

SvD NÄRINGSLIV

Näringsliv

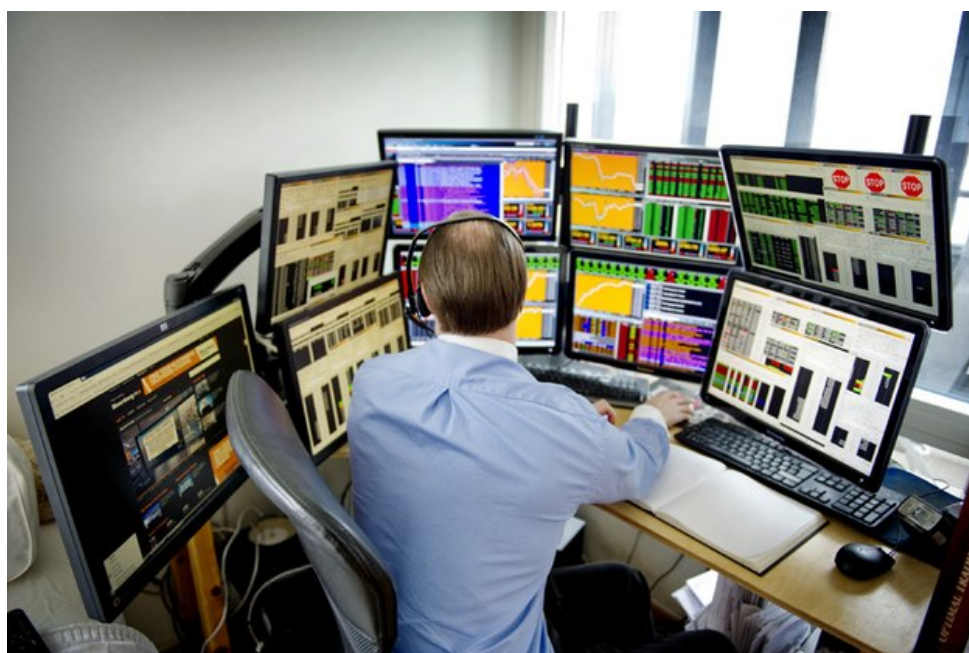
Fortsatt tro på tillväxt bland svenska börsbolag

Svenska börsbolag gick in med en positiv syn på 2015. Osäkerheter i världsekonomin har inte påverkat självförtroendet, visar en ny undersökning.

Av Emelie Nordh

🕒 Idag 06.00

f 8



En daytrader som uppmärksammat sitter och följer den rådande aktiehandeln.
Foto: Daniel Nilsson

Bland de 100 svarande ryms marknads- och säljchefer från så väl små som stora börsbolag. 60 procent tror att försäljningen för andra halvåret 2015 kommer att öka jämfört med samma period i fjol.

Det är PMP Marknadskonsult som genomfört undersökningen, som kallas Säljindikatorn, och företagets vd Mikael Julher menar att det är ett positivt resultat.

– Vi har genomfört den här undersökningen sedan 2006 och det här är helt klart starka siffror, säger han.

” Vi har genomfört den här undersökningen sedan 2006 och det här är helt klart starka siffror.

Undersökningen visar att tillväxt är av hög prioritet för börsbolagen de kommande tre åren. 45 procent svarar att tillväxten är ett avgörande verksamhetsmål för ledningen och 43 procent svarar att den är mycket viktig.

Samtidigt uppger 42 procent att försäljningsresultatet för årets första sex månader ligger över försäljningsbudgeten. Det är ett gott tecken, enligt Mikael Julher.

– Det är en stark siffra med tanke på att många bolag gick in med en tuff budget 2015, säger han.

Cheferna bland börsens små bolag är särskilt positiva. Bland dem tror 66 procent att försäljningen kommer att öka andra halvåret jämfört med samma period 2014. De flesta, 57 procent, tror på en försäljningsökning mellan 1–10 procent.

– Det kan lättast förklaras med att de små bolagen har ett börsvärde på upp till 10 miljarder och då är det lättare att slänga om sina resurser när det drar i marknaden, säger Mikael Julher.

För helåret spår 75 procent en försäljningsökning jämfört med i fjol. Samma undersökningen som genomfördes i början av året visade att runt 80 procent trodde på ökad försäljning men det innebär inte att optimismen minskat, enligt Julher som pekar på att undersökningen har en felmarginal på 5 procentenheter.

Han menar att bolagen inte räds oroligheter i världsekonomin.

– Vi får höra i våra samtal med företagen att de har ett bra självförtroende som bygger på underliggande efterfrågan. När vi ställer frågan vart de har sina starkaste marknader så är nummer ett Sverige, nummer två är USA och nummer tre är Tyskland, säger han.

Emelie Nordh