalen”. Den norska tidningen har alltså vinklat det som att Petter Stordalen genom uppgörelsen ”vann”, medan man i Sverige vänder på det så att det framstår som att det var Mannheimer Swartling som gick vinnande ur striden.

Sverige som referens

Ett fenomen som relativt ofta återkommer under de båda veckorna är att Sverige nämns som en referens till vad som sker i Norge. I de jämförelser som görs är det ofta Sverige som drar det längsta strået. Exempelvis äter och dricker svenskarna mer ekologiskt, skriver Østlendingen i samband med att Coop lanserar Ånglårmark melk. Det finns också större utbud i svenska mataffärer, rapporterar Bergens Tidende, som citerar en norsk ekonomiprofessor.

En debattör i Avisa Nordland lyfter fram att norrmännen julshoppar dubbelt så mycket som svenskarna, något som han inte anser är hållbart i längden. Sverige har dessutom lägre sjukfrånvaro bland kvinnor än Norge, skriver tidningen Glåmdalen.

Lite mer subtilt kan dock gemensamma värderingar inom näringslivet läsas in i Hegnars artikel om att en norsk kvinna valts till ordförande för ecoDa, en europeisk organisation för styrelseledamöter inom näringslivet. Hon gratuleras nämligen av sin svenska, manliga företrädare, som uttalar att valet ger en stark signal om att kvinnor är redo för positioner i europeiska styrelser.

Kamp om arbetskraft och flygresenärer

En artikel med tydlig Sverige-koppling behandlar något som det oftast skrivs om åt andra hållet – nämligen arbetskraftsinvandring över den norsk-svenska gränsen. Artikeln är publicerad i NRK och handlar om att flera norska sjuksköterskor som har utbildat sig utanför Norge har svårt att få norsk auktorisation och därför söker sig till Sverige för att jobba.

I artikeln presenteras en positiv bild av det svenska hälsoväsendet då de intervjuade sjuksköterskorna trivs bra och flera av dem har fått fast jobb och vill stanna kvar i Sverige. Man skriver också att dessa sjuksköterskor visar vägen för fler av dem som har svårt att få en utländsk utbildning godkänd i Norge och pekar på att Norge, precis som Sverige, kommer att ha brist på sjuksköterskor framöver.

En annan artikel som målar upp en kamp mellan Norge och Sverige handlar om flygplatserna Arlanda och Gardermoen och om deras kamp om störst möjliga marknadsandelar. Flygplatserna benämns knappt med namn – utan det är tydligt Sverige och svenskarna emot Norge och norrmännen i stället för Arlanda mot Gardermoen.

Ord som ”luftfartskrig” förekommer och att ”Oslo inte ger sig utan kamp”. Då sådana kamptryck förekommer i artiklarna om länderna kan det bidra till att gränsen förstärks och spä på nationell rivalitet.

De svenska gränskontrollerna uppmärksammas

Den 15 november 2015 inför Sverige gränskontroller mot Danmark, vilket får stor uppmärksamhet även i norska medier. Det skrivs även en del om att norrmän som reser till Sverige kan behöva legitimera sig och i vissa, tidiga artiklar framgår

det inte särskilt tydligt att gränskontrollerna enbart gäller mellan Danmark och Sverige.

Samtidigt handlar flera artiklar om att det är bra att Sverige ”tar tag i sin oansvariga flyktingpolitik”. Bland annat uttalar sig den norska statsministern Erna Solberg i NRK om att de svenska gränskontrollerna kan ha positiv effekt för Norge. Det kan ses som ett exempel på hur man tar avstamp i ett annat lands politik för att visa att det egna landet hanterar situationen på ett bättre sätt, på samma sätt som länderna speglar sig i varandra i andra frågor.

Samma vecka 2016 kopplar Sverige och Norge ihop sina nödnät, så att både norsk och svensk räddningstjänst ska kunna rycka ut vid gränsnära olyckor, och en gemensam övning ägde rum utanför Meråker. Detta fick stor uppmärksamhet i både svenska och norska medier och samarbetet omnämndes som både vällyckat och världsunikt.

Artiklar som lyfter fram lyckosamma samarbeten mellan Norge och Sverige kan däremot, till skillnad från exemplet om ”kampen mellan flygplatserna” i

föregående stycke, bidra till att gränsen löses upp och öka den mentala närheten.

OM NORSKT NÄRINGS LIV I SVENSK MEDIA

Den tidning som dyker upp flest gånger i den svenska rapporteringen om norskt näringsliv är ekonomitidningen Dagens Industri som totalt står för 50 av de 129 studerade artiklarna. Generellt sett förekommer fler artiklar om norsk ekonomi och konjunktur i den svenska rapporteringen än det gör åt motsatt håll.

På samma sätt som den norska är även den svenska rapporteringen om norskt näringsliv ganska spridd. Många artiklar handlar om svenska företag som har någon slags koppling till Norge. Exempelvis rapporteras det om att Alfa Laval har fått en stor order från norska Statoil, att det svenska skönhetsföretaget Lyko vill expandera sin verksamhet till Norge och att en svensk tidigare vd för Fingerprints får uppdrag som styrelsemedlem i norska Swipe.

Samma tendens som finns för svenska företag i norsk media kan ses för rapporteringen om norska företag i svensk, då de oftast nämns i samband med att de har en koppling till Sverige.

Blandande budskap om den norska ekonomin

Blandade budskap gäller i rapporteringen om det ekonomiska läget i Norge. Dels skrivs det om att Norge är vinnaren när det gäller den ekonomiska utvecklingen i världens alla länder, att studier lönar sig mer i plånboken i Norge än i Sverige och att normmännen har större förtroende för bankerna än svenskarna. Dessutom har Dagens Industri en lång artikel om den norska oljefonden, där man pekar ut den som ett rättesnöre när det kommer till etiska och hållbara investeringar.

Men samtidigt handlar flera artiklar om att Norge har förlorat sin forna glans, att den norska kronan tappar i värde och att Norge är alltför beroende av sin olja. Exempelvis publicerar flera tidningar ett utdrag från en intervju med Erna Solberg där hon menar att Norges solskensperiod är över, att de inte längre kan förlita sig på oljan och att Norge blir allt mer likt övriga europeiska länder. Dagens Nyheter skriver också om att Norges ekonomi krymper och att den ekonomiska tillväxten är lägre än förväntat.

Samma tidning har en annan artikel som också

FOTO: ØRESUNDINSTITUTTET



Randi Karlsson, Nordmarkens Bygg AB.

FOKUS:

Medierapportering om gränshandeln

Gränshandeln är något som både svenska och norska medier rapporterar om, men ofta på skilda sätt. Den norska rapporteringen fokuserar på vad den norska handeln förlorar i form av arbetsplatser och intäkter när norrmännen åker till Sverige för att handla. Det skapar en negativ konnotation till svensk handel från norsk sida – samtidigt som det kan locka fler att handla i Sverige. Från svenskt håll rapporterar man om gränshandeln som någonting positivt för svensk handel.

I en artikel om den norska julhandeln i tidningen Adressa.no myntas begreppet "svenskelekkasje" i en rubrik och "handelslekkasje" längre fram i artikeln. Läckaget består av att många norrmän, framförallt i gränsfylket Østfold, åker till Sverige inför julen och syftar på att norska butiker inte får ta del av deras konsumtion.

En artikel i e24.no handlar om det norska fritaket för moms vid köp från utländska nätbutiker som i 2015 års budget höjdes från 200 till 350 kronor, vilket då återigen var uppe för politik diskussion. Då fritaket höjdes hotade flera norska företag med att flytta till Sverige, för att kunna konkurrera med de utländska aktörerna. I artikeln refererar man till en undersökning som visar att tusentals arbetsplatser riskerar att försvinna inom den norska handelsnäringen, till följd av att norrmännen väljer att handla på nätet för att slippa momspåslaget. I samma undersökning lyfter man fram att den traditionella "svenskehandeln" kostar Norge 14 000 arbetsplatser varje år.

I den svenska rapporteringen om gränshandeln ligger fokus på att det går bra för de svenska shoppingcentren nära gränsen, framför allt när det går sämre ekonomiskt sett i Norge – för då vill norrmännen handla så billigt som möjligt.

I Nya Wermlandstidningen får läsaren en bild av att norrmännens ekonomi inte är på samma höga nivå som tidigare, vilket ett svenskt köpcenter nära gränsen ser som positivt då fler norrmän tar sig över gränsen för att kunna shoppa billigare. I



Nordby shoppingcenter vid Svinesund.

samma artikel nämns också att köpcentret är beroende av och håller koll på hur det går för norsk ekonomi, då det påverkar deras verksamhet i hög grad. Chefen för köpcentret säger också att norrmännen är mer spontana i sin shopping än svenskarna som shoppar mer strukturerat. Det går också igen i den bild som många av de svenska intervjupersonerna har av norrmännen – att de inte är så noga med pengar och generellt sett är mer spontana än svenskar. Läs mer i kapitel 6, "Bilderna av 'de Andra'".

Gränshandeln kan också nämnas som en anledning till att företag etablerar sig längs gränsen. Exempelvis rapporteras det om att Coop har bestämt sig för att öppna en stor butik vid den kommande flygplatsen Scandinavian Mountains Airport mellan Sälen och Trysil, och att det till stor del är på grund av den stora gränshandeln i området.



FOTO: STEVEN STRAITON/FLICKR (CC BY 2.0)

Trots rapporteringen om att Norge inte längre kan förlita sig på oljan tar oljenyhetererna upp en del av rapporteringen.

lyfter fram en negativ bild av Norges ekonomiska situation. Den syftar på att IMF (International Monetary Fund) har meddelat att Norge bör minska sitt oljeberoende – om inte utgör det en risk för landets framtida ekonomiska balans. Artikeln nämner också att normännens privata belåning är hög och att arbetslösheten är på toppnivåer.

Artiklarnas formuleringar och ordval har också betydelse för hur läsaren uppfattar budskapet. I ovan nämnda artiklar används uttryck som ”solskensperioden är över”, ”ekonomin krymper” och att kronan ”tappar i värde”. Det är uttryck som beskriver en företeelse, men som gör det på ett relativt värderande och laddat sätt där det negativa förstärks.

Här kan man dessutom se samma tendens som i företagarintervjuerna – att svenskar tenderar att vara intresserade av normännens pengar och rikedom.

Trots rapporteringen om att Norge inte längre kan förlita sig på oljan tar oljenyhetererna upp en del

av rapporteringen. Bland annat nämns företagen Petroleum Geo-Services och Lundin Petroleum norska dotterbolag i samband med nyemissioner och prospekteringsborrning. Nämnas bör att Lundin Petroleum norska dotterbolag inte nämns med namn, utan bara som just ett norskt dotterbolag.

Flera artiklar handlar också om att värdet på den norska kronan sjunker och att oljepriset går ner och hur det påverkar svenska företag. Dagens Industri rapporterar om hur SAS förlorar 60 miljoner kronor för varje procent den norska kronan sjunker och kallar det för ”Norgeeffekten”. I samma artikel benämner man också den norska marknaden som en kassako.

Dagens Industri har också en artikel om att Mekonomen tvingats höja sina priser i Norge på grund av den norska kronans fall, där är det dock inte tal om någon ”Norgeeffekt”. Någon artikel om att den norska kronan faller utan att det kopplas till hur svenska företag påverkas av det finner vi inte. Uttrycket ”Norgeeffekten” är, liksom uttrycket

”svenskelekkasje” som användes i samband med medierapporteringen gränshandeln, uttryck som skapats i artikeln. Därmed befästs de hos läsaren som riskerar att koppla ihop händelserna med landet – även om det i verkligheten kanske bara handlar om enstaka händelser.

Börsrapportering

Mycket av de båda veckornas näringslivsrapportering som berör Norge är i form av börsnyheter från Dagens Industri, där fokus inte nödvändigtvis ligger just på Norge, men där norska företag är en del av rapporteringen – speciellt om företaget har en svenskkoppling.

Dagens Industri rapporterar regelbundet om läget vid börserna i de övriga nordiska länderna och dessutom nämns större norska företag som handlas vid Stockholmsbörsen.

Lyfts fram som gott exempel

Norge nämns också som ett föregångsland i en del artiklar, bland annat när det gäller landets utbildningspremie, det vill säga hur mycket extra man tjänar för varje utbildningsår, där Sverige ligger lägre i mätningarna. En artikel lyfter också fram Norges förmånliga skatteregler för miljöbilar som ett bra exempel som Sverige borde se på för att öka den svenska försäljningen av miljöbilar.

Dessutom ser man på Norge som en föregångare när det gäller att behålla en levande landsbygd. Exempelvis skriver en representant för Centerpartiet, i en debattartikel i en lokaltidning i Västerbotten att Sverige bör se på Norges strategi och pekar på politiska beslut i Norge som har en strukturell betydelse. Differentierad arbetsgivaravgift för företagen, återbetalning av vattenkraftsvinster och nerskrivning av studieskulder till akademiker som väljer att jobba på landsbygden är några av de initiativ han lyfter fram.

Göteborgs-Posten har publicerat en artikel om den svenska regeringens exportsatsning som presenterades 2015. Där har regeringen pekat ut 26 länder som särskilt prioriterade exportländer och endast två av de länderna är med i EU eftersom man vill satsa stort på tillväxtmarknader.

I artikeln intervjuas en representant från Väst-

svenska Handelskammaren som menar att man i stället bör satsa på export till de närliggande länderna och pekar på att Sverige exporterar 3–4 gånger så mycket till Norge som till hela Afrika, och att det också är vad de råder företag att göra.

Ekonomisk brottslighet och fuskande norrmän

”Så fuskar Stordalen i sina förhandlingar” – det är rubriken på en artikel i Expressen. Eftersom många svenskar förknippar Petter Stordalen med norskt näringsliv riskerar en sådan rubrik att skapa en misstro mot norskt näringsliv. Artikeln i sig handlar mer om att han vill se ett större ansvarstagande inom näringslivet och om hans hustrus sjukdom. Det som ligger bakom rubriken är ett stycke om en förhandlingstaktik han berättar om i sin självbiografi. Flera artiklar om både norskt och svenskt näringsliv handlar om ekonomisk brottslighet och misstankar om detsamma.

Att brottslighet väger tungt i medias nyhetsvärdering är inget nytt. Under 2016 års vecka handlar en femtedel av alla artiklar om norskt näringsliv om turer kring företaget Hexagon vars svenska vd åtalats för insiderbrott i Norge. Bland dem som rapporterat mest om detta finns Dagens Industri.

Bedrägerianklagelser lyfts även fram i Dagens Industri när det gäller den norska koncernen SAPA som utreds av amerikanska myndigheter.

Flera artiklar under 2016 handlar också om vd:n för det ryska telekomföretaget Vimpelcom, som är delägt av norska Telenor, och som utreds för korruption.

Majoriteten av de svenska artiklarna har dock fokus på att även en svensk affärsman riskerar att dras in i utredningen. Återigen kopplar man det till den svenska inblandningen.

SLUTSATSER

Nyheter har svårt att ta sig över gränsen

I intervjuerna med företagare frågade vi en majoritet av dem vilken som var den senaste nyheten om det andra landet som de kom att tänka på – för att få en uppfattning om hur väl de kände till vad som

händer i det andra landet. Få av de svarande kunde relatera till något som skett samma vecka och flera personer hade svårt att komma på någon nyhet överhuvudtaget. Svaren visade dock en spridning, även om få personer uppgav att de regelbundet läste nyheter från det andra landet.

Av de svenska personer som svarat uppger flera att terrordådet och skjutningen på Utøya den 22 juli 2011 är det som först kommer upp i huvudet. Då det skedde för många år sedan indikerar det att man inte tar del av aktuella nyheter, men med tanke på det brottets fruktansvärda och oerhört uppseendeväckande karaktär är det också möjligt att det har etsat sig fast i minnet starkare än annat som hänt sedan dess. Därmed ligger det också längre fram i minnet. Att Erna Solberg vann höstens val och att Norge har en högerregering nämns också av några personer.

Från norskt håll lyfter flera fram händelsen då den norska invandrings- och integreringsministern Sylvi Listhaug besökte svenska förorten Rinkeby inför det norska valet, något som också nämns av en del svenskar. En person svarade att han kom att tänka på en gängskjutning i Malmö och en annan på att den svenska kronprinsessan varit på semester som var betald av ett företag som undanhöll skatter, båda vid intervjutillfället relativt fårska nyheter.

Både svenska och norska intervjupersoner nämner också sportnyheter, bland annat angående Therese Johaug och Petter Northug.

Man kan notera att händelsenyheter nämns oftare än artiklar om fenomen eller tendenser. Anmärkningsvärt är också att ingen nämnde någon näringslivsnyhet, men flera säger sig följa nyheter inom sin bransch eller intresseområde från andra sidan gränsen.

Några lokala nyheter tycks också passera över gränsen, exempelvis om en brand i den svenska grannorten, dock utan att det nödvändigtvis beror på att medier i det andra landet rapporterar om det – utan i gränsnära områden tar man i högre utsträckning del av ursprungslandets nyheter. Att gränsnära medier rapporterar om sitt geografiska närområde, och därmed också om lokala händelser från andra sidan gränsen, stämmer däremot väl

med nyhetsvärderingens logik där den geografiska närheten ökar nyhetsvärdet.

Med tanke på att intervjupersonerna inte fick frågan om i vilken omfattning de tar del av nyheter från det egna landet är det svårt att dra någon slutsats om huruvida de tar del av nyheter från andra sidan gränsen mer eller mindre än från det egna landet. Men utifrån att få personer uppgav att de aktivt följer varandras nyheter och att många hade svårt att komma på en färsk nyhet, kan man se tendenser till att det finns gränshinder även för nyheter. Några potentiella effekter av det är att kunskapen om det andra landet minskar och att man som företagare går miste om värdefull information om andra marknader.

Rapportering om näringslivet i det andra landet kan bidra till att bryta ner informationsbarriärer, öka känslan av gemenskap och få fler att se grannlandet som en potentiell marknad. Framförallt då många inte tar del av nyheter via det andra landets medier, utan i stor utsträckning förlitar sig på den bild som medierna i det egna landet förmedlar.

Den negativa bilden av Norges ekonomi som presenteras i svensk media under de undersökta veckorna är en tydlig kontrast till den bild av Norge som nästan alla intervjupersoner har lyft fram. Många svenska företag ser på norrmännen som ett folk med gott om pengar och stark köpkraft och just oljan lyfts fram som

orsaken till det. Hur en negativ medierapportering om den norska ekonomin påverkar företags vilja att röra sig mot Norge återstår att se. Intressant är dock det stora svenska intresset och fascinationen inför norrmännens pengar, som möjligen har att göra med att det ekonomiska förhållandet mellan länderna var det motsatta för inte allt för länge sedan.

Att länderna gärna refererar till varandra visar att de till viss del målar upp bilden av sitt eget näringsliv genom att ställa det i kontrast till det andra landet som i det här fallet får spela rollen av ”De andra”. I vårt material är det allra tydligast från norskt håll, vilket kan ha att göra med att Sverige är det större landet som norrmännen traditionellt har jämfört sig med.



Norsk och svensk media rapporterar på olika sätt om gränshandeln. Läs mer på sidan 95.

I flera fall rapporterade svensk och norsk media om samma händelse, men vinklade rapporteringen så att det egna landet gynnades. Exempelvis om konflikten mellan Petter Stordalen och den svenska advokatbyrån och om gränshandeln. Det visar också på en nationell gravitationskraft i och med att man sätter det egna landets perspektiv först, och kan bidra till att skapa en känsla av vi-mot-dem.

Tendensen att nästan enbart rapportera om det andra landets näringsliv i ljuset av eller som en referens till det egna visar också på den nationella gravitationskraften. Det som sker i det egna landet tillmäts mycket större betydelse, även om det emellanåt sker längre bort rent geografiskt än det som händer i grannlandet.

Jämförelserna lyfter ofta fram något positivt i det andra landet, som ses som ett föredöme. Det utgör en skillnad jämfört med våra intervjuer – där även mer negativa fördomar om det andra landet syns. Här måste man dock ta hänsyn till den skilda kontexten – det är naturligtvis skillnad på referenser i en nyhetsartikel och berättelser som framförs

personligen och ofta med ett skratt. Men det visar på att bilden av det andra landet är komplex, och rymmer både positiva och negativa element – som dock båda bidrar till att förstärka känslan av gränsen.

Medielogiken förstorar ofta händelser av negativ karaktär, eftersom läsarna enligt nyhetsvärderingen bedöms ha ett större intresse att ta del av dessa jämfört med positiva nyheter. Det kan skapa en skev bild av det andra landet, framförallt om den övriga bevakningen är bristfällig så att endast de dåliga exemplen syns.

Rapporteringen om näringsliv och ekonomi har generellt sett inriktats allt mer mot att fokusera på nationellt viktiga aktörer och frågor som påverkar läsarna, därmed ofta nationella sådana, i takt med att medias – framförallt tidningarnas – resurser blir allt mer begränsade. Det innebär att den lokala näringslivsbevakningen blir bortprioriterad och därmed är risken också stor att nyheterna från andra sidan gränsen försvinner, framför allt nyheter om mindre företag.



FOTO: HESUNDINSTITUTET

KAPITEL 9

Attraktionskrafter som lockar företag över gränsen

Den här analysen handlar främst om de mentala gränshinder som får företagare att inte röra sig över den norsk-svenska gränsen. Men det är samtidigt väldokumenterat att många företag arbetar över gränsen på olika sätt – genom samarbeten, nyetableringar, utförande av tjänster och uppdrag, import, export, rekrytering, marknadsföring och mycket annat – och att Sverige och Norge är mycket viktiga handelspartners till varandra. Precis som det finns krafter som får företagare att välja bort företagande över gränsen finns det de som verkar i motsatt riktning och främjar den gränsöverskridande verksamheten. De faktorer som tycks vara allra mest betydelsefulla, utöver rent ekonomiska incitament, är sociala nätverk och såväl kulturell och språklig som geografisk närhet.

De här ”attraktionskrafterna” kan ses som den positivt förvridda spegelbilden till de mentala gränshindren och är minst lika viktig för att förstå gränsens dynamik.

Ett mycket viktigt incitament som – direkt eller indirekt – fått många av de företagare vi intervjuat att välja att arbeta gränsöverskridande är att de har sociala nätverk i båda länderna, vilket kan omfatta såväl personliga som affärsmässiga kontakter.

Även känslan av närhet, som underbyggs av faktisk geografisk närhet liksom av goda kommunikationer, samt av känslan av kulturell likhet och att man till stor del förstår varandras språk har stor betydelse.

Traditioner och gamla vanor av att röra sig över gränsen bidrar också till att sudda ut de mentala hin-

dren och rentav till att själva gränsen glöms bort. Det gör även den erfarenhet, kunskap och det nätverk det ger att exempelvis ha arbetat i det andra landet.

Till och med själva idén om nationella olikheter kan locka företagare att arbeta gränsöverskridande, exempelvis genom att norska företag anställer ”pliktrogna och service-minded” svenskar eller att svenska spa-hotell marknadsför sig som en exotisk destination gentemot normmän.

Att det dessutom finns ekonomiska incitament att röra sig över gränsen går inte att bortse ifrån. En dalande konjunktur i det egna landet uppges flertalet gånger som något som får företagen att röra sig över gränsen samtidigt som en högre norsk lönenivå och starkare kronkurs i årtal lockat svenskar till Norge. Nedan presenteras de attraktionskrafter som skapar

rörelse över gränsen, och som har identifierats utifrån intervjuerna.

Vikten av sociala nätverk

Avsaknaden av nätverk och lättillgängliga kontakter i det andra landet uppges av flera intervjupersoner vara en stark orsak till varför de inte har verksamhet över gränsen. På motsvarande sätt har ett socialt nätverk i det andra landet visat sig bidra till gränsöverskridande företagande på olika sätt. Bland de företagare vi intervjuat har vi kunnat se att de som arbetar över gränsen ofta haft nära släktband i grannlandet.

Framförallt i de gränsnära regionerna ser man också exempel på bland annat hantverkare som börjat jobba över gränsen just för att de har vänner som efterfrågar deras tjänster. Morten Jensen, som är vd för VVS Installatören i Halden, har i dag ett svenskt bolag som heter VVS Installatören i Tanum AB. Det startade genom att han flyttade till sin stuga i Grebbestad, och då grannarna såg hans parkerade bil på upparten tog det inte lång tid innan de började efterfråga hans tjänster.

”Vi jobbade bara norröver först, men vred passaren så att även Sverige inkluderades när Morten (daglig ledare) fick förfrågningar från grannar i Grebbestad där han bor i en året-runt-hytte.”

Ann-Iren Fjeld, chef VVS-Installatören, Halden

Även Randi Karlsson, ekonomisvarig för Nordmarkens Bygg AB i Töcksfors, berättar att de jobbar över gränsen på grund av att företagets vd har bekanta där.

Två andra exempel är Tore Johan Arntzén, delägare i Handelsbygg AS i Halden, som började jobba mot Sverige genom samarbete med en före detta svensk kollega, och butiken Meråker Sport og Fritid AS i Meråker, vars arbete mot Sverige intensifierats genom att butikens chef bor i svenska Åre där han byggt upp ett nätverk. Utifrån intervjuerna kan vi också se att en första kontakt kan leda vidare även efter att samarbetet avslutats, och så småningom leda vidare till nya gränsöverskridande projekt.

Även gemensamma fritidsintressen- och aktiviteter kan fungera som attraktionskrafter över gränsen, samtidigt som de skapar nätverk.

Kontakter på andra sidan gränsen bidrar därmed

till att öka även det gränsöverskridande företagandet och, ju mer personerna rör sig i kretsar där möjligheten till att få ett socialt nätverk i det andra landet är stor, desto större chans är det att de också rör sig över gränsen i affärssammanhang.

Geografisk närhet och kommunikationer

Geografi och infrastruktur är två viktiga element när det kommer till samarbeten och möjligheten till dessa, samt känslan av närhet. I vissa fall ligger orter där många företag samarbetar med varandra på bekvämt flygavstånd eller med god tillgång till järnväg, och i andra fall ännu tätare, där det är lättare att resa mellan orterna med bil eller buss. Många av de företag som redan idag jobbar över gränsen uppges att de upplever en närhet till orten där de jobbar, men definitionen av nära skiljer sig åt mellan företagen.

Pernille Martinsen Westlie är HR-chef på ventilationsföretaget Flexit, som har huvudkontoret på norska sidan och produktionen på svenska sidan gränsen. Det är möjligt eftersom orterna ligger nära varandra och det bara krävs en kvarts bilkörning för att ta sig emellan dem. Samtidigt upplever Per-Erik Lagerberg på anläggningsföretaget CD Entreprenad, som under intervjun var i full gång med att bygga vägar till en norsk vindkraftpark 14 mil från deras utgångspunkt i Malung, att det låg på ett behändigt avstånd från hemorten.

En dalande konjunktur i det egna landet uppges flertalet gånger som något som får företagen att röra sig över gränsen.

”Jag tror att det är bara 14 mil hit från Malung, det är som att vara var som helst i Dalarna. (...) Vi har varit uppe i Maja-vaara utanför Pajala också och dit är det ju jättelångt, det var flygavstånd.”

Per-Erik Lagerberg, Projektledare CD Entreprenad, Malung

Hur man upplever avstånd beror också till stor del på vilka kommunikationer som finns. Järnvägen mellan Kiruna och Narvik lyfts fram av alla intervjupersoner från den regionen som en bidragande orsak till att samarbetet mellan de två städerna känns så naturligt.

Samtidigt menar en intervjuperson från Östersund att det känns närmare att ta sig Stockholm som ligger 55 mil bort än till Trondheim som ligger 26 mil bort, eftersom flyget till Stockholm går snabbare än att köra till Trondheim. Därmed ser de också Stockholm som en mer naturlig marknad än den norska.

”Om du driver it-bolag i Östersund eller annan medelstor stad i Sverige, är marknaden främst i Stockholm. Marknaden är störst där, och det finns också flyg och tåg dit. Kunder på andra ställen får man köra bil till eller ta möten via video. Stockholm är praktiskt åka till, men även Sundsvall och Trondheim. För min del är det avgörande inte att det är Norge, utan att det är en stad som är praktisk att åka till. Plus att det är en stad som har mycket teknikutveckling.”

Joakim Ek, vd Kaj 63, Östersund

Mohammad Khanamadi, styrelseordförande i Tolkresurs AB i Sundsvall, tror att utbytet mellan Sundsvall och den norska marknaden skulle öka om infrastrukturen förbättrades.

Om man ser ännu längre norrut minskas avståndens betydelse igen. Bland annat säger Ritta Leinonen på Nordkalottens Gränstjänst följande om avståndens betydelse för att göra affärer över gränsen:

”Ju längre norrut desto mer naturligt är det. Förr såg man inte så mycket på de här gränserna. Till exempel har gruvorna i Kiruna i säkert 100 år hämtat arbetskraft från grannländerna. Det har

varit helt naturligt, man har jobbat i gruvorna och sen kommit hem. Nu jobbar man på norska oljeplattformar och så åker man hem. (...) Det är inte så främmande att tänka grannland. Man kör från Tromsø till Haparanda – 65 mil – avstånd betyder så lite.”

Ritta Leinonen, Nordkalottens Gränstjänst

Att närheten till gränsen gör det naturligt att jobba mellan länderna pekar Ivar Kvernmo från Kopperå Elektro på. Kopperå ligger mellan norska Meråker och svenska Storlien och företaget arbetar till viss del över gränsen.

”Det är nog mest de som är nära gränsen som åker över, tror inte de som är i Trondheim eller Stjørdal åker över särskilt mycket. Det kan ju kanske vara sådana stora entreprenörer som gör det men inte små firmor. (...) För oss som bor så nära är det ganska naturligt att jobba över gränsen. För en snickare i Stjørdal kan det kanske vara svårare.”

Ivar Kvernmo, vd Kopperå Elektro AS, Kopperå

Utifrån intervjuerna kan man också se att många av företagen som arbetar gränsöverskridande i de gränsnära städerna Halden och Ørje uppper att just den geografiska närheten ligger bakom.



För Ivar Kvernmo (till vänster), som är vd för Kopperå Elektro i gränsnära Kopperå, är det naturligt att arbeta över gränsen. Till höger syns Eirik Øian, administratör.

Kulturell och språklig likhet underlättar

”Sverige är det närmaste landet, vi har många gemensamma nämnare – som kultur och språk – och vi tänker likadant.”

Anne-Katrine Willumsen, Næringsforeningen i Trondheimsregionen

I ett större perspektiv är Sverige och Norge två länder som är mycket lika och där invånarna förstår varandras språk. Trots det finns skillnader i hur man är och gör affärer på bägge sidor av gränsen finns det också många som pekar på de likheter som finns mellan Sverige och Norge.

Även de två ägarna av hantverksföretaget Frösö Handtryck i Östersund, Tina Stafren och Johan Hallström, lyfter fram de kulturella och språkliga likheterna som en fördel när det gäller den norska marknaden:

”Tina: Men det som kan kännas lätt är att det är ganska liknande klimat, att man förstår varandra, liksom liknande kultur, hur butikerna ser ut och hur folk har det i sina hem. Så det känns ju ganska greppbart att ge sig på Norge.
Johan: Ja, och så behöver man ju oftast inte översätta så mycket, de kan ju handla från Norge på webben.”

Tina Stafren & Johan Hallström, Frösö Handtryck

När det kommer till just språket menar flera svenskar att det underlättar affärer eller relationer med norrmän.

”Vi är samma folk med olika dialekter.”

Johan Thorn, vd Stötens Skidanläggning, Sälen

Från den norska sidan finns dock hos vissa ett annat sätt att se på det språkliga förhållandet.

”Språket är också en liten barriär när man ska jobba i Sverige som norsk, svenskar förstår nog norska sämre än vi förstår svenska.”

Tore Johan Arntzen, delägare Handelsbygg AS, Halden

”Jag har uppfattningen att vi norrmän förstår svenska väldigt bra och så upplever jag att det kan vara lite svårt för svenskar att förstå norska.”

Steffen Dyre Hansen, vd The Assessment Company, Hamar

Uppfattningarna går isär sett till ”de Andras”



FOTO: ØRESUNDSINSTITUTTET

”I grund och botten är vi väldigt lika, hur vi hanterar saker. Det är liknande samhällen.”

Göran Bärnsten, vd för kommunikationsbyrån Syre, Östersund.

språkförståelse. Från norskt håll går det att ana en bild av misstro mot svenskarnas förståelse av det norska språket, samtidigt som språken från svenskt håll, framförallt i de gränsnära regionerna, ses som snarlika och lätta att förstå.

Att man kan göra sig förstådd på båda sidor av gränsen är inom många branscher en förutsättning för att kunna ta ett jobb över gränsen. Bland annat har bemanningsbyrån Aktiv Bemanning i Kongsvinger, med vd Even Haug i spetsen, länge rekryterat svenskar till den norska industrin, till viss del för att svenskarna har ett gott rykte inom just industrin, men också för att det är viktigt att anställa personer som kan språket.

Internationell erfarenhet

Människor tenderar att bygga upp sin självbild, inte minst den kollektiva, genom att jämföra sig med varandra och därigenom skapa en bild av vad man själv inte är. Om man då bara ser till grannlandet kan de förhållandevis små skillnaderna mellan Norge och Sverige upplevas som stora. Men i ett mer internationellt perspektiv framstår vanligtvis de båda länderna i stället som lika och ”De andra” blir några andra.

Utifrån intervjuerna kan vi också konstatera att de företag eller företagsledare som har erfarenhet

av att arbeta internationellt i större utsträckning än övriga upplever det som enkelt att jobba över den norsk-svenska gränsen. I en internationell kontext är det naturligt att de olikheter man kan uppleva mellan Norge och Sverige suddas ut eller minskar i betydelse i kontrast till kulturer och språk som är mer främmande.

”Jag har jobbat så mycket internationellt, jag har exempelvis intervjuat kineser i Shanghai, så jag har mött så många kulturer som är så mycket mer annorlunda. Så för mig är inte Sverige någon våldsam kulturell utmaning. Samtidigt är jag medveten om att det finns några skillnader, men jag betraktar mig som en skandinav eller europé mer än en norrman.”

Steffen Dyre Hansen, vd The Assessment Company, Hamar

Henrik Lindahl från Addoceo, ett it-konsultbolag i Karlstad, pratar om att det skapas en annan vi-och-dem-känsla där man känner samhörighet med normmännen när man arbetar utanför Skandinavien. Han menar också att likheten mellan svenskar och normmän förstärks i jämförelse med andra nationaliteter.

Han har erfarenheter från att jobba tillsammans med normmän och andra nationaliteter inom olika projekt och säger att känslan av likhet och liknande tankesätt är återkommande vid jobb tillsammans med normmän.

”I olika projekt arbetar vi med nationaliteter i både kund och även leverantörssidorna från en mängd olika länder. Mentalt är vi ju, upplever jag, väldigt lika svenskar och normmän. Ju mer internationellt man arbetar annars desto mer naturligt är steget till Norge. Det är lättare mot Norge än mot Danmark och Tyskland. Språkbarriären är mindre och mentaliteten mer lik.”

Henrik Lindahl, vd Addoceo, Karlstad

Tone Westbye-Karlsson, vd för Unisystem som tillverkar marina vågar som säljs över hela världen, menar också att hon uppfattar Norge, de norska systemen och personerna som lätta att förstå i jämförelse med andra länder de jobbar mot.

Internationellt arbete har därmed en tendens att främja även den norsk-svenska känslan av samhörighet samtidigt som betydelsen av gränsen just mellan Norge och Sverige försvagas, vilket potentiellt kan leda till mer gränsöverskridande företagande på hemmaplan.

Erfarenhet av jobb på andra sidan gränsen

Erfarenheter av att jobba på andra sidan gränsen ger personerna värdefulla kontakter och kunskap om marknaden i det andra landet. En annan aspekt är att man kan ta med sig arbetsätt tillbaka som man sedan kan utnyttja för att lyckas på både hemmamarknaden och över gränsen.

Ett exempel på det från våra intervjuer är bröderna Martin och Marcus Hallgren. De har jobbat för en norsk underentreprenör inom armering i 14 år, innan de valde att flytta tillbaka till hemorten utanför Östersund. Men de tog med sig det norska sättet att jobba, där de olika arbetsmomenten inom bygg och anläggning är mer uppdelade och specificerade än i Sverige, och har startat en firma som endast erbjuder armering. De tror att den svenska marknaden är mogen för det norska sättet att arbeta, som de upplever som mer effektivt än det svenska.

Framöver funderar de på att ge sig in i Norge, vilket de tror skulle vara både lättare och svårare än i Sverige. Svårare därför att konkurrensen är större i Norge, där arbetsättet är vanligt, men lättare därför att de själva känner Norge så väl.

”Det skulle ju nästan vara lättare att prata med en norsk platschef. De kan ju det här upplägget och har jobbat så här i 20 år säkert. Så det är ju inga konstigheter för dem, det tror jag. Och nu har vi ju nött in terminologin, de har ju lite olika benämningar på saker och ting. Så nej, det tror jag inte skulle vara någon fara.”

Martin och Marcus Hallgren, Hallgrens Armering, Alsen

Erfarenheten i sig ger dock inte nödvändigtvis jobb på andra sidan gränsen, då kontakterna kanske inte finns just där man nu befinner sig. Det även kan finnas regionala skillnader.

Även Johan Gotting, vd för konsultfirman Elvenite i Karlstad, hade nytta av sina tidigare Norge-erfarenheter när han startade upp bolaget.

”Vi som grundade företaget har jobbat en del i Norge tidigare och hade en del kundrelationer så när vi startade det här tog vi med oss dem kan man säga. Så egentligen bygger det på att vi tidigare hade relationer med norska företag och kunder. På nåt sätt hade vi redan en bro in i Norge när vi startade, och sen anställde vi ett gäng konsulter som också hade kunder i Norge. I vår bransch köper kunderna ofta inte företaget



FOTO: BRESUNDSINSTITUTET

Martin och Marcus Hallgren har jobbat med armering i Oslo i 14 år. Nu har de tagit med sig det norska arbetssättet till Sverige.

utan personerna, så när man byter arbetsgivare följer kunderna med.”

Johan Gotting, vd Elvenite, Karlstad

Det är inte omöjligt att de många svenskar som tidigare jobbat i Norge kommer att gå i tåten för fortsatt gränsöverskridande arbete på hemmaplan. Våra intervjuer visar också att även kortare jobbsessioner i det andra landet så småningom kan leda till fler.

Så bekant att gränsen suddas ut

”Jag har hela min familj i Norge, så det är därför jag är där så ofta, alla mina kompisar och familj bor i Norge.

Jag bor ju fem kilometer från gränsen, så om man räknar det så är jag i Norge flera gånger i veckan precis över gränsen, men jag räknar ju inte det som att vara i Norge. Det är ju bara en promenad, så det är ingen gräns riktigt för oss.”

Linda Einarsrud, vd för Strömstad Spa, Strömstad

”Det skulle ju nästan vara lättare att prata med en norsk platschef. De kan ju det här upplägget och har jobbat så här i 20 år säkert.”

Citatet är talande för relationen vissa har till gränsen. Beroende på den närhet de känner till Norge eller Sverige, geografisk eller personlig, kan gränsen antingen förstärkas och kännas som en mur att ta sig över, eller förminsas till den grad att den är närmast obefintlig. Det handlar om inställningen till var

gränsen går, fysiskt eller psykiskt. ”Mentala kartor”, ett begrepp som beskrivs närmare i kapitel 1 ”Den svensk-norska gränsens kulturella komplexitet” (s 18), kan användas för att beskriva hur gränser ritas efter exempelvis värderingar eller beteenden. Som följd av att den vardagliga interaktionen förändras ritas också dessa mentala kartor om. Det vill säga att om man ofta rör sig mellan länderna upphör tillslut

den mentala gränsen att följa nationsgränsen.

Även ekonomiska, juridiska och administrativa system kan påverka människornas mentala kartor, och i den kontexten Linda Einarsrud talar om – en promenad i skogen – finns inga informationsskyltar, tullstationer eller andra tecken på något av detta, vilket också bidrar till att suddas ut nationsgränsen.

I Linda Einarsruds fall är interaktionen med gränsen så pass frekvent att betydelsen av den försvinner. Liknande förhållande går att finna i affärsverksamhet. Ju fler gånger du upprepar en procedur, som affärer med Norge eller Sverige, desto mindre tenderar hindren att bli och upprepas proceduren kan gränsen i stället bli närmast obefintlig. Väljer man i stället att se gränsen som en barriär och inte en möjlighet finns risken att den blir en mur man inte kan se över. Läs mer om det i kapitel 5 ”Uppfattningen av konkreta problem och formella gränshinder” på sidan 50.

Att upprepade beteenden kan suddas ut gränsen har flera personer illustrerat under intervjuerna. De som har en vardaglig interaktion med det andra landet på något sätt menar ofta att de inte lägger märke till om någon pratar svenska eller norska längre och att man inte längre tänker på att en nationsgräns passeras när man kör till arbetet.

”Man åker ju fram och tillbaka som man vill över gränsen, man märker nästan inte att det är en gräns. Det talas lite annorlunda bara.”

Ivar Kvernmo, vd Kopperå Elektro, Kopperå

Samma fenomen har dykt upp under intervjuer då personerna har glömt att de har ett samarbete med det andra landet eller att de varit där på besök – kanske för att samarbetspartnerna eller olika destinationer är så naturliga för personerna att man inte tänker på att det är i ett annat land.

Exempelvis uppgav Ole Jørgen Skundberg från kalkutvinningsföretaget Franzefoss Miljøkalk i Oslo först att han senast var i Sverige för flera månader sedan, för att sedan komma på att han var där tre veckor före intervju tillfället, då han besökte gruvbolaget LKAB i Kiruna. I och med det insåg han att de svenska kunderna utgör en förhållandevis större del än han tidigare tänkt. LKAB tycks ha varit så bekant för honom att han först inte tänkte på att det låg i Sverige.

I intervjun med Johan Johansson, ansvarig för specialtransporter på åkeriet Fraktkedjan Väst, sker samma sak. Han är så van att resa över gränsen att han uppenbarligen inte ser det som att han på allvar passerar in i Norge, och säger följande om sina vardagliga helgtrurer:

”När var du själv senast i Norge?”

– Ja det var nog på semester.



”Vi norrmän ser ju på svenskarna som otroligt mycket duktigare än oss, till exempel inom service.”

Marit Utaker, vd Oslo Guidebureau.

Kommer du ihåg när det var ungefär?

– Ja, det var två gånger. En gång i Lofoten i juli, och en gång i Rjukan i augusti.

Brukar ni åka på semester i Norge?

– Ja, jag kör motorcykel där uppe. Ja, jag är väl i Norge varje helg egentligen, med det blir inga långa sträckor. I och med att man kör i Dalsland och runt omkring där så hamnar man alltid någonstans i Norge. Men det var de två stora resorna.”

Skillnader som attraherar

”Sverige är många gånger en referensmarknad för norrmännen och norska företag. De är naturligt intresserad av den för att den är större och för att utbudet ser annorlunda ut. Den norska ekonomin och industrin har även en annan struktur än den svenska och våra ekonomier kompletterande varandra i hög grad. Innovationsgraden är hög i Sverige, något som Norge och norska företag visar stort intresse för. I Norge är de flesta branscher intressanta för svenska företag och vice versa och faktumet att länderna har kompletterande ekonomisk struktur gör att intresset för handel och utbyte ökar för varje år.”

Mimmi Goude, Country Manager för Business Sweden i Oslo

Några intervjuföretag har till viss del lockats att arbeta över gränsen på grund av ländernas olika traditioner och uppbyggnad inom näringslivet – vilket kan skapa marknader som inte finns på hemmaplan. Denna del av kapitlet kommer också att handla om skillnader mellan svenskar och norrmän – både i affärssammanhang och privat. Intervjupersonerna har fokuserat på olika företeelser kring likheter och skillnader i personlighetsdragen kopplat till nationalitet. Dessa skillnader ses dock inte som något hinder, utan snarare tvärtom – som attraktionskrafter.

Exempelvis har det svenska konsultföretaget Elvenite kommit att rikta in sig på den norska laxmarknaden, den svenska värmepumpstillverkarer Thermia ser stora möjligheter på den norska marknaden när Norge nu är i processen att finna alternativa värmelösningar till oljan och anläggningsföretaget CD Entreprenad jobbar med en vindkraftsanläggning i Norge, vilket också är en bransch där Sverige sägs ligga i framkant. Från norskt håll rekryterar man gärna svenskar till branscher där det finns utmaningar med kompetensförsörjningen och där svenska anställda har rykten om att prestera bra.

En sådan bransch är industrin. Där lyfter flertalet företag fram att Sverige ligger längre fram än Norge. Bland annat säger Carsten Hovind, marknadschef för Nordisk Massivtre AS som nyligen etablerat sig i norska Kongsvinger för att det är nära gränsen och därmed har bra tillgång till råmaterial, följande om att samarbeta med svenska företag inom skogsindustrin:

”Vår erfarenhet från tidigare är att det är väldigt... prismässigt inte så lönsamt, men bra leveranser, exakt vad man beställt och industriell prägel.”

I bemötandet av andra människor återkommer vissa åsikter om skillnader mellan norrmän och svenskar. Bland annat upplevs svenskar som bra servicemänniskor från norskt håll, något som Marit Utaker, vd för Oslo Guidebureau, utvecklar:

”Mitt intryck är att... ja vi norrmän ser ju på svenskarna som otroligt mycket duktigare än oss, till exempel inom service.

Varför det?

De är mycket duktigare än oss. Det är ju därför det i serveringsbranschen, alltså restaurangbranschen, är nästan bara svenskar, det är ju nästan inga norrmän. Det är i alla fall mitt intryck.”

Från svenskt håll ses norrmännen ofta som glada, trevliga och ödmjuka. En skillnad i sättet att vara på som lyfts fram i flera intervjuer är att norrmännen generellt sett är trevligare och öppnare än sina svenska grannar.

”De är väldigt bra på att vara sociala jämfört med oss i Sverige, vi svenskar är mer tillknäppta och så. De är lite trevligare tycker jag nog nästan ändå. [...] I Sverige är man mer präktig och auktoritär men i Norge så är dom nästan aldrig det, spelar ingen roll var man är, de är väldigt ödmjuka.”

Hans-Christer Fischer, vd HC Telecom, Strömstad

Dessa upplevda egenskaper kan underlätta för och bidra till viljan att röra sig över gränsen eller att anställa någon från det andra landet.

Något annat som går att tyda utifrån flera intervjuer är att norska företag ser arbete i Sverige som en språngbräda för vidare internationella satsningar. Sverige ses som mer internationellt i sitt affärstänk. Steffen Dyre Hansen på The Assessment Company diskuterar fördelen med etablering i Stockholm framför Köpenhamn som ett exempel.

”Sverige är en väldigt fin bro till London eller Tyskland.”
Steffen Dyre Hansen, vd The Assessment Company, Hamar

Vid upprepade tillfällen pratar norska intervju-personer om den internationella touchen som de upplever finns inom svenskt näringsliv i jämförelse med det norska. Att The Assessment Company därför väljer, i en första internationell satsning, att röra sig mot Stockholm skapar bilden av Sverige som en förebild när det kommer till internationellt arbete.

Ekonomiska incitament

När det ekonomiska läget varierar mellan Norge och Sverige skapar det incitament för företagen att röra sig över gränsen i jakt på nya marknader. Det ekonomiska faktorerna går vi inte vidare in på i denna analys, men de är ändå nödvändiga att ha i beaktning.

Många av de företag som inte arbetar över gränsen idag uppger att en faktor som skulle kunna få dem att söka sig över gränsen vore om konjunkturen vände i hemlandet. När länderna befinner sig i högkonjunktur saknar många företag incitament att söka nya kunder, uppdrag eller liknande i nya regioner då det finns tillräckligt i hemlandet – men om konjunkturen vänder har man plötsligt en ny marknad nära till hands där läget kanske är annorlunda och där det finns andra möjligheter till jobb. Ett exempel på det är Kopperå Elektro AS i gränsnära Kopperå.

”De första åren var vi inte i Sverige, det var väl först på 2000-talet antagligen. Då registrerade vi oss där. Det var efter det började gå dåligt i fabriken här som vi började söka oss utåt och hitta nya arbeten.”
Ivar Kvernmo, vd för Kopperå Elektro AS, Kopperå

Läget i ekonomin spelar även en stor roll när det gäller rekrytering. Alla företag vi intervjuat inom rekryteringsbranschen menar att konjunkturen i det andra landet spelar en avgörande roll för hur mycket man rekryterar därifrån. Idag upplevs det som svårare att rekrytera svenskar till norska arbeten än för några år sedan, vilket många förklarar med att det går bättre för den svenska ekonomin idag och då har fler möjlighet till jobb på hemmamarknaden.

Även valutakursen spelar på olika sätt in när det kommer till att skapa incitament för att röra sig

över gränsen. Idag är den svenska och norska kronkursen relativt lika. Då försvinner den valutavinst som tidigare kunde göras genom att arbeta i Norge som svensk, samtidigt som det blir billigare för svenska företag och privatpersoner att handla från Norge.

”På grund av valutan har det ju varit billigare för företaget att lägga en konferens i Sverige, och även om valutakursen är ganska lik nu så tror jag fortfarande att många ser det som positivt. Man ger lite mer till sin personal eftersom de får handla på vägen hem. Vi har ju bussar som kör förbi Eurocash eller Systembolaget eller något annat på väg hem. Det blir en extra positiv grej för de anställda.”

Linda Einarsund, Hotellchef Strömstad Spa, Strömstad

Citatet ovan visar på att även olika prisnivåer mellan länderna utgör incitament för gränsoverskridande verksamhet. Även företag inom den svenska turistbranschen uppger att de inte bara försöker locka till sig norska besökare på grund av att det är en marknad nära till hands, utan också för att de upplever att en norsk besökare generellt sett spenderar mer pengar än en svensk.

”Det finns ju undersökningar som visar att en norsk gäst lägger mer pengar än svensk och dansk, det kan vi ju bekräfta. De norrmän vi har handlar ju. De kanske inte har mer pengar, det kan vara en vanlig arbetarfamilj, men är det ferie ska det brännas (...) Ett stort företag var på konferens här för några år sedan. Vecka 4 kom den svenska delen av företaget och vecka 5 den norska. De var lika många, och hade samma typ av tjänster. Den enda som var med under båda veckorna var vd:n. De bodde likadant och ägnade sig åt samma aktiviteter. I restaurangen med egen bar omsatte vi dubbelt så mycket under veckan med norrmännen som när de svenska var här.”

Johan Thorn, Stöten i Sälen

För ventilationsföretaget Flexit, som har förlagt den största delen av produktionen i svenska Töckfors medan huvudkontoret är kvar i norska Ørje, underlättar det eftersom de både har svenska och norska anställda och det är en kort väg mellan de två anläggningarna. Dessutom uppger företaget att det också är ekonomiskt fördelaktigt att ha produktionen i Sverige.



Svinesundsbron sammanlänkar Sverige och Norge.



FOTO: ØRESUNDSINSTITUTTET

FOKUS

Samverkan inom besöksnäring

Turism är en bransch där gränsöverskridande samarbete främjas och man tar vara på närheten till varandra. Från Kiruna och Narvik långt upp i norr längs de svensk-norska fjällen söderut arbetas det aktivt med att upprätta samarbeten mellan svenska och norska företag och organisationer.

De mindre skidanläggningarna i Meråker och Storlien nära gränsen samarbetar för att locka flest möjliga besökare och komplettera varandras svagheter, längre norrut har Kiruna och Narvik en gemensam marknadsföringsstrategi för att få dit långväga gäster, och Året Runt i Sälenfjället – där intervjuföretagen Stöten Skidanläggning och Dalskidan ingår – och Destination Trysil är två av parterna i ett gränsöverskridande samarbete som resulterat i en ny internationell flygplats i Sälen – Scandinavian Mountains Airport.

Meråker och Storlien ligger 20 minuters bilfärd ifrån varandra på var sin sida om den norsk-svenska gränsen, på sträckan mellan Trondheim och Östersund. Båda orterna har en skidanläggning, men storleksmässigt kan ingen av dem konkurrera med Åre en bit därifrån. Arne-Magnus Størseth som är driftsansvarig på Meråker Alpinsenter berättar att för deras del är samarbetet över gränsen större än med andra

alpinanläggningar i Norge. Arne-Magnus Størseth berättar att Meråker Alpinsenter har bättre skid-möjligheter än Storlien, men orten saknar övernattningsmöjligheter. Det är något som däremot Storlien kan erbjuda, och därför försöker de samarbeta kring alpincentrets besökare.

Meråker har tillsammans med Storlien marknadsfört sig som en destination genom en gemensam hemsida. Däremot har de inget gemensamt biljettsystem ännu, men det norska bolaget arbetar på att komma in på bokningssajterna för Åre och Destination Fjällen. Det nuvarande samarbetet med Storlien går bland annat ut på att man får köpa billigare liftkort i Meråker om man besöker Storlien. I samma intervju pratar Arne-Magnus Størseth om att han fått vända sig till Storlien för hjälp med utrustning när ett stort sällskap besökte Meråker Alpinsenter. De kunde först inte tillhandahålla rätt utrustning till samtliga gäster utan fick då vända sig till sin

samarbetspartner i Sverige för att lösa problemet. Starkare destinationer kan, som i detta fall, skapas genom samarbete och utnyttjande av den geografiska närheten.

Om planerna på att bli en del av Destination Fjällen och Åres bokningssystem blir verklighet tror Arne-Magnus Størseth på Meråker Alpinsenter att det skulle locka många nya besökare. Han anser också att samarbetet inom alpinbranschen i Norge kan bli bättre.

”Vi är väl inte tillräckligt duktiga på att använda meningen ”vi gör mig bra”, vi använder den hellre åt andra håller att ”jag ska göra oss bra”, vi är lite där i Norge. Men det är viktigt att vi tänker att vi tillsammans ska göra någonting bra.”

Arne-Magnus Størseth, driftsansvarig på Meråkers Alpinsenter, Meråker

Längre norrut samarbetar den ekonomiska föreningen KirunaLapland, vars mål är att främja turismen i norra Sverige, med Visit Narvik för att locka till sig besökare från framförallt Kina och Indien. Tillvägagångssättet är ett kunskaps- och idéutbyte där den ena destinationen har, ur ett marknadsföringsperspektiv, sitt sikte inställt på att locka fler turister från Kina och den andra från Indien.

”Man vill besöka flera länder samtidigt när man väl har rest hit upp från Asien. Det är ju ofta en lång och dyr resa att komma hit. Och så ser vi såklart att ju närmare vi kan arbeta desto starkare blir vi, alltså starka tillsammans, för att öka resandet eftersom de vill resa till båda länderna, och Finland också.”

Dharma Johansson, KirunaLapland, Kiruna

Det Dharma Johansson berättar om är ett konkret exempel på hur man tillsammans kan skapa en starkare produkt för internationella gäster. I stället för att destinationerna jobbar separat för att locka gäster från båda de marknader som nämnts slår de samman sin kompetens och effektiviserar på så sätt marknadsföringen mot de olika marknaderna. Faktumet att både Narvik och Kiruna har flygplatser i direkt anslutning till städerna gör det även enklare att skapa en gemensam destination med liten friktion i transporten.

Detta norra område av länderna har även fördelen av att ha en järnväg mellan städerna. I och med dessa infrastrukturella fördelar kan man enkelt som turist börja sin resa i ena staden och resa hem från den andra.

Samtidigt berättar Johan Thorn, som är vd för Stöten Skidanläggning, om det framgångsrika samarbetet mellan Norge och Sverige som har resulterat i att en internationell flygplats – Scandinavian Mountains Airport – ska stå klar mellan Trysil och Sälen 2019.

Scandinavian Mountains har även blivit varumärkesskyddat för att locka fler besökare med målet att skapa tillväxt i regionen med kommunerna Sälen, Idre, Trysil och Engerdal med besöksnäringen som motor. Bakom flygplatsen står Scandinavian Mountains AB, Året Runt i Sälenfjällen AB – där bland annat Stöten Skidanläggning, Destination Trysil SA, Destination Femund Engerdal AS och SkiStar AB ingår.

Johan Thorn sitter själv i styrelsen för Scandinavian Mountains Airport AB och Scandinavian Mountains AB. Han menar att flygplatsen inte hade varit möjlig att få till om man inte samarbetat gränsöverskridande. Det har lockat nya investeringar till regionen och har också varit med och bidragit till att Stötens Skidanläggning just nu är inne i en expansiv byggperiod.

SVENSKA TURISTER I NORGE

Under 2016 var det 1 189 888 svenska gästnätter i Norge. Flest svenska turister åkte till Oslo – en fjärdedel av det samlade antal. Därefter var det Buskerud och Oppland som hade flest svenska besökare (147 620 respektive 117 808). Därefter Hedmark och Akershus (106 351 respektive 87 160 gästnätter).

Källa: Statistisk centralbyrå
Siffrorna anger antalet gästnätter på samtliga ”hotell och liknande övernattningsbedrifter, campingplassar, hyttgrender och vandrarhemmar”.

NORSKA TURISTER I SVERIGE

Under 2016 var det 3 376 770 norska gästnätter i Sverige. En tredjedel av dessa var i Västra Götalands län (1 173 190). Därefter var det flest norska turister i Värmland och Jämtland (400 952 respektive 364 679 gästnätter)

Källa: Statistiska Centralbyrån/Tillväxtverket
Siffrorna anger antalet gästnätter på samtliga hotell, stugbyar, vandrarhem, campingar och förmedlade privata stugor och lägenheter.



KAPITEL 10

Goda exempel – företag som framgångsrikt arbetar över gränsen

Både i Norge och Sverige finns många företag som framgångsrikt arbetar över den norsk-svenska gränsen. Här lyfter vi fram sex av dem som förenas av att de inte låtit sig stoppas av mentala gränshinder utan vänt blicken mot grannlandet. Dessa företag representerar många olika branscher och har gemensamt att den gränsöverskridande satsningen varit lyckad, samt att företagen har en positiv inställning till att jobba med grannlandet.

Dessa tre norska och tre svenska företag ser en potential i att inte begränsa sig till det egna landets marknad. Vissa, som till exempel Kopperå Elektro AS, har på grund av tillfälligheter börjat jobba över gränsen medan andra, som Nordisk Massivtre och Flexit, medvetet har valt att marknadsföra sig mot grannlandet och att förlägga sin verksamhet nära gränsen för att kunna arbeta över den.

I några fall, Strömstad Spa & Resort och Kopperå Elektro AS, använder företagen gränsöverskridande traditioner till sin fördel, som norrmäns vanor att köpa stugor och besöka spaanläggningar i Sverige.

Några företag, som Elvenite AB och Flexit, har valt att ha både norska och svenska anställda, en blandning som företagen upplever ger vissa utmaningar, men som också leder till nya synsätt och erfarenheter. Flera av företagen understryker dock att de kulturella likheterna är större än skillnaderna,

och att de kan vara en orsak till att man väljer att etablera sig i grannlandet. Flera av dessa företagare upplever att det är viktigt att anställa norska försäljare i Norge och svenska i Sverige för att få så bra inblick som möjligt i grannlandets marknad.

”[...] Och för oss som ligger här vid gränsen, så är det kort väg. Det tar bara en kvart, så är vi där”

Pernille Martinsen Westlie, HR-chef, Flexit

En sak som bland annat CD Entreprenad AB nämner som en fördel är den geografiska närheten till det andra landet. Från gränsnära orter känns avståndet till grannlandet oftast rimligt vilket gör att många lockas av att kunna verka på två marknader inom ett begränsat område.

Även språkliga likheter nämns som något positivt som gör att norrmän och svenskar har lätt för att samarbeta med varandra.



Linda Einarsrud, Strömstad Spa & Resort.



Per-Erik Lagerberg, CD Entreprenad AB.

FOTO: BRESUNDSINSTITUTET



Johan Gotting, Elvenite AB.



Pernille Martinsen Westlie, Flexit.



Ivar Kværnmo och Eirik Øian, Kopperå Elektro AS.



Carsten Hovind, Nordisk Massivtre AS.



FOTO: ØRESUNDSINSTITUTTET

FLEXIT, ØRJE/TÖCKSFORS

”Svorske” Flexit försöker utnyttja det bästa från varje land

Med huvudkontoret i norska Ørje och fabriken i svenska Töcksfors, några kilometer bort, utgör ventilationsföretaget Flexit själva sinnebilden av ett gränsöverskridande norsk-svenskt bolag. Enligt bolagets HR-chef Pernille Martinsen Westlie fungerar det smidigt att bedriva verksamhet i båda länderna, som också utgör viktiga marknader för företaget. För att hantera både den svenska och norska marknaden har Flexit byggt upp försäljningsavdelningar i båda länderna.

1974 startade Flexit sin verksamhet i Ørje och då bolaget relativt nyligen fick behov av att bygga ut valde man att förlägga produktionsanläggningen i grannorten Töcksfors.

– När vi fick behov av att bygga ut, fick vi ekonomiskt stöd från Tillväxtverket för att skapa arbetsplatser i Töcksfors, så det var egentligen anledningen till

att vi byggde en stor fabrik där. Det var mycket mer ekonomiskt gynnsamt, och för oss som ligger här vid gränsen, så är det kort väg. Det tar bara en kvart, så är vi där.

– Så vi jobbar för att försöka vara en organisation även om vi är på två platser, vi har en kultur och gemensamma värderingar. Flera anställda här är chefer

för människor i Sverige och flera anställda i Sverige är chefer för folk här. Vi är "svorske".

Vad innebär det för företaget?

– Vi har möjlighet att söka arbetskraft på båda sidor gränsen, så det ger tillgång till fler resurser. Och i vår bransch är Flexit bland de största aktörerna inom ventilation, medan Sverige är en marknad där vi jobbar aktivt för att växa. Att vara närvarande där är viktigt för oss. Det är nog mest bara positivt att jobba över gränsen, men om man är på två fysiskt olika platser är det klart att det kan vara problem med olika kulturer. Vi följer ju svenska arbetsmarknadslagar och avtal där och norska i Norge, men där tycker vi att det är viktigt att man följer det som gäller i det land man är i.

Enligt Pernille Martinsen Westlie är utmaningarna snarare kulturellt betingade än språkliga.

– Vi är väldigt "svorske", vi som bor här. De från Ørje och Töcksfors förstår varandra bra, men vi har ju medarbetare från Stockholm och Bergen och då kan det vara lite problem, men det är väldigt sällan och mest roligt. De flesta upplever bara att det är spännande med ett företag som jobbar både i Sverige och Norge.

– Man får ta det bästa från varje land. Vi känner att svenskar är lite mer för ordning och reda, de vill följa planer och rutiner och få instruktioner, medan norrmän kanske är lite snabbare på att få saker att ske och griper möjligheter lite fortare. Det kan skapa samarbetsproblem och frustration, men vi försöker att hämta det bästa från båda länderna. Det viktigaste handlar om att man har tät kommunikation med varandra.

För att hantera marknaderna i både Norge och Sverige har Flexit byggt upp två olika försäljningsavdelningar.

– Det är helt avgörande för oss. Vi har anställt svenska försäljningschefer som kommer från marknaden, bland annat inom byggvaruhandeln och den professionella ventilationsmarknaden. Det vi vill är att vara svenska på den svenska marknaden och norska på den norska marknaden, men internt har vi arbetsuppgifter kors och tvärs. På vår produktionsavdelning har vi till exempel en bra blandning mellan norrmän och svenskar.

Pernille Martinsen Westlie ser inte för Flexits del några större svårigheter som hämmar det gränsöverskridande arbetet.

– Vi ser inte så mycket problem. Men det är klart att för anställda finns det gränsregler som ger några begränsningar. Vi anställer folk i det land där de arbetar, för det finns vissa regler kring var du ska jobba och

vara anställd. Och om de reglerna hade försvunnit hade saker varit enklare. Men på ett vis gör det kanske att det är lite ordning och reda: när du bor i Norge så är du anställd i Norge, har norsk lön och följer norska skatteregler. Du har norska kostnader för hus och bil.

– Jag tror egentligen att det är bra på ett sätt. Om det skulle försvinna skulle man jämföra sig på kors och tvärs, i förhållande till de rättigheter och löner man skulle vilja ha. Men det är klart att för anställdas möjligheter att få gränsgångareskatt är det inte positivt för den det gäller.

Hon ser snarare ett annat bekymmer att hantera, som egentligen inte specifikt har med gränsen att göra, utan snarare med de lokala bolagstraditionerna:

– Företaget är etablerat här i Norge, det är här vi har anställda som varit med från starten – kulturbärande som kan historien, vet vad vi gjort genom åren och känner företaget innan och utan. Medan i Sverige är vi ju en grupp människor med olika bakgrund som satts samman i en ny organisation. Vi har som mål att vi ska föra över värderingarna till Sverige, vad som är Flexits historia och kultur och att det är det vi bygger på.

FAKTA: FLEXIT

Verksamhet: Producenter, utvecklare och levererar ventilationssystem samt centraldammsugare till bostadsmarknaden, byggvarumarknaden och den professionella ventilationsmarknaden. Exporterar främst till Norden, men också till Baltikum, Nederländerna och delar av Östeuropa.

Antal anställda: Cirka 240, varav 150 i Norge och resten i Sverige

Jobbar över gränsen: Ja, både vad gäller själva produktionen och försäljningen.

Ort: Huvudkontor i Ørje, där de flesta stabsfunktioner finns: personal, ekonomi, marknadsavdelning, och även lager. I Töcksfors finns den mesta produktionen, samt ett laboratorium. Produktutvecklingen sker både i Sverige och Norge. Säljkontor finns i Bergen, Trondheim och Stavanger, samt i Stockholm, Göteborg och södra Sverige.

Intervjuperson: Pernille Martinsen Westlie, HR-chef



FOTO: ÖRESUNDSPÅRINSTITUTET

STRÖMSTAD SPA & RESORT, STRÖMSTAD

Strömstad Spa utnyttjar de skilda traditionerna inom spakulturen

Potentialen i att ha den norska marknaden så pass nära är något som spahotellet Strömstad Spa & Resort i Strömstad har tagit vara på, och idag är en stor del av deras kunder från Norge. Det geografiska läget och den norska traditionen av att åka till Sverige för att gå på spa är faktorer som gynnar företaget när de lockar kunder från andra sidan gränsen.

På parkeringen utanför Strömstad Spa & Resort trängs bilar med vartannat svenskt och vartannat norskt registreringsnummer. Linda Einarsson, vd och ursprungligen från Norge, tar emot i foajén och från ett mötesrum intill hörs norska röster.

För Strömstad Spa & Resort är det naturligt att vända sig mot den norska marknaden. Linda Einarsrud berättar att Strömstad är en stor turistdestination för norrmän och kanske mer välkänt på den norska sidan än den svenska. När hon själv bodde i Norge associerade hon Strömstad med semester, antingen åkte man till Sørlandet på sommaren – eller till Strömstad.

– När man ligger som vi gör i Strömstad... Vi får det ju inte gratis men norrmännen är ju här, och de hittar ju oss. Vi känner att Strömstad är mer känt i Norge än i Sverige.

Linda Einarsrud berättar att spakulturen kom tidigare till Sverige än till Norge, vilket har skapat en tradition av att resa över gränsen för att gå på spa, och idag har Strömstad blivit en stad som många norrmän förknippar med just spa.

För Strömstad Spa & Resort är det därför en större utmaning att nå ut till den svenska marknaden.

– Våra säljare säger att Strömstad som destination är mer känd på den norska marknaden än den svenska. Om man kommer till Göteborg, Stockholm eller städer söderut måste vi först berätta var Strömstad ligger. Vi jobbar mycket nu med att bli kända på den svenska marknaden, för vi önskar ju en jämn fördelning. De senaste åren har det varit ungefär 70–80 procent norrmän.

För att nå ut till båda länderna är säljavdelningen uppdelad i två marknader.

– Vi har delat upp säljavdelningen i varsin marknad. Vi jobbar väldigt mycket mot Østfold och Vestfold, så vi har en säljare som har ansvar för de områdena, och så har vi en säljare som ansvarar för Oslo. De områdena är huvudfokus.

Vad innebär det för ert företag att ni har en stor del av marknaden i Norge?

– Vi har ju ett väldigt gynnsamt läge. Det är nästan ett lyxproblem att ha två så stora marknader nära. Østfold, Vestfold och Oslo, de folkrikaste områdena i Norge, plus Göteborg, Karlstad och trestadsområdet. Så på så sätt har vi ju ett väldigt bra läge, vi ligger mitt emellan Oslo och Göteborg.

Har ni även norska anställda?

– Ja, vi har en del norrmän som jobbar här. Men det är ingen som pendlar utom säljarna. Annars är det norrmän som har flyttat hit som jobbar hos oss.

Ytterligare en sak som har tenderat att locka norrmän till Strömstad är den svenska valutan.

– På grund av valutan har det ju varit billigare för företaget att lägga en konferens i Sverige, och även om valutakursen är ganska lik nu så tror jag fortfarande att många ser det som positivt. Man ger lite mer till sin personal eftersom de får handla på vägen hem. Vi har ju bussar som kör förbi Eurocash eller Systembolaget eller något annat på väg hem. Det blir ju en extra positiv grej för de anställda.

FAKTA: STRÖMSTAD SPA & RESORT

Verksamhet: Resorthotell som erbjuder spa-behandlingar, mat och aktiviteter såsom golf och naturupplevelser. Hotellet har funnits sedan 2007, och köptes tidigare i år av det norska bolaget Norwegian Hospitality Group.

Antal anställda: 78 fast anställda, fler under sommaren

Jobbar över gränsen: Ja, både vad gäller själva produktionen och försäljningen.

Ort: Strömstad

Intervjuperson: Linda Einarsson, vd



FOTO: ØRESUNDSINSTITUTET

ELVENITE AB, KARLSTAD

Att skapa goda relationer över gränsen är Elvenites recept på norsk framgång

När företagskonsultbolaget Elvenite AB startades i Karlstad 2007 hade grundarna redan jobbat en del i Norge, och de lyckades ta med sig de befintliga norska kunderna till det nya företaget. Idag står de norska kunderna för mer än hälften av företagets verksamhet. Johan Gotting, vd och medgrundare, har blivit medveten om en del skillnader mellan länderna – men vet också hur man tacklar dem.

– På nåt sätt hade vi redan en bro in i Norge när vi startade företaget, och sen anställde vi ett gäng konsulter som också hade kunder i Norge. I vår bransch köper kunderna ofta inte företaget utan personerna, så när man byter arbetsgivare följer kunderna med, säger Johan Gotting, vd och medgrundare.

Elvenite AB är ett exporterande tjänsteföretag inom affärs- och verksamhetsutveckling och jobbar med varumärken som Löfbergs och Skånemejeriet. I Norge är verksamheten inriktad mot laxproducenter, mejeri-företag och bagerier.

Att Elvenite jobbar mot Norge hörs också då norska varvas med svenska i det moderna kontorsskapskapet i centrala Karlstad som företaget nyligen flyttat in i. Idag har de också kontor i Bergen, Oslo och Stockholm.

Vad betyder den norska verksamheten för företaget?

– Det har varit en väldigt bra affär för oss. På senare år har vi också bearbetat marknaden där mer medvetet, och en bransch är fiskeodlingsbranschen som vi satsat mycket med. Vi jobbar mycket med ett stort laxföretag nu som vi gärna bygger vidare på.

Varför lockas ni till den norska marknaden?

– En aspekt man inte kan bortse ifrån är den kulturella närheten mellan Norge och Sverige, även om det också finns skillnader i kultur och mentalitet. Jag tror vi står varandra ganska nära och förstår varandra bra. Sedan är det den geografiska närheten förstas.

Han pekar också på den låga kommunikationströskeln – och menar att det är väldigt viktigt att man förstår varandra språkligt. När det gäller affärskulturen mellan länderna ser han däremot fler skillnader.

– Norrmän är måna om att lära känna varandra på riktigt. Det vinnlägger de sig med i de första faserna, därför kan det vara svårt att få den första affären. Men sen när man väl får igång en relation går det väldigt bra. Sen är svenskar mer strukturerade, de har mer konsensus än norrmän. Vi svenskar kan sitta och diskutera och diskutera, sen rättar alla in sig i ledet. I Norge är det lite mer armar och ben, nån fattar ett beslut och så kör man tills man upptäcker att man är i diket – och så är det upp igen. Så vi kommer till målet båda två men på lite olika sätt.

Påverkar det viljan att röra sig över gränsen?

– Jag hoppas inte att det kan påverka viljan att röra sig över gränsen, för de här olikheterna försvinner ju, de bleks ut när man lär känna varandra. Så jag tror det handlar väldigt mycket om kommunikation och att lära känna varandra. Som entreprenör får man vara lite anpassningsbar – det går liksom inte att hänga upp sig på för mycket. Vi är olika och medvetna om det så då får man gilla läget helt enkelt.

Han menar att en viktig del av Elvenites framgångsrika arbete i Norge grundar sig på att de har lagt mycket energi på att lära känna sina norska kunder. Det är också

därför de har kontor i både Bergen och Oslo idag.

– När man ska inleda en affär och bygga förtroende tror jag det är bra att vara norrmän i Norge. Men de har inte alls problem med att svenskar levererar tjänsterna, svenskarna har ett gott rykte – arbetsamma och pålitliga.

Ni som arbetar mycket i Norge – vad krävs för att man ska bortse från olikheterna?

– Är det viktigt att bortse från olikheter? Se på exempelvis gränshandeln – där är det ju entreprenörer som ser en affärsmöjlighet i just olikheterna.

FAKTA: ELVENITE AB

Verksamhet: Exporterande tjänstebolag med konsultverksamhet riktad mot främst livsmedelsindustrin. De arbetar med varumärken som Löfbergs och Skånemejeriet. Bolaget vilar på tre ben – affärssystem för att driva tillverkande och distribuerande företag, business intelligence och service- och kundsupport.

Anställda: 29

Ort: Huvudkontor i Karlstad, kontor i Oslo, Bergen och Stockholm

Arbetar över gränsen: Ja, nästan 60 procent av verksamheten är i Norge där de främst arbetar med laxproducenter, mejeriföretag och bagerier.

Intervjuperson: Johan Gotting, vd och medgrundare

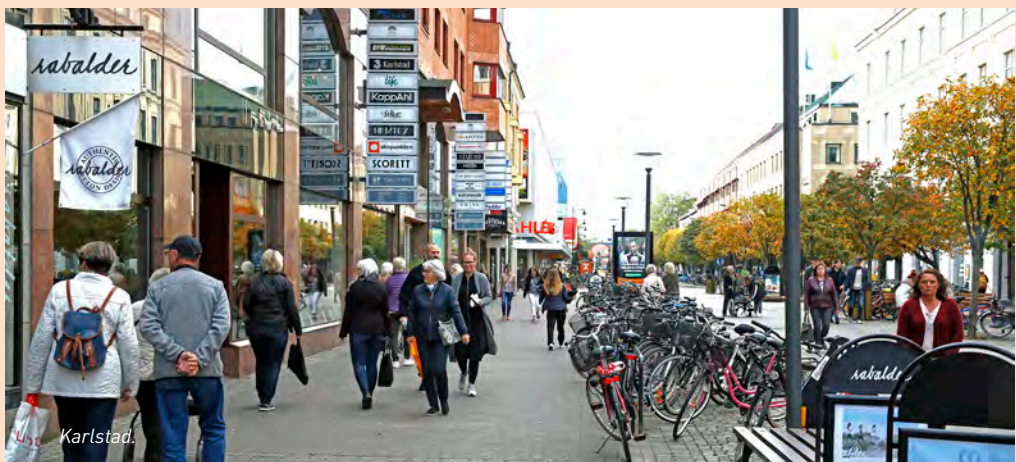


FOTO: BRÄNSLINGSINSTITUTET



FOTO: ØRESUND SINSTITUTET

NORDISK MASSIVTRE AS, KONGSVINGER

Satsar strategiskt med svensk vd och styrelseordförande

Nordisk Massivtre satsar strategiskt på att bli ett nordiskt företag. Det nystartade norska bolaget har svensk styrelseordförande och vd, och ligger placerat i Kongsvinger nära den svenska gränsen. Skogs- och trävaruindustrin är dessutom traditionellt en bransch med mycket handel och kontakt över gränsen.

– Vi heter Nordisk Massivtre av två anledningar: för att vi ser marknadsmöjligheter i Norge och Sverige och resten av Norden, och för att vi använder råvaror från Norge och Sverige. Att vi handlar över gränsen är också anledningen till att vi ligger här i Kongsvinger, vid gränsen och samtidigt mitt i den bästa råvaruregionen, säger Carsten Hovind, bolagets marknadschef.

Bolaget drog i gång i början av 2017, av ägare med

lång erfarenhet från branschen, och hade produktionsstart i juni samma år. Nordisk Massivtre har ännu inte handlat från Sverige, men enligt Carsten Hovind är det bara en tidsfråga.

– Så snart vi behöver fingerskarvat virke är det naturligt att se över gränsen, eller om volymen är stor och vi behöver fler leverantörer.

Försäljningen mot Sverige är däremot redan igång och

det första projektet som bolaget levererade till låg i svenska Bohuslän.

– Nu sätter vi igång med ett stort projekt, en förskola i Bengtsfors. Vi har också haft ett väldigt litet projekt som vi har levererat till Sverige. Vi ser absolut på den svenska marknaden som väldigt intressant.

Varför det?

– Det är stor tillväxt i den svenska marknaden, det är det ena. Plus att vi ligger nära den svenska gränsen och det är naturligt att köra bilar över dit. Det är så pass stort tryck på producenterna och orderböckerna är fulla runt i Europa, så vi ser det som att vi kan komplettera i samma marknad.

Varför planerar ni att handla från Sverige?

– Det finns fler orsaker, det ligger också ett sågverk precis på andra sidan här, Hilmer Andersson, som är väldigt nära. Det kan vara transportvägar, en fråga om kapacitet, och om vi ska ha något väldigt speciellt så ligger det stora anläggningar för fingerskarvat virke på den andra sidan gränsen.

Carsten Hovind upplever att det finns både fördelar och nackdelar med att handla över den norsk-svenska gränsen.

– Vår erfarenhet från tidigare är att det är väldigt... prismässigt är det inte nödvändigtvis så gynnsamt, men det är bra leveranser. Man får precis vad man beställt och det är väldigt professionella leveranser med en industriell prägel.

Vad innebär det för ert företag att ni är så pass gränsöverskridande?

– Det innebär en säkerhet i leveranser, att vi har flera ben att stå på. Det kommer nog att ge oss en större marknad att vi kan operera på både norsk och svensk sida. Det kan betyda innovation, alltså utväxling av idéer och erfarenheter. Vi har jobbat tidigare med svenska ingenjörer och arkitekter som opererat i Norge.

– Det finns vissa kulturskillnader, men på det hela taget tycker jag att det är ganska likt, så det är väldigt positivt. Och vi har som sagt en svensk styrelseordförande som är ett välkänt namn och har stort nätverk i både Sverige och Norge. Vi hämtar in folk från båda sidor gränsen, så det är bra för oss.

I er bransch, hur vanligt är det att jobba över gränsen?

– Det tror jag är väldigt vanligt. Vi är leverantörer till bygg- och anläggningsbranschen, men först och främst är det träförädling vi jobbar med. Och inom träförädling har det varit mycket handel över gränsen.

Varför det?

– Det är relativt lik kultur. Som jag upplever det har det historiskt sett gått mycket varor från Sverige till Norge, för att träförädling är mycket större i Sverige. Vi har ett stort företag i Norge, men ni har många större, så det har nog gått ganska många förädlade produkter över till Norge, och råvaror säkert åt båda hållen.



FOTO: ØRESUNDSINSTITUTTET

FAKTA: NORDISK MASSIVTRE AS

Verksamhet: Nordisk Massivtre AS producerar och levererar massivträ-delar till byggen av allt från villor och småhus till industrier. Bolaget startade 2017 av ägare som tidigare bedrivit liknande verksamhet i västra Norge.

Antal anställda: Sex anställda och ytterligare personal genom bemanningsföretag. Totalt arbetar cirka tio personer/dag.

Jobbar över gränsen: Ja, genom försäljning och (planerade) inköp. Vd och styrelseordförande är svenskar.

Ort: Kongsvinger

Intervjuperson: Carsten Hovind, marknadschef



FOTO: ØRESUNDSINSTITUTTET

KOPPERÅ ELEKTRO AS, KOPPERÅ

När hemmamarknaden vände fann Kopperå Elektro nya kunder i Sverige

Kopperå Elektro AS har sin hemort runt två mil från gränsen. Men det var inte förrän de fick färre jobb i fabriken de arbetade för som de började se sig om efter arbete på andra sidan gränsen. Efter lite pappersarbete var de dock i full gång i Sverige – och idag är det lika naturligt för bolaget att jobba på bägge sidor om gränsen.

– Det spelar ingen roll för oss om vi kör fem mil in i Sverige eller fem mil i Norge, säger Ivar Kværnmo som är vd på Kopperå Elektro AS.

Men så har det inte alltid sett ut för elektrikerföretaget från den lilla orten Kopperå som ligger längs E14 mellan Östersund och Trondheim. Förr jobbade de bara i Norge och en av de största uppdragsgivarna var en fabrik i närheten. Men när det började gå sämre för fabriken var de tvungna att se sig om efter nya kunder och siktet vändes mot Sverige.

Var det mycket att sätta sig in i när ni skulle börja i Sverige?

– Registreringen hos Skatteverket, det var väl det som var lite...så tror jag. Men annars gick det bra. Sedan behövde vi ju också godkännande från Elsäkerhetsverket, men det tror jag gick ganska bra. Men det var väl bara de två sakerna.

Varför jobbar vissa över gränsen medan andra inte gör det?

– För oss som bor så nära är det ganska naturligt att jobba över gränsen. För en snickare i Stjørdal kan det kanske vara svårare. Sedan är det ju det med pappersarbetet och sådana saker. Men om det blir dåliga tider kan det nog hända att det är fler som vill över.

Innan de gav sig över gränsen hade Kopperå Elektro AS en föräning om att de skulle vara dyrare än svenska elektriker. Men på grund av låg konkurrens i området har priset inte varit ett problem.

– Vi säger bara vad vi vill ha. Jag kan ju tänka mig att om en elektriker ska köra hela vägen hit från exempelvis Östersund så blir det ganska dyrt ändå, så det kan nog hända att vi får fler kunder på grund av det.

Många norrmän har köpt stuga i Sverige, och de har ofta anlitat Kopperå Elektro.

– Man vill väl ha saker så som man är van vid antagligen. Vi har ju ett lite annorlunda sätt att göra saker på inom elektronik i Norge och Sverige. Norsk standard är väl lite strängare än svensk tror jag.

Men nu finns det inte längre många stugor att köpa på den svenska sidan av gränsen samtidigt som det återigen byggs mycket på den norska, vilket har gjort att de svenska jobben minskat något.

Som många andra i de gränsnära områdena upplever Ivar Kværnmo gränsen som ganska diffus.

– Man åker ju fram och tillbaka som man vill över gränsen, man märker nästan inte att det är en gräns. Det talas lite annorlunda bara. I media, speciellt i idrottssammanhang, pratar man ju om "svenskar och norrmän" men det märker man ju inte av här. Det är något som media har skapat tror jag. Vi märker inga stora skillnader. Det enda är väl att när vi ska jobba i Sverige måste vi fylla i några extra papper. Hade vi också blivit medlem i EU hade vi verkligen inte märkt något.

FAKTA: KOPPERÅ ELEKTRO AS

Verksamhet: Elektriker som främst jobbar med installation i stugområden.

Antal anställda: 7

Ort: Kopperå

Jobbar över gränsen: Ja

Intervjupersoner: Ivar Kværnmo (till vänster), vd, och Eirik Øian (till höger), administratör.



FOTO: ØRESUNDSINSTITUTTET

CD ENTREPRENAD AB, MALUNG

Hoppas på fler uppdrag över gränsen efter erfarenheterna i Norge

Entreprenadföretaget CD Entreprenad AB från Malung är mitt uppe i sitt första uppdrag i Norge. Till en början upplevde de administrationen som omständlig och det var svårt att föra de maskiner och verktyg som behövdes över gränsen. Men nu har de kommit in i det och Per-Erik Lagerberg, projektchef, menar att han gärna tar fler uppdrag i Norge framöver så länge avståndet är relativt nära.

– Är avståndet alltför långt, säg 40 till 50 mil, så är det svårt att motivera personalen att följa med. Men när vi är här och jobbar är det som att vara var som helst i Dalarna, berättar Per-Erik Lagerberg, projektchef på CD Entreprenad AB, medan han kör längs nyanlagda vägar på ett norskt berg vid Søre Osen.

Vägarna har CD Entreprenad anlagt, som sitt första uppdrag i Norge. Uppdraget har de fått av Svevia AS som har OX2 som beställare, en kund som CD Entreprenad gjort flera jobb för i Sverige, och det går ut på att anlägga vägar till en ny vindkraftsanläggning som ska byggas på berget. De som jobbar här arbetar

måndag till torsdag kväll, och de bor i hus de hyrt i närheten eller i husvagnar.

Hur kom det sig att ni tog det här uppdraget i Norge?

– Svevia och OX2 som är beställare har vi gjort väldigt mycket ihop med i Sverige förut. Många parker, jag vet inte hur många. Det var med dem som vi blev inbjudna att räkna på det här. Tror det bara är 14 mil hit från Malung, det är som att vara var som helst i Dalarna. Det var de som kom med erbjudandet att vi skulle vara med och räkna på det, annars hade vi nog inte kommit på det.

Per-Erik Lagerberg berättar också att den landba-

serade vindkraften inte är lika utbyggd i Norge som i Sverige.

– Det finns väl inte så många landbaserade vindkraftsparkar i det här området och kommer det fler anläggningar så är vi helt klart intresserade av att räkna på det.

Var det lättare eller svårare än du föreställt dig när ni gav er in här?

– Jag var lite förvarnad, vi pratade med andra företag som vi visste hade varit här och då fick vi en liten hint om att det var en hel del arbete i början där. Men det har gått över nu, det har gått ett helt år, men i början tyckte jag det var jättejobbigt. För det var hemskt mycket pappersjobb att få in alla grejer i behövd. Vi har ju varit med om en deklARATION nu, men det har vi haft en konsult som har hjälpt oss med. Men det har blivit väldigt mycket turer med papper och skattemyndigheter hit och dit. Fruktansvärt mycket. Varenda torsdag när jag kommer hem ligger det ett nytt papper, antingen från svenska Skattemyndigheten eller norska Skatteetaten.

Vad skulle behöva förändras för att det skulle kännas lika naturligt att jobba i Norge som i Sverige?

– Grundorsaken till att det upplevs som krångligt är att du måste tulla in allting. Ska du över till Danmark kan du bara köra över bron, men ska du till Norge måste du visa tullen allting – vartenda verktyg ska skrivas upp och värdet av det. Och vi måste moms på maskiner, det blir flera hundra tusen kronor i moms på dyra maskiner. Sen ska vi vara här en stund och när vi ska tillbaka så ska momsen betalas tillbaka men då har ju maskinen sjunkit i värde.

När de nu arbetar i Norge samarbetar de med norska underleverantörer vid behov, men det är vanligt att de ändå stöter på svenskar.

– Det har vi märkt på alla norska entreprenörer vi tar in, att där är var och varannan svensk. Om jag ringer en mekaniker här i Norge, då är han ofta svensk och en grävmaskin kan ofta vara svensk. Men bland företag i vår bransch har jag inte hört att det är så vanligt.

Varför det?

– De stora företagen arbetar nog över gränsen, men det är mest den här byråkratin med att ta sig in. Först och främst kanske man behöver starta en firma här och det är ju en ganska stor grej för ett mindre företag. Man måste redan ha ganska stora muskler för att göra det. Jag tror inte man gör det om du har ett företag som har 3–4 anställda, då blir det för besvärligt helt enkelt.

Däremot är det många från hemorten Malung som arbetar i Norge, även om en del av dem börjar komma tillbaka.

– Ett fåtal jobb hemma och bra betalt i Norge har lockat många. Det har dessutom varit väldigt lätt att få jobb i Norge som snickare. Men nu börjar många komma tillbaka.

Trots att vissa moment upplevts som krångliga under deras arbete i Norge menar Per-Erik Lagerberg att framtida uppdrag i Norge är intressant för CD Entreprenad. Och erfarenheten de fått gör att steget över gränsen inte längre känns lika långt.

– Hade du kommit hit för nio månader sedan hade man varit på ett annat humör, men nu har vi kommit in i det, så nu funkar allting.

FOTO: ØRESUNDINSTITUTTET



FAKTA: CD ENTREPRENAD AB

Verksamhet: Företaget bildades 1991 och utför maskintjänster i hela Sverige. Företaget har en maskinpark med cirka 30 enheter såsom grävmaskiner, lastmaskiner, lastbilar, maskintrailer och vägghyvlar. De hyr också in maskiner vid behov.

Antal anställda: 30

Ort: Malung

Intervjuperson: Per-Erik Lagerberg, projektchef
Jobbar över gränsen: Ja.



Slutsatser

Gränsen mellan Norge och Sverige är komplex och hur man ser på gränsöverskridande verksamhet varierar mellan olika regioner och branscher. Trots det har vi identifierat återkommande mönster som på olika sätt påverkar företagare att röra sig över gränsen eller inte. En gemensam faktor som spelar en avgörande roll för företagandet över gränsen är sociala nätverk. Ett gränsöverskridande nätverk kan både initiera och underlätta en satsning i det andra landet, medan bristen på ett sådant skapar ett mentalt hinder. Nätverksfrämjande faktorer är närhet till gränsen, goda kommunikationer och miljöer med en tradition av samverkan mellan länderna, medan företagare i huvudstäderna och i städer där många företag "vänder sig" åt ett annat håll tenderar att ha färre kontakter i det andra landet. Såväl egenupplevda som vidareberättade erfarenheter av att korsa gränsen påverkar också inställningen till gränsöverskridande företagande, genom att en bild av något annorlunda och mer komplicerat målas upp. Samtidigt skapas en känsla av nationell samhörighet, som också underbyggs av nationella företeelser som politik, media, kultur, utbildningsväsen och branschorganisationer, och för människor och företag in mot nationen och bort från gränsen.

Många företag bedriver verksamhet över den norsk-svenska gränsen och mellan såväl företag som privatpersoner i de båda länderna är samröret omfattande. Norge och Sverige är dessutom några av varandras viktigaste handelspartners.

Den här analysen handlar om mentala gränshinder, men man får inte glömma bort att de speglas av starka drivkrafter som verkar i motsatt riktning. Ett typiskt exempel på det är just gränsöverskridande nätverk: saknar du det är tröskeln hög. Du kanske inte ens tänker tanken att jobba mot det andra landet – och om du försöker kan det vara svårt att hitta ingångar till marknaden eller få kunder.

Men om du har ett gränsöverskridande socialt nätverk – och vi kan se att många företagare har såväl personliga som affärsmässiga relationer över gränsen – känns det andra landet inte lika avlägset

och du har kanske till och med vänner som vill utnyttja dina tjänster. Sannolikheten för att du väljer att arbeta mot det andra landet ökar.

I det inledande kapitlet "Den norsk-svenska gränsens kulturella komplexitet", belyses gränsens speciella karaktär och de motstridiga bilder som finns av dess utveckling. Vissa tidigare studier visar att gränsöverskridande projekt i syfte att öka integrationen bidragit till en positiv utveckling och ökad rörlighet över gränsen, medan andra kommer fram till att gemenskapen över gränsen successivt har försvagats genom etableringen av två distinkta nationalstater med olika administrativa, ekonomiska och juridiska system.

Enligt ytterligare andra studier existerar det fortfarande gränsöverskridande gemenskaper i delar



av gränsområdet och dessa kan förstärkas till följd av att kontaktytorna numera ökar: den psykologiska separationen minskar genom att gränsen är på väg att bli mer genomsläpplig.

Historiskt sett har inte kulturgränsen – som skapas av bland annat samarbeten, arbetsvandringar och släktband – alltid följt nationsgränsen. Inte heller idag sammanfaller kulturgränser nödvändigtvis med nationens gränser, utan kan bygga på lokalt eller regionalt utformade kulturmönster, eller mentala kartor, som ibland har djupa historiska rötter. Men varken föreställningar om en transnationell gemenskap förankrad i historien eller betydande integrationsåtgärder har inneburit att nationsgränsen har försvunnit.

När den vardagliga interaktionen upphör, blir mer sällsynt eller på andra sätt förändras, så försvagas, enligt somliga, känslan av gemenskap och de mentala kartorna ritas om.

Utifrån de intervjuer vi har gjort med ett 50-tal företagare och 13 företag- och gränsorganisationer, samt mediananalysen av hur svenska och norska medier rapporterar om näringsliv och ekonomi från det andra landet, ser vi hur kulturmönster och mentala kartor påverkar företagandet över gränsen. Vi har identifierat sex mentala gränshinder, som hejdar människor eller företag från att röra sig mellan länder eller regioner:

Nationell gravitationskraft

Nationella företeelser så som exempelvis utbildningsväsen, politik, branschorganisationer och kulturutbud för både mentalt och fysiskt människor och företag bort från gränsen och in mot nationens centrum. De bidrar också till att skillnader i regel-

verk och nationella praktiker ökar, samtidigt som kännedomen om det andra landet minskar.

Som en följd av den nationella gravitationskraften uppstår ibland nationella traditioner och vanor som skiljer sig från dem i grannlandet. Det riskerar att sätta käppar i hjulet för företag som vill arbeta över gränsen, om deras varor eller tjänster inte efterfrågas på grund av traditionerna i det andra landet. Den nationella gravitationskraften kan också leda till att inhemska företag gynnas på bekostnad av dem från det andra landet.

Att inte komma på tanken – betydelsen av omgivning och sociala nätverk

Omgivning, sammanhang och sociala nätverk påverkar i vilken grad företagare kommer att tänka på och upplever att möjligheten att arbeta över gränsen är realistisk. Många gånger sker en första kontakt eller tillkommer en första kund över gränsen genom vad som uppfattas som en tillfällighet, men ofta bottnar tillfälligheten i det sociala nätverk och den omgivning som personen har. Därför är det avgörande i vilken mån kulturgränserna – gränserna kring den kulturella och sociala gemenskap, eller det nätverk, man upplever sig tillhöra – sträcker sig över nationsgränsen.

Att stanna i sin bekvämlighetszon

Brist på nätverk och kunskap om regler och marknad höjer tröskeln för att företag ska uppleva det som möjligt att arbeta i det andra landet. Många företagare upplever också att det första steget in i det andra landet måste vara stort, vilket gör att de inte kan testa bara lite grand.

Det gäller inte minst företagare inom konsultbranscher som it, företagsutveckling och kommu-

nikation. Sammantaget får det till följd att vissa företag väljer den bekväma vägen att hålla sig till sin lokala eller nationella marknad i stället för att utmana det som känns både okänt och svårt.

Uppfattningen av konkreta problem och formella gränshinder

Formella gränshinder och praktiska problem skapar inte bara konkreta hinder i sig, utan även en bild av att det är jobbigt och komplicerat att arbeta gränsöverskridande. Den förs vidare även till dem som ännu inte provat. Företagarnas egen inställning till hindren påverkar också i vilken mån de upplevs som stora eller enbart som gupp på vägen.

Bilden av "de Andra"

Berättelser om skillnader mellan norrmän och svenskar bidrar till att förstärka gränsen och känslan av att det är något annat och okänt som finns på andra sidan. Klassiska bilder av strikta, professionella men omständliga svenskar och trevliga, driftiga, men inte tillräckligt grundliga norrmän målas upp – men i mindre grad av kvinnor och personer som har sin utgångspunkt nära gränsen.

Skillnader i affärskultur

Missförstånd och frustration riskerar att uppstå i mötet med det andra landets affärskultur och traditioner – ibland i så hög grad att företagare väljer bort att arbeta över gränsen – samtidigt som dessa erfarenheter och berättelser också bidrar till att förstärka känslan av att det finns en gräns mellan länderna. Många upplever att svenskar har längre

beslutsprocesser än norrmän, som upplevs som mer informella även på jobbet.

Mellan dessa mentala gränshinder finns ingen skarp gräns. De utgör samverkande förhållanden, som flyter in i och förstärker varandra.

På samma sätt samspekar och förstärker de krafter varandra, som tvärtom förmår företag att röra sig över den norsk-svenska gränsen. Några viktiga element som bidrar till att bolag satsar i det andra landet är, förutom den potentiella ekonomiska vinsten: sociala nätverk, geografisk närhet och kommunikationer, kulturell och språklig likhet – inte minst i ljuset av internationell erfarenhet, vanor och rörelsemönster som gör att gränsen glöms bort, erfarenheter av jobb på andra sidan gränsen, nationella stereotyper som fungerar på ett positivt sätt som i fallet med den "serviceinriktade svensken" och skillnader i traditioner som gynnar företag från ett annat land.

Exempelvis har vi sett att i flera av de regioner där personer har ett stort nätverk på andra sidan gränsen och ofta befinner sig i det andra landet är de stereotypa bilderna av de Andra nästan obefintliga. Och de företagare som har erfarenhet av internationellt arbete, ser ofta de formella barriärerna som lägre och har lättare att tackla olikheter.

Dessa mentala gränshinder och attraktionskrafter förstärks och försvagas också beroende på en rad olika förhållanden. En tydlig skillnad kan exempelvis ses mellan företag som ligger i nära anslutning till gränsen, och de som har sitt säte lite längre bort. Nära



FOTO: ØRESUND SINSTITUTTET

gränsen är den kulturella gemenskapen med exempelvis grannorten i det andra landet ofta större, särskilt på vissa sträckor längs gränsen, där Kiruna-Narvik utmärker sig som en extra sammanvävd region. Men även i flera andra gränsområden, från Nord-Trøndelag och Jämtland i norr till Østfold och Bohuslän i söder, är kontakten över gränsen frekvent – vilket även gynnar gränsöverskridande företagande.

Mellan många områden och orter i Hedmark i Norge och Värmland samt Dalarna i Sverige finns en gemenskap och fokus över nationsgränsen, som märks genom att de vi intervjuat har ett gränsöverskridande socialt nätverk och relativt ofta besöker det andra landet. Det handlar om mindre orter nära gränsen, men också i viss mån om relativt gränsnära städer som exempelvis Kongsvinger och Karlstad.

Till skillnad från bland annat Kiruna-Narvik tycks dock stereotypa bilder av ”de Andra” vara något vanligare i det här området, utifrån de intervjuer vi gjort.

Andra städer, som ofta ligger lite längre bort från gränsen, har emellanåt en tradition av att vända sig åt ett annat håll. Då pekar den mentala riktningen ofta mot den egna huvudstaden, vilket Östersund tycks vara ett exempel på. Oslo och Stockholm utmärker sig genom att företagarna där i högre utsträckning än i orterna längs gränsen saknar nätverk i grannlandet, vilket troligen är ett symptom dels på det geografiska avståndet, dels på att huvudstäderna ”är sig själva nog”.

Branschtillhörigheten har också stor betydelse för vilka mentala gränshinder som företagarna upplever som mest besvärande och för hur man ser på möjligheterna att röra sig över gränsen. Produktions- och exportbranschen är beroende av nätverk i det andra landet, men i mindre grad än exempelvis konsultbranschen. Produktionsbranschen satsar ofta på en egen försäljningsavdelning som har kunskap om och förstår marknaden på andra sidan gränsen, om företagen är tillräckligt stora för att ha råd med det. Samma sak gäller inom fastighetsbranschen, där regelverk, upphandlingar och byggkrav upplevs som så komplicerade och annorlunda att man måste ta hjälp av folk från det andra landet – vilket skapar en högre tröskel.

Inom besöksnäringen som lever på besökare utifrån är det naturligt att vända sig mot det andra

landet. Inom den branschen förekommer också mer samarbete än vi har kunnat se på andra håll, för att med gemensamma krafter locka besökare till trakten.

Konsultföretag inom exempelvis it och kommunikation betonar vikten av nätverk och närhet till kunden, vilket leder till att många bedömer att de måste etablera ett nytt företag och kontor på andra sidan gränsen. Det kan upplevas som ett alltför stort steg och gör emellanåt att dessa företag håller sig kvar i hemlandet.

Bygg- och anläggningsföretagen är de som drabbas hårdast av praktiska gränshinder kring exempelvis tull, särskilt de mindre bolagen. Det kan till viss det förklaras med att det dagliga arbetet ofta innebär frekventa turer över gränsen och att de

är beroende av att ta med sig maskiner och material. Det märks skillnad mellan de företag som länge arbetat över gränsen och de som nyligen börjat med det, där de förstnämnda upplever gränshindren som mindre besvärande.

Servicebranschen är troligen den mest prisberoende branschen, där skillnaderna i valutakurs påverkar antalet

kunder. De serviceföretag vi intervjuat tycks inte vara lika offensiva som många andra branscher – de tar emot de kunder som kommer över gränsen ändå, utan att marknadsföra sig extra. I många fall agerar de dock på samma vis på hemmaplan som över gränsen.

Större aktörer har i allmänhet lättare att ge sig in i det andra landet än mindre – och det gäller för samtliga branscher. Med en större ekonomi är steget för att exempelvis öppna en ny försäljningsavdelning, starta upp ny filial eller betala för marknadsföring förhållandevis mindre jämfört med en liten.

Vi har också tagit del av uppfattningen både i Sverige och Norge att det är svårt att arbeta mot den offentliga sektorn eller med offentliga aktörer i det andra landet. Ofta handlar det om att regelverken skiljer sig åt mellan länderna och att företagen upplever myndigheterna i det andra landet som byråkratiska. Flera företagare upplever också att det andra landets system direkt eller indirekt missgynnar dem, genom att de exempelvis inte kan ta del av offentliga register eller upphandlingar på samma sätt som inhemska företag.

”I de regioner där personerna har ett stort nätverk på andra sidan gränsen och ofta befinner sig i det andra landet är de stereotypa bilderna av de Andra nästan obefintliga.”



FOTO: ØRESUNDSINSTITUTET

De kvinnliga företagare vi intervjuat uttrycker oftare att de upplever mentala gränshinder i form av exempelvis brist på nätverk eller kunskap om marknad och regelverk än män. Men kvinnor talar samtidigt mindre om eventuella stereotypa skillnader mellan svenskar och normmän än vad männen gör. När de kvinnliga företagarna diskuterar affärskultur och stereotyper är det oftare utifrån konkreta frågor som att normmännen har kortare arbetstid än svenskarna.

Ytterligare en viktig faktor som påverkar kännedomen om det andra landet och därmed tröskeln för att satsa över gränsen är hur det speglas i media.

Den medieanalys vi har gjort visar också att andelen näringslivsartiklar som når över gränsen är begränsad. För företagarna innebär det att det uppstår en informationsbarriär, i och med att de inte på ett enkelt sätt kan ta del av vad som händer i det andra landet. Särskilt små företag blir osynliga i det andra landet, eftersom det ofta är större bolag som dominerar i media.

Den nationella gravitationskraften är en av faktorerna bakom att många nyheter som nämner grannlandet egentligen handlar om det egna. Det andra landet används enbart som en referens, för att visa på vad det egna landet inte är eller gör. På så sätt bidrar de nyheter som faktiskt förmedlas över gränsen ofta till att förstärka bilden av "de Andra".

Det gör också den medielogik som blåser upp brottsnyheter, något vi kunnat se under de två veck-

or 2015 och 2016 som vi undersökt. Fenomenet kan ge en skev bild av näringslivet på andra sidan gränsen, speciellt för dem som inte har särskilt god inblick i det andra landet.

Att mediebevakningen mellan Norge och Sverige i sig inte är så stor märks genom att få av företagarna har god kunskap om vad som händer på andra sidan gränsen. Undantaget är ett mindre antal intervjupersoner nämner att de tar del av nyheter inom sin egen bransch.

Samtliga mentala gränshinder som diskuterats här ovan existerar för såväl privatpersoner som företagare. Att göra den här typen av analys utan att väga in sociala nätverk skulle innebära att en viktig aspekt gick förlorad. Varje företagare är också en privatperson, som enligt de svar vi har fått ofta har nära släkt och/eller vänner på andra sidan gränsen, som tar – eller inte tar – del av kultur och nyheter över gränsen och som (oftast) har erfarenhet av att besöka det andra landet. Dessa aspekter, som har att göra med de sociala nätverk som varje individ ingår i, påverkar hur personen agerar i sin yrkesroll och kan både

öka och minska viljan att röra sig över gränsen.

Redan i dag bedriver en stor mängd företag verksamhet över den norsk-svenska gränsen och de sociala nätverken sträcker sig in i båda länderna. Om man vill bibehålla eller ytterligare öka företagandet mellan Sverige och Norge är sociala nätverk, mentala gränser och mentala gränshinder viktiga aspekter att ta hänsyn till.

"De kvinnliga företagare vi intervjuat uttrycker oftare att de upplever mentala gränshinder i form av exempelvis brist på nätverk eller kunskap om marknad och regelverk än män."

REKOMMENDATIONER

ØRESUNDSINSTITUTTETS REKOMMENDATIONER INFÖR DET FORTSATTAR BETET MOT MENTALA GRÄNSHINDER

Utifrån de mentala gränshinder, attraktionskrafter och beteendemönster vi har kunnat identifiera bland företagare i Norge och Sverige ser vi ett antal åtgärder som skulle kunna ha betydelse för den framtida utvecklingen. De 23 förslag vi presenterar sträcker sig från högt till lågt och visar på möjliga sätt att arbeta för att öka företagandet över den norsk-svenska gränsen.

De följande rekommendationerna handlar om hur man kan arbeta med näringslivet, men också med övriga delar av samhället, inklusive människors sociala nätverk. Företagares personliga erfarenheter och inställning som privatpersoner kan ha stor påverkan på hur de agerar i företaget. För att främja gränsöverskridande företagande är det därför också viktigt att arbeta med samhället som helhet.

Insatser för att öka företagets gränsöverskridande tänkande

- Flera företag som vi intervjuat menar att det hade varit lika naturligt för dem att samarbeta med bolag från det andra som det egna landet om de hade haft dem närmare i tanken. Ett förslag som vi även fått från företagen själva är därför att arbeta ännu mer med att få företagen att mötas, särskilt i gränsnära regioner. Frukostmöten, seminarier och gemensamma workshops är exempel på arrangemang där företagen kan lära känna varandra. Särskilt effektivt skulle det troligen vara att förmå företagets egna organisationer att anordna arrangemangen, eventuellt i samarbete med en offentlig aktör eller gränsorganisation.
- För att fånga intresset i städer längre ifrån gränsen, där samarbetet inte ses som lika naturligt som i de gränsnära områdena, kan det krävas mer riktade insatser. Där spelar företags- och branschorganisationer en viktig roll. En möjlighet är att arrangera (ännu fler) nätverksmöten eller konferenser med syfte att skapa gränsöverskridande samarbeten inom en specifik bransch, och en annan att ha som mål att alltid bjuda in andra nordiska aktörer till de befintliga arrangemangen.
- Mentorsföretag från det egna landet, som kan berätta om sina erfarenheter och om hur de har gjort, skulle kunna bidra till att företag upplever det som enklare att arbeta över gränsen. Information om och länkar till dessa skulle kunna hittas via gränstjänsterna och företags- och branschorganisationer. Det skulle också kunna vara meningsfullt att bjuda in dem till olika konferenser och evenemang.
- Företag med nätverk i det andra landet upplever det som enklare att arbeta gränsöverskridande. En möjlig insats vore därför att exempelvis rekommendera företag att ta in personer från det andra landet i styrelsen. Ett led i detta vore också att ta fram mer kunskap om skillnader och likheter mellan hur styrelsearbete fungerar i respektive land.
- Genom att skapa plattformar där företag kan hitta varandra över gränsen ökar möjligheten till samarbeten. Gränsöverskridande företagsregister för olika regioner och branscher, och att kommuner och myndigheter har tydliga länkar till motsvarande information i det andra landet är faktorer som kan öka kunskapen och förenkla samarbete och satsningar över gränsen.

- Kontaktmässor med bland annat speeddating är ytterligare ett sätt att låta norska och svenska företag som söker en samarbetspartner eller någon annan form av kontakt i det andra landet mötas.
- En annan möjlighet på samma tema vore att starta en form av gränsöverskridande datingsajt för företag från Norge och Sverige, där de skulle kunna ange att de söker kunder, uppdrag eller någon som utför ett uppdrag åt dem, antingen i det egna eller det andra landet. Eventuellt skulle en sådan sajt vinna på att vara regional snarare än omfatta hela landet.
- Ett förslag som vi fått från intervjuföretagen är att låta offentliga upphandlingar i gränsnära regioner gå ut även på andra sidan gränsen. Det skulle skapa en första ingång till det andra landet och göra att företag fick upp ögonen för att arbeta över gränsen.
- Utifrån intervjuerna ser vi att de formella gränshindren är kopplade till de mentala på olika sätt. Formella gränshinder skapar en uppfattning av att det är krångligt att arbeta över gränsen, vilket kan avskräcka företag från att ge det ett försök. Alla skillnader i system mellan länderna belyser också gränsens existens, och skapar en känsla av vi-och-dem som minskar känslan av gemenskap. Allt arbete för att reducera formella gränshinder är därför av betydelse för arbetet mot mentala gränshinder.

Informationsinsatser

- Trots att insatser redan görs för att sprida kunskap om vad som gäller när man bedriver företagande över gränsen har informationen långt ifrån nått ut till alla. Flera av de företagare vi mött känner inte heller till Grensetjänsten eller Hallo Norden, medan andra har en vag uppfattning om att det finns någon instans som har kunskap om

gränsöverskridande frågor, men då främst i förhållande till arbetspendlande – tror de. Utifrån detta är en rimlig bedömning att ännu mer information behövs, både om företagande över gränsen och om att Grensetjänsten och Hallo Norden kan bistå företagare med information.

- Sådan information om att bedriva företag över gränsen skulle troligen kunna få större effekt om den riktades tydligt utifrån bransch, storlek på företag och region.
- Begreppet "mentala gränshinder" och vad det innebär för företagandet är inte särskilt känt. Ju fler som är medvetna om såväl begreppet som fenomenet, desto fler kan aktivt arbeta för att motverka, reducera och våga ifrågasätta de mentala gränshindren. Det gäller såväl företagen i sig, som alla de parter som företag samverkar med, så som kommuner, statliga myndigheter och företags- och branschorganisationer.
- Det förekommer många tvärsäkra uppfattningar om vad som exempelvis är dyrare, kräver administration eller är mer omständligt i Norge och Sverige. Det vore intressant att undersöka den typen av "sanningar", för identifiera eventuellt felaktiga uppfattningar om vad som är dyrare och inte lönt. Finns det i själva verket norrmän som vill jobba i Sverige – inte minst inom branscher där det råder arbetskraftsbrist i Sverige? Finns det varor som är billigare i Norge? Dessa uppfattningar skulle sedan kunna jämföras med faktiska förhållanden och kommuniceras ut i de fall där de vedertagna sanningarna inte stämmer.

- Det är vanligt med stereotypa bilder och berättelser kring hur svenskar och norrmän "är". Dessa kan ifrågasättas, men tenderar trots det att föras vidare mellan människor. Eftersom stereotyperna riskerar att avskräcka företag från att arbeta gränsöverskridande kan det vara klokt att diskutera hur

man bemöter dem. En annan möjlighet vore dock att använda dem i exempelvis marknadsföring. Vi har kunnat se att stereotyper i vissa fall fungerar som attraktionskrafter, exempelvis genom att svenskar har gott rykte inom servicebranschen. Kanske går det att arbeta vidare med sådana stereotyper: "Om norrmännen är så rika – klart ni ska sälja till dem!" "Om svenskarna inte värnar lika starkt om det nationella som norrmännen – då borde det vara lättare att ta sig in på marknaden där!".

Insatser för att öka den allmänna kunskapen om det andra samhället

- Medieanalysen visar att det saknas ett gränsöverskridande perspektiv på näringslivsbevakningen i norsk och svensk media, vilket skapar ett kunskapsglapp om företag, marknad och ekonomi i det andra landet. Ett sätt att överbrygga den klyftan vore att starta en nyhetstjänst som sprider nyheter över gränsen. Med mer ingående och nyanserade nyheter om näringslivet på andra sidan gränsen skulle känslan av närhet och kunskapen om marknaden troligen öka, och därmed även chansen att företag såg det som en möjlighet att satsa i det andra landet. Det skulle dessutom ge kunskap om potentiella samarbetspartners och personer som kan vara av intresse vid en satsning över gränsen.
- En oberoende organisation eller förening som främjar kunskap och utbyte inom näringslivet skulle kunna fungera som en bas för såväl en nyhetstjänst som nätverksmöten som tidigare nämnts. En möjlighet vore att undersöka intresset för att starta en sådan, exempelvis bland branschorganisationer och/eller Grensetjänsten. Med tanke på den svensk-norska gränsens längd och variation skulle det kunna vara gynnsamt att dela upp en sådan organisation i olika regioner – för att inte tappa den lokala förankringen.

- Många intervjupersoner tar del av kultur från det andra landet, framförallt om den är tillgänglig i det egna landet. Att uppmuntra gränsöverskridande kultursamarbeten, där Skavlan kan ses som ett exempel, skulle leda till en större kunskap om varandra och därmed öka gemenskapen. Det skulle också bidra till att reducera de stereotypa bilder många har av personerna i det andra landet. Även högkvalitativa inhemska produktioner som blir populära i grannlandet kan ha en liknande effekt.

Insatser för ökad kunskap och utbyte inom utbildningar

- På högre utbildningsnivå är ett förslag att främja och marknadsföra möjligheten till utlandsstudier vid universitet och högskolor i Norge och Sverige i större utsträckning – annars riskerar grannlandet att förbises i konkurrensen med mer avlägsna och populära länder, exempelvis de engelskspråkiga. Studier i ett annat land kan ge både personliga och så småningom affärsmässiga kontakter, liksom kunskap om landet och en känsla av närhet.
- En annan möjlighet vore att främja utbyten inom såväl praktiska som teoretiska utbildningar i Norge och Sverige, gärna mer konkreta sådana som läkar- eller snickarutbildningar. Det skulle innebära att eleverna/studenterna fick bättre kunskap om skillnader och likheter mellan regler och arbetsmarknad i det andra landet.
- Mer information om exempelvis regler och arbetsmarknadssituationen inom motsvarande yrke i grannlandet skulle kunna göra studenter på såväl praktiska som teoretiska utbildningar mer benägna att arbeta gränsöverskridande om de i framtiden startar ett företag.



Hege Svendsen från Fremo Bemanning i Trondheim etterlyser fler gränsöverskridande nätverksträffar.

FOTO: ØRESUNDSINSTITUTTET

Sociala nätverk

- Sociala nätverk tycks vara en av de starkaste attraktionskrafterna mellan Norge och Sverige, även när det gäller företagare. Satsningar på att främja och väcka vänskaper och nära kontakter över gränsen kan därför i förlängningen spela stor roll även för näringslivet. För unga människor håller bilden av omvärlden på att byggas upp och det är därför en möjlighet att satsa på utbytet mellan skolor, exempelvis i form av vänskolor, brevvänner och i gränsnära områden gemensamma aktiviteter eller besök.
- Gemensamma fritidsaktiviteter inom allt från musik till idrott kan också leda till att människor lär känna varandra – barn som vuxna. Ett par av de intervjuade företagarna har just lyft fram att de lärt känna personer från det andra landet genom fritidsaktiviteter. Den typen av kontakter skulle potentiellt även kunna ha betydelse i ett framtida professionellt sammanhang.
- En gemensam faktor bland flera av de företagare vi intervjuat är att de har nära släkt på andra sidan gränsen, vilket tycks ha en koppling till deras eventuella gränsöverskridande företagande. Många har en partner, en förälder eller en far-/morförälder från det andra landet. Ett förslag, måhända mer tänkvärt än praktiskt genomförbart, vore därför att starta en norsk-svensk datingsajt. Det skulle kunna leda till att de sociala nätverken och mentala gemenskaperna över gränsen fick en rejäl skjuts framåt.

APPENDIX: INTERVJUER

FÖRETAG

Företag	Intervjuperson	Bransch	Anställda	Ort, Land	Verksamhet över gränsen
Arnøy Laks AS	Håvard Høgstad, vd	Fiskenäring	25	Skjervøy, Norge	Nej
Aas-Jakobsen	Trond Hagen, vd	Rådgivning, bygg och anlägg	135	Oslo, Norge	Nej
AButvikling AS	Aud Christensen, delägare & Bernt Ø. Hjelmervik, delägare	Revision och entreprenörsutveckling	6	Flisa, Norge	Nej
Addoceo	Henrik Lindahl, vd	IT-konsult	8	Karlstad, Sverige	Ja
Aktiv Bemanning	Even Haug, vd	Bemanning & Rekrytering	12	Kongsvinger, Norge	Ja
CD Entreprenad AB	Per-Erik Lagerberg, projektledare	Bygg & Anlägg	30	Malung, Sverige	Ja
Dalskidan	Erika Hansson, delägare	Försäljning	5 (10 vintertid)	Sälen, Sverige	Nej
Eda Miljöservice AB	Ann-Charlotte Hedström, vd och ägare	Städning	30	Eda, Sverige	Nej
Elvenite AB	Johan Gotting, vd	Företagskonsult	31	Karlstad, Sverige	Ja
Expomobil	Lena Geeber, vd	Event	3	Stockholm, Sverige	Ja
Fem snickare	Jerry Eriksson, snickare	Hantverk	5	Karlstad, Sverige	Nej
Fjelldal Consulting & Engineering AS	Alf Kristian Fjelldal, vd	Konsult- och ingenjörsverksamhet	4	Trondheim, Norge	Nej
Flexit	Pernille Martinsen Westlie, HR-chef	Fläktproduktion	240	Ørje, Norge	Ja
Fraktkedjan Väst	Johan Johansson, specialtransporter	Transport	70	Göteborg, Sverige	Nej
Franzefoss Minerals	Ole Jørden Skundberg, försäljningschef	Stenindustri	17	Oslo, Norge	Ja
Fremo Bemanning	Hege Svendsen, vd	Bemanning & Rekrytering	11	Trondheim, Norge	Ja
Frösö Handtryck	Tina Stafrén & Johan Hallström, delägare	Hantverksproduktion	6	Östersund, Sverige	Ja
Geno SA	Sverre Bjørnstad, vd	Avelsverksamhet	240	Hamar, Norge	Ja
GG Gruppen	Jan-Erik Herft, projektledare	Fastighetsbygg	7 (270 i koncernen)	Halden, Norge	Ja
Grunn og Betong Entreprenør AS	Pål Hansen, vd	Bygg & Anlägg	19	Narvik, Norge	Nej
Hallgrens Armering	Martin Hallgren & Marcus Hallgren, delägare	Hantverk	2	Alsen, Sverige	Nej
Handelsbygg AS	Tore Johan Arntzen, vd	Fastighetsbygg	2	Halden, Norge	Ja
HC Telecom	Hans-Christer Andersson, ägare	Anläggning, fiberutbygge	15	Strömstad, Sverige	Nej
Järpens Bilverkstad	Mats Bodin, vd	Bilverkstad	3	Järpen, Sverige	Ja

APPENDIX

Företag	Intervjuperson	Bransch	Anställda	Ort, Land	Verksamhet över gränsen
K.A. Rasmussen	Terje Pedersen, vd	Ädelmetallsproduktion	50 i Hamar (totalt 110)	Hamar, Norge	Ja
Kaj63	Joakim Ek, vd	Systemutveckling	15	Östersund, Sverige	Nej
Kantega	Marit Collin, vd	IT-konsult	130	Trondheim, Norge	Ja
Kero	Emma Kero, delägare och marknadsansvarig	Läderproduktion	7	Sattajärvi, Sverige	Ja
Kiruna Lapland (ekonomisk förening)	Dharma Johansson, affärs- och produktutvecklare	Turism	5	Kiruna, Sverige	Ja
Kopperå Elektro AS	Ivar Kværnmo, vd & Eirik Øian, administratör	Hantverk	9	Meråker, Norge	Ja
Kornboden Rekrutering & Bemanning	Robert Nilsen, vd	Bemanning & Rekrutering	21	Östersund, Sverige	Nej
Krokoms Träindustri	Terese Zetterman, vd	Träproduktion	10	Krokoms, Sverige	Nej
Meråker Alpenserter	Arne Magnus Størseth, vd	Turism	9	Meråker, Norge	Ja
Meråker Sport og Fritid	Annika Bergquist, anställd	Försäljning	3	Meråker, Norge	Ja
Nord-Norsk Spedisjon AS	Terje Dypvik, vd	Transport	2-3	Narvik, Norge	Ja
Nordisk Massivtre	Carsten Hovind, marknadschef	Tillverkning av byggmaterial	6	Kongsvinger, Norge	Ja
Nordmarkens Bygg AB	Randi Karlsson, administratör	Hantverk	5	Töcksfors, Sverige	Ja
Nutti Sámi Siida	Nils Torbjörn Nutti, vd	Turism	10	Jukkasjärvi, Sverige	Nej
Oslo Guidebureau	Marit Utaker, delägare och vd	Turism	9	Oslo, Norge	Ja
Rørosrein	Eva Nordfjell, vd	Livsmedelsproduktion	12	Røros, Norge	Nej
SB Transport AS i Mo i Rana	Frode Olufsen, ledare Mo i Rana	Transport	20	Mo i Rana, Norge	Nej
Strömstad Spa & Resort	Linda Einarsrud, vd	Spaverksamhet och hotell	78	Strömstad, Sverige	Ja
Stöten i Sälen AB	Johan Thorn, vd	Turism	25 (250 vintertid)	Sälen, Sverige	Ja
Syre AB	Göran Bärnsten, vd	PR och kommunikation	10	Östersund, Sverige	Ja
The Assessment Company	Steffen Dyre Hansen, vd	Företagskonsult	17	Hamar, Norge	Ja

Företag	Intervjuperson	Bransch	Anställda	Ort, Land	Verksamhet över gränsen
Thermia Värme-pumpar	Peter Särnblad, HR-chef	Värmepumpsproduk-tion	210	Arvika, Sverige	Ja
Tolkresurs	Mohammad Khana-madi, operativ chef	Tolkservice	28 (111 med alla tolkar)	Sundsvall, Sverige	Nej
Trondheim Kunst-museum (offentligägt)	Johan Börjesson, museidirektör	Besöksnäring	31	Trondheim, Norge	Ja
Unisystem AB	Tone Westbye-Karls-son, vd	Vågproduktion	5	Torsby, Sverige	Ja
VVS Installatøren AS	Morten Jensen, vd & Ann-Iren Fjeld, administratör	Hantverk	17	Halden, Norge	Ja

INTERVJUORGANISATIONER

Organisation	Intervjuperson	Ort, Land
Bedriftsforbundet, Region Nord	Ulf Nilsen, regionledare	Finnsnes, Norge
Business Sweden	Mimmi Goude, country manager	Oslo, Norge
Grensekomiteen Värmland-Østfold	Alf Johansen, sekretariatsledare	Askim, Norge
Grensetjänsten	Trond Erik Grundt, vd	Magnor, Norge
Innovasjon Norge	Sjur Klætte, Seniorrådgivare internatio-nell handel	Oslo, Norge
Mittnordenkommittén	Romana Culjac, kanslichef	Härnösand, Sverige
NHO Nordland	Ole Henrik Hjartøy, regionledare	Bodø, Norge
Nordkalottens Grensetjeneste	Riitta Leinonen, koordinator	Tana, Norge
Nordkalottens Grensetjeneste	Elin M. Sabbasen, projektkoordinator	Tana, Norge
Norrbottens Handelskammare	Linda Nilsson, vd	Luleå, Sverige
Norsk-svensk handelskammer	Anders Ruud Sørlø, vd	Oslo, Norge
Næringsforeningen i Trondheimsregionen	Anne Katrine Willumsen, administra-tionschef	Trondheim, Norge
Svinesundskommittén	Elsie Hellström, vd	Strömstad, Sverige
Västsvenska Handelskammaren	Bjarne Pettersson, regionchef	Skövde, Sverige

SÅ HAR INTERVJUENA GENOMFÖRTS

Majoriteten av företagsintervjuerna, 49 stycken, har gjorts på plats och de resterande 14 har gjorts över telefon. Samtliga intervjuer med företags- och gränsorganisationer har genomförts över telefon. Intervjuerna är genomförda under perioden september till november 2017.

APPENDIX: MEDIEANALYS

LISTA ÖVER MEDIER I SÖKNINGEN

Norska medier

adresa.no	Helgelands Blad
Aftenposten	iFinnmark.no
Altaposten	indre.no
amta.no	Itromso.no
Arbeidets rett	Levangeravisa
Avisa Nordland	Lofotposten
Avisa Sør-Trøndelag	Malvik Bladet
Bergens Tidende	Meløyavisa
Brønnøysunds Avis	Moss Avis
Budstikka	Moss Dagblad
Byavisa	Namdalsavisa
Dagbladet	nordlys.no
Dagens Næringsliv	NRK
Dagsavisen	Nye Troms
Demokraten	Opdalingen
e24	Ostlendingen
Eidsvoll Ullensaker blad	r-a.no
Enebakka Avis	Ranablad
Finansavisen	Ranaposten
Fiskeribladet	Raumnes
Folkebladet	rb.no
Framtid i nord	Saltenposten
Fredriksstad Blad	Sarpsborg Arbeiderblad
Fremover	Sarpsborg Avisa
Frostingen	Smaalenenes
Glåmdalen	Smaalenenes Avis
Ha-Halden	Steinkjer Avisa
Halden Arbeiderblad	Stjørdalens Blad
Halden Dagblad	Trønder Avisa
Hamar Arbeiderblad	Trønderbladet
Hamar Dagblad	Væringen
Harstad Tidende	Verdens Gang
Hegnar	Vesterålen Online
Helgeland Arbeiderblad	Østlandets Blad

Svenska medier

Aftonbladet	P4 Norrbotten
Dagens Nyheter	P4 Värmland
Dagens Industri	P4 Västerbotten
Bohusläningen	Sameradion & SVT Sápmi
Cervenkas Pengar Blog	Silicon Valley Blogg
Dala-Demokraten	Sisuradio
Dalarnas tidningar	SR Ekonomi
Ekot	SR Mobil
Expressen	Strömstads tidning
Göteborgs Posten	Svenska Dagbladet
Norrbottenskuriren	Sveriges Radio
Länstidningen Östersund	SVT Jämtland
Norra Västerbotten	SVT Norrbotten
Norrländska Socialdemokraten	Svt Nyheter
Nya Wermlands Tidningen	Svt Nyheter Dalarna
Östersundsposten	SVT Värmland
P1 Ekonomiekot	SVT Västerbotten
P4 Dalanytt	Värmlands folkblad
P4 Dalarna	Västerbottens Folkblad
P4 Jämtland	Västerbottens-Kuriren

MEDIER MED FLEST ARTIKLAR

Topp 5: Norge

1. Hegnar.no
2. e24.no
3. NRK
4. Altaposten
5. Adressa.no

Topp 5: Sverige

1. Dagens Industri
2. Svenska Dagbladet
3. Norrbottenskuriren
4. Norrländska socialdemokraten
5. Bohusläningen

SÖKORD I MEDIESÖKVERKTYGET MELTWATER

SÅ HAR SÖKNINGEN GJORTS

I sökverktiget Meltwater har vi sökt efter artiklar som innehåller sökorden och de geografiska platserna samtidigt, och som dessutom inte innehåller några av de bortvalda orden. Därmed har vi fått ett urval med koppling till näringsliv och Norge eller Sverige, ur vilket vi sedan manuellt har rensat bort ovidkommande artiklar. Genom att välja bort ord har vi undviktt att urvalet består av exempelvis flertalet artiklar om sport – som annars är vanligt om man bara söker på artiklar om det andra landet. Meltwater söker också efter ord som startar med dessa sökord, vilket gör att alla sammansättningar och olika ändelser inkluderas i sökningen.

Norska ord	Svenska ord
Selskap	Bolag
Firma	Firma
Foretak	Företag
Bedrift	Näringsliv
Bolag	Ekonomi
Næringsliv	Arbetsmarknad
Økonomi	Handel
Arbeidsmarked	Arbetsgivare
Handel	Affär
Arbeidsgiver	Transaksjon
Transakjon	Konkurs
Salg	Næring
Konkurs	Bransj
Næring	Gräns
Bransje	Gränshinder
Grense	Svensknorsk
Grensehinder	Norsk-svensk
Svensknorsk	Vd
Norsk-svensk	Import
Direktør	Export
Import	Kronkurs
Eksport	Valuta
Kronkurs	Investera
Valuta	Försäljning
Forretning	
Investor	

Svenska geografiska sökord	Norske geografiska sökord
Sverige	Norge
svensk	norsk
Stockholm	Oslo
Göteborg	Bergen
Göteborg/Gøteborg	Stavanger
Malmö/Malmö	Sarpsborg
Strömstad/Strømstad	Halden
Karlstad	Frederikstad
Östersund/Østersund	Narvik
Eda	Tromsø/Tromsø
Torsby	Trondheim
Sundsvall	Hamar
Sälen	

Bortvalda ord: Norge	Bortvalda ord: Sverige
cupfinale	Johaug
fotball	curling
sport	cupfinal
seier	fotboll
doping	sport
sprint	seger
stafett	doping
landslag	pedofil
handboll	sprint
skilandslag	stafett
herrelandslag	Björge/Björge
målscore	landslag
luftrom	handboll
	skidlandslag
	herrlandslag
	målskytt
	luftrom

REFERENSLISTA

KÄLLOR

- Europeiska Unionen, EU: http://ec.europa.eu/regional_policy/sv/policy/cooperation/european-territorial/, 2017.07.01
- Gress. Att göra regionala skillnader till en styrka 2013: Slutrapport Gress 2009-2013. 2013.04.28.
- Morokulien: www.uppleveda.se/morokulien
- Nordic Centre for Spatial Development, Nordregio 2010: Nordiska gränskommittéer och gränsöverskridande myndighetsintegration. Nordisk arbetsgrupp 2: Globalisering och gränsöverskridande samarbete. Nordregio electronic working paper 2010:1.
- Region Värmland 2013: Relationen Sverige – Norge och Värmlands roll. Rapport nr 14.
- Regjeringen.no
- Samer.se
- Sametinget.se
- Sveriges Radio 2016.02.24
- Øresundsinstittuttet 2014: Företagens syn på etablering mellan Sverige och Danmark

LITTERATUR

- Alsmark, Gunnar 2010: "Broderfolkens bro". Löfgren, Orvar och Nilsson, Fredrik (red.) 2010: Regionauterna – Öresundsregionen från vision till vardag. Göteborg: Makadam Förlag.
- Andersen, Dorte Jagetic, Klatt, Martin & Sandberg, Marie (red.) 2012: The Border Multiple. The practicing of borders between public policy and everyday life in a re-scaling Europe. Ashgate: Farnham.
- Anderson, Benedict 1983: Imagined Communities. Reflections on the Origin and Spread of Nationalism. London: Verso.
- Aronsson, Lars & Berger, Sune 2011: "Förord". I: Olsson, Eva, Berger, Sune & Gottfridsson, Hans Olof 2011: Gräns-löst liv? En studie av två gränskommuner i Värmland. Karlstad: Karlstad University Press.
- Axelsson, Linn 2012: Making Borders: Engaging the threat of Chinese textiles in Ghana. Diss. Stockholms universitet, Samhällsvetenskapliga fakulteten, Kulturgeografiska institutionen.
- Balibar, Etienne 2002/2011: Politics and the Other Scene. London/New York: Verso.
- Berg, Per-Olof, Linde-Laursen, Anders & Löfgren, Orvar (red.) 2000: Invoking a Transnational Metropolis. The making of the Öresund region. Lund: Studentlitteratur.
- Berger, Sune, Forsberg, Gunnel och Ørbeck, Morten (red.) 2007: Inre Skandinavien – en gränsregion under omvandling. Karlstad: Karlstad University Press.
- Berger, Sune 2007: "Mentalitet som gränshinder". I: Berger, Sune, Forsberg, Gunnel & Ørbeck, Morten (red.): Inre Skandinavien – en gränsregion under omvandling. Karlstad: Karlstad University Press.
- Berger, Sune 2011: "Plats på gränsen". I: Olsson, Eva, Berger, Sune & Gottfridsson, Hans Olof 2011: Gräns-löst liv? En studie av två gränskommuner i Värmland. Karlstad: Karlstad University Press.
- Braunerhielm, Lena & Olsson, Eva 2016: "Hur uppfattar värmlänningarna Norge?". I: Norell, P O & Nilsson, Lenart (red.): Värmländska utmaningar. Politik, Ekonomi, Samhälle, Kultur, Medier. SOM-Rapport nr 67. Karlstad: Karlstad University Press.
- Broberg, Richard 1972/2001: Språk- och kulturgränser i Värmland. En översikt och några synpunkter. Språk- och folkminnesinstitutet, Uppsala.
- Brodén, Lasse, Hall, Kim & Heiberg, Kathrine 2008: Skandigration – så får vi samarbetet att fungera. Viby: Scanprint
- Christiakis, Nicholas A. & Fowler, James H. 2010: "Connected. Mänskliga relationer, sociala nätverk och deras betydelse i våra liv". Stockholm: Natur & Kultur Akademisk
- Daun, Åke 1989/1998: Svensk mentalitet. Ett jämförande perspektiv. Stockholm: Rabén & Prisma.
- Donnan, Hastings & Wilson, Thomas M. 2001: Borders. Frontiers of Identity, Nation and State. Oxford: Berg.
- Edlund, Lars-Erik (red.) 1994: Kulturgränser – myt eller verklighet? Diabas. Skrifter från den dialektgeografiska databasen inom Institutionen för nordiska språk vid Umeå universitet.
- Edlund, Lars-Erik (red.) 1997: "Kulturgräns norr: Förändringsprocesser i tid och rum. Presentation av forskningsprogram jämte en uppsats om tvärvetenskap". I: Kartan i kulturforskningens tjänst. Kulturens Frontlinjer. Skrifter från forskningsprogrammet Kulturgräns Norr. Umeå 1997.
- Edlund, Lars-Erik & Greggas, Anna Karolina 2000: Kulturgräns norr. Studier av kulturella förändringsprocesser på nordskandinaviskt område. Umeå 2000.
- Ehn, Billy, Frykman, Jonas & Löfgren, Orvar 1993: Försvenskningen av Sverige. Det nationellas förvandlingar. Stockholm: Natur och Kultur.
- Erixon, Sigurd 1919: Svenska gårdstyper. Rig. Tidskrift för Föreningen för svensk kulturhistoria. Nr 1. Stockholm.
- Erixon, Sigurd 1922: Svensk byggnadskultur och dess geografi. Ymer. Tidskrift utgiven av sällskapet för Antropologi och geografi. Häfte 3 och 4. Stockholm.
- Erixon, Sigurd 1945: Svenska kulturgränser och kulturprovinser. Kungliga Gustav Adolfs Akademiens småskrift 1. Stockholm: Lantbruksförbundets Tidskrifts AB.
- Fjellström, Phebe 1997: "Mentala kartor i gränsland – belyst av människors livsmönster i det forna Tornedalen". I: Lars-Erik Edlund (red.): Kartan i kulturforskningens tjänst. Kulturens Frontlinjer. Skrifter från forskningsprogrammet Kulturgräns Norr. Umeå 1997.

- Forsberg, Gunnel, Grimsrud, Gro Marir, Jakobsen, Liselotte, Jansdotter, Maria & Stubberud, Kari Vangsgraven 2006: Gränsfall. Platsens betydelse för omställning och utveckling i en gränsregion. Nordregio 2006.
- Forsberg, Gunnel, Jakobsen, Liselotte och Jansdotter, Maria 2007: "Lokalt formade livsformer, handlingspraktiker och världsbilder". I: Berger, Sune, Forsberg, Gunnel & Ørbeck, Morten (red.): Inre Skandinavien – en gränsregion under omvandling. Karlstad: Karlstad University Press.
- Frykman, Jonas 1993: "Nationella ord och handlingar". I: Ehn, Billy, Frykman, Jonas & Löfgren, Orvar (red.): Försvenskningen av Sverige. Det nationellas förvandlingar. Stockholm: Natur och Kultur.
- Gottfridsson, Hans Olof 2012: "Arbetspendling – samma fast olika?". I: Olsson, Eva, Hauge, Atle & Ericsson, Birgitta (red.) 2012a: På gränsen. Interaktion, attraktivitet och globalisering i Inre Skandinavien. Att göra regionala skillnader till en styrka. Resultat i korthet från ett interregionalt forskningsprojekt. Karlstad: Karlstad University Press.
- Gottfridsson, Hans Olof, Olsson, Eva, Möller, Cecilia & Öjehag, Andreas 2012: "Att gränspendla – samma fast olika". I: Olsson, Eva, Hauge, Atle & Ericsson, Birgitta (red.) 2012b: På gränsen. Interaktion, attraktivitet och globalisering i Inre Skandinavien. Karlstad: Karlstad University Press.
- Gottfridsson, Hans Olof & Möller, Cecilia 2016: "Värmlänningar i rörelse. En studie av värmlänningars vardagsmobilitet." I: Norell, P O & Nilsson, Lennart (red.): Värmländska utmaningar. Politik, Ekonomi, Samhälle, Kultur, Medier. SOM-Rapport nr 67. Karlstad: Karlstad University Press.
- Green, Anna 2008: Cultural History. New York: Palgrave Macmillan.
- Grimsrud, Gro Marit 2007: "Identitet i grenseland". I: Berger, Sune, Forsberg, Gunnel & Ørbeck, Morten (red.): Inre Skandinavien – en gränsregion under omvandling. Karlstad: Karlstad University Press.
- Karlsson, Svante 2011: "Perifera platser på gränsen till omvandling. Gränshandel som drivkraft för regional utveckling". I: Olsson, Eva, Berger, Sune & Gottfridsson, Hans Olof 2011: Gränslöst liv? En studie av två gränskommuner i Värmland. Karlstad: Karlstad University Press.
- Linde-Laursen, Anders 1995: Det nationales natur. Studier i dansk-svenske relationer. Nordisk Ministerråd, København.
- Lundin, Johan A. & Nilsson, Fredrik 2015: "Spritsmuggling på Östersjön. En kulturhistorisk studie av nätverk i tillblivelse". Göteborg: Makadam Förlag
- Löfgren, Orvar 1993/2005: "Nationella arenor". I: Ehn, Billy, Frykman, Jonas & Löfgren, Orvar (red.): Försvenskningen av Sverige. Det nationellas förvandlingar. Stockholm: Natur och Kultur.
- Löfgren, Orvar 2007: "Identitetstrafik över Öresund". I: Modéer, Kjell Å (red.): Grændse som skiller ej! Kontakter över Öresund under 1900-talet. København: Museum Tusulanum Forlag.
- Löfgren, Orvar 2010: "Hur finns regionen?". I: Löfgren, Orvar & Nilsson, Fredrik (red.) 2010: Regionauterna – Öresundsregionen från vision till vardag. Göteborg: Makadam Förlag.
- Löfgren, Orvar & Nilsson, Fredrik (red.) 2010: Regionauterna – Öresundsregionen från vision till vardag. Göteborg: Makadam Förlag.
- Medeiros, Eduardo 2011: Interreg-A Inner Scandinavia. Cross-border development partnership. Priorities and Achievements (2007-2010). Final Report – Dec 2011.
- Medeiros, Eduardo 2014: Barrier Effect and Cross-Border Cooperation. The Sweden-Norway Interreg-A Territorial Effects. Finisterra, XLIX, 97.
- Medeiros, Eduardo 2017: Cross-border cooperation in inner Scandinavia: A territorial impact assessment. Environmental Impact Assessment Review, 62.
- Möller, Cecilia 2012: "Värmland". I: Olsson, Eva, Hauge, Atle & Ericsson, Birgitta (red.) 2012a: På gränsen. Interaktion, attraktivitet och globalisering i Inre Skandinavien. Att göra regionala skillnader till en styrka. Resultat i korthet från ett interregionalt forskningsprojekt. Karlstad: Karlstad University Press.
- Möller, Cecilia, Olsson, Eva & Öjehag, Andreas 2012: "'Harryland'? Gränshandel i tre värmländska kommuner". I: Olsson, Eva, Hauge, Atle & Ericsson, Birgitta (red.): På gränsen. Interaktion, attraktivitet och globalisering i Inre Skandinavien. Karlstad: Karlstad University Press.
- Nilsson, Fredrik 2002: "Regional extas. Region Skånes och Stiftelsen Skånsk Framtids regionalism. Eller: Ecstasy och den regionala vansinnesdansen". I: Nord Nytt. Nordisk tidskrift för etnologi och folkloristik. Nr 83 April 2002.
- Nilsson, Fredrik 2007: "Nationalitet og landegrænser er os lige gyldige". En studie av ungsocialister och gränsöverskridande vid tiden kring 1900". I: Nilsson, Fredrik, Sanders, Hanne & Stubbergaard, Ylva (red.): Öresundsgränser. Rörelser, möten och visioner i tid och rum. Göteborg: Makadam Förlag.
- Nilsson, Fredrik, Sanders, Hanne & Stubbergaard, Ylva (red.) 2007: Öresundsgränser. Rörelser, möten och visioner i tid och rum. Göteborg: Makadam Förlag.
- Nilsson, Fredrik 2010: "Öresund Plaza. Om konsten att passera". I: Löfgren, Orvar & Nilsson, Fredrik (red.): Regionauterna – Öresundsbron från vision till vardag. Göteborg: Makadam Förlag.
- Nilsson, Fredrik 2014: "Border Practices and Speed. Cultural perspectives on borders and smuggling". Ethnologia Europaeae. Vol 44.
- O'Dell, Tom 2002: "Regionauterna". I: Berg, Per Olof, Linde-Laursen, Anders & Löfgren, Orvar (red.): Öresundsbron på uppmärksamhetens marknad. Regionbyggare i evenemangsbranschen. Lund: Studentlitteratur.
- Olsson, Eva, Berger, Sune & Gottfridsson, Hans Olof 2011: Gränslöst liv? En studie av två gränskommuner i Värmland. Karlstad: Karlstad University Press.
- Olsson, Eva 2011a: "Gränsbunden livsstil – om genusrelationer och social polarisering". I: Olsson, Eva, Berger,

- Sune & Gottfridsson, Hans Olof 2011: Gränslöst liv? En studie av två gränskommuner i Värmland. Karlstad: Karlstad University Press.
- Olsson, Eva 2011b: "Studiens forskningsmetoder – surveyundersökningar, intervjuer och observationer". I: Olsson, Eva, Berger, Sune & Gottfridsson, Hans Olof 2011: Gränslöst liv? En studie av två gränskommuner i Värmland. Karlstad: Karlstad University Press.
 - Olsson, Eva, Hauge, Atle & Ericsson, Birgitta (red.) 2012a: På gränsen. Interaktion, attraktivitet och globalisering i Inre Skandinavien. Att göra regionala skillnader till en styrka. Resultat i korthet från ett interregionalt forskningsprojekt. Karlstad: Karlstad University Press.
 - Olsson, Eva, Hauge, Atle & Ericsson, Birgitta (red.) 2012b: På gränsen. Interaktion, attraktivitet och globalisering i Inre Skandinavien. Karlstad: Karlstad University Press.
 - Persson, Fredrik 2008: Skåne. Den farliga halvön. Historia, identitet och ideologi 1865–2000. Lund: Sekel förlag.
 - Reeves, Madeleine 2014: Border Work. Spatial lives of the state in rural central Asia. Ithaca and London: Cornell University Press.
 - Rumford, Chris (red.) 2009: Citizens and Borderwork in Contemporary Europe. London and New York: Routledge.
 - Rumford, Chris 2014: Cosmopolitan Borders. Basings-toket: Palgrave Macmillan.
 - Stubberud, Kari Vangsgraven 2007: "Landsbruksbefolkningen i grensetraktene. Bøndernes tilnærming til en ny hverdag". I: Berger, Sune, Forsberg, Gunnel & Ørbeck, Morten (red.): Inre Skandinavien – en gränsregion under omvandling. Karlstad: Karlstad University Press.
 - Sundin, Alf & Hauge, Atle 2007: "Statlig politik och lokalt handlingsutrymme". I: Berger, Sune, Forsberg, Gunnel & Ørbeck, Morten (red.): Inre Skandinavien – en gränsregion under omvandling. Karlstad: Karlstad University Press.
 - Tolgensbakk, Ida 2014a: "Definisionssmakt og søskenkjærlighet. Hvorfor ler nordmenn (fremdeles) av svensker?". I: Jönsson, Lars-Eric & Nilsson, Fredrik (red.): Skratt som fastnar. Kulturella perspektiv på skratt och humor. Lund Studies in Arts and Cultural Science.
 - Tolgensbakk, Ida 2014b: Partysvensker; Go Hard! En narratologisk studie av unge arbeidsmigranternas nærvær i Oslo. Oslo universitet, Institutt for kulturstudier og orientalske språk.
 - Ørbeck, Morten & Gløtvold-Solbu, Katrine 2012: "Svensker på jobb i Norge". I: Olsson, Eva, Hauge, Atle & Ericsson, Birgitta (red.): På gränsen. Interaktion, attraktivitet och globalisering i Inre Skandinavien. Karlstad: Karlstad University Press.
 - Ørbeck, Morten, Olsson, Eva, Hauge, Atle & Ericsson, Birgitta 2012: Att göra regionala skillnader till en styrka. En introduktion. I: Olsson, Eva, Hauge, Atle & Ericsson, Birgitta (red.) 2012b: På gränsen. Interaktion, attraktivitet och globalisering i Inre Skandinavien. Karlstad: Karlstad University Press.

FOTNOTER

¹ Hur företag förhöll sig till gränsfrågor och grannlandet hade uppmärksammats av Region Värmland redan 2013. Rapporten Relationen Sverige – Norge och Värmlands roll redogjorde bland annat för en undersökning av attityder bland svenska och norska företag. Bland de värmländska företagen menade 48 procent att formella hinder utgjorde ett problem när man verkade eller eftersträfvade att verka transnationellt (Region Värmland 2013:11).

² Hemsidan, http://ec.europa.eu/regional_policy/sv/policy/cooperation/european-territorial/, besöktes 2017.07.01.

³ Gränstrakterna utgörs av svensk periferi. Det handlar om 22 kommuner (från Kiruna i norr till Strömstad i söder) längs en 1 590 km lång gräns. Den norska sidan är också glesbygd och kännetecknas av stora avstånd, även om den dynamiska Osloregionen präglar den södra delen (Karlsson 2011:18).

⁴ I en tidigare studie rekommenderade betonade Medeiros ytterligare satsningar för att: "(i) capitalizing knowledge and innovation transfer along the border; (ii) solving structural problems of labour market; (iii) gradually harmonize the education systems and promote students mobility; (iv) stimulating entrepreneurship and by (v) bringing new knowledge (seminars) and new markets to firms" (2011:15–16).

⁵ Värmlänningar i rörelse (Gottfridsson & Möller 2016)

framgår det att orsakerna till pendling i vissa avseenden har förändrats under 2000-talet, åtminstone om man inkluderar pendling till andra svenska kommuner.

⁶ Sådan dynamik har studerats ingående i Öresundsregionen (se Berg, Linde-Laursen & Löfgren 2000, Nilsson, Sanders & Stubbergaard 2007).

⁷ I den i vissa avseenden summerande Svenska kulturgränser och kulturprovinser (Erixon 1945) poängterades följaktligen att svensk folkkultur ingalunda skulle uppfattas i singularis. Förvisso var befolkningen i Sverige, jämfört med många andra europeiska stater, tämligen homogen, men landets geografiska utsträckning innebar att det förekom "många märkbara skiftningar" (1945:3) inom landets gränser. I en annan publikation (Nilsson 2014) diskuterar jag etnologiska studier av gränser mer utförligt.

⁸ Se Richard Broberg (1972/2001) för en genomgång av språk- och kulturgränser i Värmland.

⁹ Studien ingick i ett större projekt vars olika delar presenteras i Kulturgräns norr. Studier av kulturella förändringsprocesser på nordskandinaviskt område (Edlund & Greggas 2000). I flera fall byggde man vidare på folklivsforskningens resultat. Se även Edlund (1994) för diskussioner om kulturgränser i norra Skandinavien.

¹⁰ Morokulien är en informell benämning på ett svensk-

norskt gränsområde i Värmland och Hedmark Fylke. Namnet tillkom då radioprogrammet "Över alla gränser", under ledning av Lennart Hyland och Randi Kolstad, sändes. På Edas hemsida presenteras Morokulien på följande vis: "Morokulien är ett sex hektar stort område i Sverige vid gränsen mot Norge och har helt informellt kallats självständigt land/mikrostat. Vid varje gränshörn står olika sorters markeringar [...] Den svenske och den norske statsministern Tage Erlander och Gerhardsen erkände på lördagskvällen den 3 oktober 1959 Morokulien som Nordens nya stat, och Hyland åtog sig rollen som statschef. Rikets flagga skapades av Ingegerd Leiditz som tog hem den speciella flaggritartävlingen med sin gulblåvita skapelse med ett rött kors i mitten. Den vajar fortfarande över det sex hektar stora landet mitt mellan Sverige och Norge" (www.uppleveda.se/morokulien).

¹¹ I Skåne förekommer snarlika föreställningar där den geografiska närheten och historiska banden till Danmark anses ligga till grund för en särskild gemenskap (Nilsson 2002, Persson 2008).

¹² Denna permanenta tillfällighet hade lämnat konkreta, fysiska spår i gränsområdet. Handeln bedrevs inte sällan i baracker, tält och eftersatta lokaler, vilket gav gränshandeln ett dåligt rykte. Sprit- och matrosor till Sverige kallades i Norge för "harryturer", en i social mening nedlåtande benämning (Berger 2011:95). I en senare studie tycks dock situationen ha förändrats, åtminstone avseende det fysiska landskapet: "Den värmländska gränshandeln i Töcksfors och Charlottenberg med tillhörande norska investeringar innebär nya rumsliga uttryck, från att ha ägt rum i små baracker och tält växer den fram i form av urbana miljöer och välorganiserade gallerior" (Möller, Olsson & Öjehag 2012:85).

¹³ Se även Cecilia Möller (2012:15). (Gress är en slutrapport som baseras på de studier som publicerades i Olsson, Hauge & Ericsson 2012a). Den negativa inställningen och de negativa stereotyperna kan ses som ett resultat av att maktrelationen mellan nationerna har omskapats. Tidigare var Sverige den självklara storebrodern, men med den norska ekonomins utveckling har situationen förändrats (Berger 2007:66). Sådana maktförskjutningar och kulturella tendenser har även noterats i Öresundsregionen, men då med fokus på relationen mellan svenskar och danskar (Löfgren 2010).

¹⁴ Se Ida Tolgensbakk (2014b) för en analys av hur svenskar omtalas och har omtalats i Norge samt hur unga svenskar som migrerat till Norge berättar om sitt liv.

¹⁵ Samtidigt menar dock Grimsrud att det finns en grund för en gemensam identitet: Människor på båda sidor av gränsen delar erfarenheten av att befinna sig i periferin (i relation till respektive nations maktcentra); man anser sig vara annorlunda jämfört med människorna i storstaden och man anser sig dela en gemensam historia (Grimsrud 2007:22-23, jfr även Forsberg, Grimsrud, Jakobsen, Jansdotter & Stubberud 2006).

¹⁶ Bergers studie ingick i ett större Interreg-projekt vars resultat publicerades i volymen Inre Skandinavien – en

gränsregion under omvandling. Projektet undersökte gränssnitten Dalarna-Hedmark samt Värmland-Akershus. Enligt studien var den ekonomiska dynamiken starkare på den norska sidan av gränsen samtidigt som inte alla norska områden var lika dynamiska (Berger, Forsberg & Ørbeck 2007:9). Inre Skandinavien består av Värmland, delar av Dalarna, Hedmarks fylke samt delar av Östfolds och Akershus fylken.

¹⁷ Delstudien Lokalt formade livsformer, handlingspraktiker och världsbilder konstaterade att traditionella genusroller tycks fungera på ett liknande sätt: De reproducerar traditionella sätt att organisera det sociala livet i övrigt (Forsberg, Jakobsen & Jansdotter 2007:52).

¹⁸ Berger var inspirerad av historikerna i den så kallade Annales-skolan. Genom att studera längre tidssnitt menade Annales-historikerna att det var uppenbart att samhällen präglades av sega strukturer, snarare än snabb förändring. Grunden till denna skola lades av historikerna Lucien Febvre och Marc Bloch som 1929 gav ut första numret av tidskriften Annales d'histoire économique et sociale. Se Anna Green (2008:27-34) för en diskussion av mentalitetshistoria. I enlighet med denna tradition uppstår eller förändras mentalitet som en reaktion på yttre hot eller faror, men mentalitet formas också av platsens karaktär (t.ex. natur och ekonomi) och kulturellt formade och tradeerade föreställningar om den Andre (Berger 2007:69-71).

¹⁹ Linde-Laursen använder dock inte mentalitetsbegreppet, utan det besläktade begreppet identitet.

²⁰ Idrotten som en arena för informella läroprocesser har även uppmärksammats i studier av nationella identiteter (Ehn, Frykman & Löfgren 1993). I studier av Öresundsregionen har etnologen Tom O'Dell undersökt transnationella läroprocesser och benämner aktörer med transnationella kompetenser regionauter (2002, se även Löfgren & Nilsson 2010).

²¹ Med inspiration från psykologin diskuterar etnologerna Orvar Löfgren (2007:92) och Gunnar Alsmark detta i termer av de små skillnadernas narcissism: "Globalt sett är Norden ett mycket homogent område, något vi lätt glömmer bort i vår iver på att lyfta fram skillnader snarare än likheter. Psykologer talar om de små skillnadernas narcissism – hur vi helst speglar oss i människor som inte är alltför annorlunda oss själva, där små olikheter blir väldigt viktiga. Norgevitsarna i Sverige, och deras motsvarighet i Norge om svenskarna, är exempel på detta behov av markering mellan två länder som historiskt sett lika väl kunde vara ett och samma land" (Alsmark 2010:139).

²² Eftersom territorialgränsen ofta är osynlig eller otillgänglig (t.ex. då den finns i ödemarker eller till havs) måste gränsen synliggöras på andra platser (jfr även Donnan & Wilson 2001, Nilsson 2007).

²³ På ett liknande sätt argumenterar kulturgeografen Linn Axelsson: "State borders do not only appear along the lines at the edge of state territory but rather are multiplied in their locations" (2012:53). Axelsson menar även att "a range of private economic actors, civil society and citizens are engaged in border work" (2012:54).



ØRESUNDS
INSTITUTTET

ØRESUNDSINSTITUTTET är ett oberoende dansk-svenskt kunskapscentrum som genom analyser, fakta, konferenser och medieverksamhet bidrar till en ökad kännedom om utvecklingen i Öresundsregionen. Verksamheten drivs utan vinst-intresse och med finansiering av över 100 medlemmar från stat, regioner, kommuner, universitet, högskolor och det privata näringslivet.

Östergatan 9 A | 211 25 Malmö | +46 (0) 40 30 56 30 |
info@oresundsinstitutet.org | www.oresundsinstitutet.org

Denna analys har utarbetats av Øresundsinstitutet på uppdrag av projektet Gränsmöjligheter – en 161 mil integrerad arbetsmarknad längs norsk-svenska gränsen.

KONTAKT GRÄNSMÖJLIGHETER

Länsstyrelsen Värmland

Katarina Nordmark (svensk projektledare)

Tfn: +46 10 224 73 94, katarina.nordmark@lansstyrelsen.se

Mikael Sondell (Grensetjänsten)

Tfn: +46 70 979 51 68, mikael@gtm.nu

Hedmark fylkeskommune

Kjell Vaagen (norsk projektledare)

Tfn: +47 414 999 85, kjell.vaagen@hedmark.org



HEDMARK
FYLKESKOMMUNE



Fylkesmannen i Hedmark

Svinesundskommittén

Arbetsförmedlingen

grense • tjänsten
NORGE-SVERIGE



Mittnorden
Nordens Gröna Bälte



VÄSTRA
GÖTALANDSREGIONEN



ØSTFOLD
FYLKESKOMMUNE