

Svenska varor allt populärare i arabvärlden

Sveriges export till arabvärlden skjuter i höjden. Bara under år 2000 ökade värdet av varuexporten till de arabisktalande länderna med över 50 procent. Vad araberna skriker efter är framför allt mobiltelefoner.

Exporten till arabländerna har ökat under hela 1990-talet och värdet uppgick år 2000 till över 19 miljarder kronor. Den största ökningen, räknat i kronor, står Saudiarabien för, men även till Egypten, Marocko och Tunisien ökade Kompetens. Det är honnörsordet bland personalansvariga på svenska företag som rekryterar personal till försäljning i arabvärlden. Och vad är kompetens? Jo, tekniska kunskaper, snarare än exempelvis kunskaper i arabiska.

export stort under år 2000.

Arabvärlden är ingen enhetlig region. Geografiskt sträcker den sig från Marocko till Oman; ekonomiskt spänner den från kamelmjolk på marknader i Saharas oaser till högteknologiska Internet City i Förenade arabemiraten.

Ett högt oljepris ger Saudiarabien och småstaterna på arabiska halvön stora intäkter som kan omsättas till exempel i mobiltelefonsystem. Turister som strömmar från Europa till Marocko och Tunisien ger också klirr i kassan och möjligheter att öka importen.

-- Arabvärlden har stora behov och gott om pengar nu, och om de är vettiga och inte bara köper vapen så finns det mycket för Sverige att hämta, säger Samir Boutani, journalist och utgivare av tidskriften Voice of Scandinavia som marknadsför svenska företag i arabvärlden.

En fördel med arabvärlden är, menar Samir Boutani, att suget efter nyheter är stort.

-- Kommer man med nya idéer finns goda möjligheter att sälja även sådant som inte efterfrågas. Det är inte alltid människor med pengar kan definiera sina behov, säger han.

Sverige står i arabvärlden för kvalitet och pålitlighet. Även politiskt har Sverige fördelar. Många privata företag bojkottar amerikanska varor på grund av det amerikanska stödet för Israel. Mot briter och fransmän finns också en misstänksamhet på grund av deras historia som kolonialmakter.

Procentuellt sett är den svenska exporten till Irak den som ökar mest; under förra året med hela 500 procent. Förklaringen är lättnader i de internationella handelssanktionerna mot landet. Svensk försäljning till Irak är visserligen

fortfarande inte hälften av vad den var före Kuwaitkrisen 1990, men på Bagdadmässan förra året fanns 20 svenska företag representerade. Sverige ligger, liksom många andra länder, i startgroparna när sanktionerna hävs.

Politiska kriser slår snabbt igenom i statistiken över export till arabvärlden. Algeriet är ett exempel. Svensk export dit rasade under 1991-92, då det blodiga inbördeskriget bröt ut. Exporten till Libanon ger en omvänd bild. Där stabiliserades det politiska läget runt 1990, varpå svensk export dit tog fart.

Alla arabländer är diktaturer i en eller annan form. Hans Grönwall på Exportrådet ser inte det som något hinder för svensk export.

-- Det är klart att mänskliga rättigheter sitter lite kort här och var, men för svenskar som arbetar där är deras regler rimliga. Man får inte bedriva politisk verksamhet men håller man sig till affärsverksamhet är det inga problem.

Arabisk kultur: gott om tid

Ta dig tid. Inse att privatlivet är en del av businessen. Se dig som gäst men ta chansen att bjuda igen om den ges. Det är några råd som ges till den företagare som vill smälta in i den arabiska kulturen.

Unga egyptier i Kairo surfar fram på nätet med samma självklarhet som svenska ungdomar. Samtidigt finns det stora grupper människor i arabvärlden som fortfarande lever som nomader. Kan man ens tala om en arabisk kultur då?

-- Ja, säger journalisten Samir Boutani. Kulturen är religionen, synen på tid, det arabiska språket, reglerna för umgänget. Och den gemensamma historien, den palestinska tragedin. Eländet, fattigdomen. Och oljan, men rikedomerna där är ny.

Hur uppkopplade, beresta och engelsktalande många araber än är så håller ändå fast vid traditionella värderingar, säger Samir Boutani.

-- Jag var i Kairo och skulle köpa en ordlista på data. Varje gång jag försökte ringa företaget som sålde den så var den ansvarige upptagen i bön.

Han menar att svenskar som reser till arabvärlden i affärer måste anpassa sig: ta god tid på sig, sätta sig in i kundens familjeförhållanden och välvilligt besvara på frågor som "tjänar du bra?", helst med frasen "tack vare Gud!".

Men om svenska affärsmän ska lära sig arabisk kultur, borde inte arabiska företagare plugga västerländsk kultur på motsvarande sätt? Det tycker inte Samir Boutani. För det första kan de redan mycket mer om väst än västerlänningar kan om dem, framför allt genom medierna.

-- Och för det andra är det köparnas marknad, säger Samir Boutani.

Alltså: om svenskarna vill sälja till araberna så får svenskarna anpassa sig.

Arabisk bakgrund merit på Ericsson

Kompetens. Det är honnörsordet bland personalansvariga på svenska företag som rekryterar personal till försäljning i arabvärlden. Och vad är kompetens? Jo, tekniska kunskaper, snarare än exempelvis kunskaper i arabiska.

-- Om vi skulle rekrytera en person bara för att ha med ett visst land att göra skulle personens karriärväg bli ganska smal. Det är kompetens som avgör, säger en personalchef på ett svenskt storföretag.

Ta exemplet med vilka språkkunskaper som värderas. Storföretagen har engelska som koncernspråk. Även på mindre företag sköts oftast affärerna på engelska. Att kunna arabiska ses inte som en viktig merit av de flesta personalansvariga på svenska exportföretag.

Bo Lundell är ansvarig för försörjning av personal till Ericssons verksamhet i bland annat arabvärlden.

-- Kompetensen har högsta prioritet. Men sedan kan det vara en merit att kunna det sättet att tänka och agera som gäller i arabvärlden, säger han.

Och på Ericsson har många av dem som rekryteras för jobb i arabvärlden arabisk bakgrund. Detta anses ha bidragit till Ericssons framgångar i arabvärlden. Exempelvis förhandlades företagets kontrakt med Saudiarabien fram av en person med arabisk bakgrund.

Men ibland fungerar det inte. Det finns kunder i arabvärlden som föredrar infödda svenska säljare. En orsak kan vara att de är medvetna om den strukturella diskriminering som invandrare i Sverige utsätts för och därför tar för givet att en svensk-arab som representerar ett svenskt företag aldrig kan ha någon viktig position inom företaget. En annan orsak kan vara politisk: statliga företag i arabvärlden vill inte göra affärer med personer som kanske flytt landet av politiska skäl.

Och vice versa naturligtvis: Många flyktingar är själva ovilliga att återvända för att försöka smöra för statliga företag. Det är inte alltid svenska företag har fingertoppskänsla nog att uppfatta det. Det har hänt att svensk-arabiska flyktingar har skickats på uppdrag till diktaturer de har opponerat sig mot. Som arbetsmarknaden ser ut för invandrare i Sverige kan det vara svårt för den anställda att protestera i ett sådant läge.

Bredband till sandlandet

Bredband till sandlandet? När Mohammed Fahd berättade om sin affärsidé var det inte många som trodde på den. Men olyckskorparna ser ut att få fel. Inom kort börjar Mohammed Fahd bygga noder för trådlöst bredband i Saudiarabien.

Mohammed Fahd är svensk--palestinier. Han har släktingar och kompisar spridda över hela arabvärlden. När han har rest runt och hälsat på dem har han slagits av att de har bra datorer men dåliga internetanslutningar.

-- Att dra nya kablar tar evigheter och är dyrt. Men Golfstaterna har mycket pengar och de vill satsa dem på att göra landet bättre. Och Mellanöstern har en mycket ung befolkning. De är välutbildade, de är hungriga och de känner sig lite efter, säger Mohammed Fahd.

Så såddes fröet till hans idé: att sälja telekomknowhow och låta lokala arabiska bolag stå för investeringarna. Idag har Mohammed Fahds bolag IFRAnet kommit längst i Saudiarabien. Dessutom har man verksamhet i Qatar, Kuwait och Jordanien.

Men ingenstans har verksamheten hittills gett några intäkter. För regionen är tungrodd. Särskilt när det gäller telekommunikation, ett område där staten fortfarande har monopol i många av länderna.

-- De tjänar ju pengar på att folk använder modem för att koppla upp sig på Internet. Men de skulle tjäna ännu mer pengar om kunderna hade bredband, säger Mohammed Fahd.

Han menar att business i arabvärlden kräver viss fingertoppskänsla, till exempel när det gäller förhållandet till pengar. Han berättar hur en kund ifrågasatte en kostnad hans samarbetspartner, som är infödd svensk, hade satt upp på en räkning. "Vi måste ju ha något att leva på", svarade svensken rakt.

-- Det förstod de inte. De är vana vid att de som sysslar med något avancerat är rika.

En fördel är däremot konkurrenssituationen mellan länderna till exempel vid Persiska viken.

-- Man pratar om svensk avundsjuka men det är likadant där. I Dubai i Förenade arabemiraten byggde de Internet City förra året. Det är så flott så det verkar inte gjort för att någon ska jobba där. Qatar och andra länder blev galna och ville försöka knäcka Dubai.

Svensk export till arabvärlden – topplista

Telekomutrustning

Pappersvaror

Trävaror

Fordon

Malm och metall