

Projekt Kosmopolit

Projekt Kosmopolit är regeringens särskilda satsning för att ta tillvara utlandsföddas unika kompetens för att öka utrikeshandeln, skapa fler jobb och högre tillväxt.

Handelsminister Ewa Björling initierade 2007 arbetet med att ta tillvara utlandsföddas unika kunskaper i syfte att öka Sveriges handel med omvärlden. Satsningen konsoliderades under 2009 under namnet Projekt Kosmopolit.

Informationen hämtad från www.regeringen.se, se direktlänkar efter varje artikel

Innehåll:

Projekt Kosmopolit, kort beskrivning	2
Mål för projekt Kosmopolit	2
Bakgrund – varför behövs projekt Kosmopolit?	3
Nätverk bra för utrikeshandeln	4
Ewa Björling besökte Göteborg	5
Nätverksträff med Kosmopolit: Fördjupat samarbete under 2010	7
Nytt projekt ska ta tillvara utlandsföddas erfarenheter	8
Hur kan utlandsfödda öka svensk utrikeshandel?	9
Samarbeten och länkar	10

Projekt Kosmopolit

Projekt Kosmopolit är regeringens särskilda satsning för att ta tillvara utlandsföddas unika kompetens för att öka utrikeshandeln, skapa fler jobb och högre tillväxt.

Handelsminister Ewa Björling initierade 2007 arbetet med att ta tillvara utlandsföddas unika kunskaper i syfte att öka Sveriges handel med omvärlden. Satsningen konsoliderades under 2009 under namnet Projekt Kosmopolit.

Invandringen till vårt land bidrar till en ökad svensk utrikeshandel, visar en ny studie som nyligen publicerades i tidskriften Ekonomisk debatt (nr. 7, november 2009). Studien visar till exempel att en ökning av antalet utlandsfödda med cirka 12 000 personer leder till en ökning av exporten med hela sju miljarder kronor.

Företagare födda utomlands besitter goda kunskaper om affärskultur politik, språk och religion i sina forna hemländer. De har särskilt goda förutsättningar att bedriva handel över gränserna och kan dessutom vara vägvisare för andra svenska företagare.

I satsningen ingår flera åtgärder för att stödja små och medelstora företag. Bland annat avsatte regeringen 2007 4 miljoner kronor till Exportrådet för att skapa nätverk för företagare med utländsk bakgrund. Idag finns sådana nätverk i fem regioner runt om i Sverige med deltagare från en rad branscher och ursprungsländer.

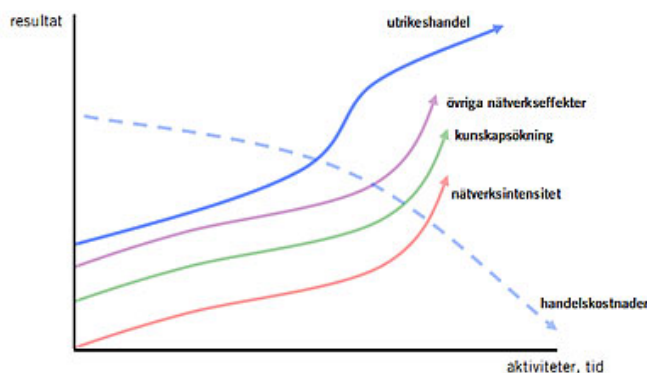
Från: <http://www.regeringen.se/sb/d/12317/a/134437>

Mål för Projekt Kosmopolit

- Lägre handelskostnader och ökad utrikeshandel Det övergripande målet för satsningen är att öka svensk utrikeshandel genom att ta tillvara utlandsfödda företagens unika kunskaper om marknader i deras tidigare hemländer och därigenom öka svenska företags internationaliseringsförmåga, konkurrensförmåga och svensk tillväxt.

Det ska ske genom:

- Bildande av nätverk
- Informationsspridning
- Kompetensutveckling
- Inhämmande av relevant information för förbättrade främjandeinsatser, till exempel genom inrättandet av en så kallad "Advisory board"
- Ökad förståelse för relevanta handelshinder
- Affärsdelegationsresor



Från: <http://www.regeringen.se/sb/d/12332>

Bakgrund – varför behövs Projekt Kosmopolit?

Projekt Kosmopolit är ett försök att underlätta för svenska företag att växa genom export och import oberoende av internationella, regionala eller bilaterala förhandlingar.

Under de senaste åren har Sveriges handel med omvärlden ökat markant. Exporten uppgår nu till över 50 procent av BNP, en betydande ökning från 30 procent av BNP år 1990 och från 23 procent år 1960. Utrikeshandeln, totalt sett, uppgår för närvarande till omkring 97 procent av BNP. Mätt på detta vis hör Sverige till en av världens mest öppna ekonomier. Utrikeshandelns andel av BNP bland OECD-länderna är i genomsnitt endast omkring hälften av Sveriges nivå. Vårt beroende av utrikeshandel och utvecklingen på utländska marknader har aldrig varit större.

Små företag särskilt sårbara

Internationell handel är särskilt viktigt för små och medelstora företag. Deras tillväxt beror i hög grad på globalt marknadstillträde. Samtidigt är internationell handel sammankopplat med betydande fasta kostnader. Företag som önskar ägna sig åt utrikeshandel måste skaffa sig betydande generell kompetens om import och export. Detta går utöver många företags kärnverksamhet; kunskaper om saker som tuldokument, valutasäkringar, regler för inkasso vid utebliven betalning, kontraktsskrivning i samband med internationella affärer och så vidare ligger ofta långt ifrån de små och medelstora företagens huvudverksamheter, något som gör det extra besvärligt att införskaffa sig nödvändiga sakkunskaper. Utöver allmän kunskap om export och import, det vill säga handel i sig självt, kräver internationalisering att företagen inhämtar betydande specifik exportmarknadskunskap. Sådan kunskap kan omfatta kännedom om specifika förhållanden i enskilda länder, såsom betalningstider, lagar och regler, kulturer, språk med mera.

Kunskap får företagen att växa

Både generell kunskap om utrikeshandel samt specifik kunskap om relevanta utlandsmarknader är instrument för att lyckas med internationalisering. För företagen motiveras införskaffande av dessa kunskaper av tillgång till större marknader, ökad försäljningen, nya möjligheter att utnyttja skalfördelar i produktionen. Ytterst är målet tillväxt. Utrikeshandel och internationalisering inverkar härigenom positivt på företagets konkurrenssituation, produktivitet och vinster.

Insatser för att öka förutsättningarna bland små och medelstora företag att utnyttja globaliseringens möjligheter är ett led i regeringens arbete att stärka den svenska konkurrenskraften och öka sysselsättningsgraden.

Sänker kostnader för handel

Små och medelstora företags förmåga till internationalisering kan förbättras på olika vis. Utrikesdepartementet arbetar aktivt med att sänka kostnaderna för svenska företag att handla med omvärlden. Detta sker dels genom handelspolitiken, dels med hjälp främjandet (handels- och investeringsfrämjande insatser). Men den finansiella och ekonomiska krisen har visat att ytterligare krafttag krävs för att stärka svenska företags möjligheter att handla med omvärlden.

När finanskrisen slog till hösten 2008 slog till rasade efterfrågan i den globala ekonomin och nya handelshinder restes. Under de första månaderna 2009 minskade Sveriges varuexport till utlandet med 19 procent jämfört med samma tid året innan. Den globala handeln förutses att krympa med upp emot tio procent under 2009. Inte sedan 1970-talet har världshandeln genomsyrats av en sådan dyster skattning.

Nytt sätt att motverka protektionism

Nya utmaningar kräver nya lösningar. I tider av ekonomisk kris resulterar ofta stigande arbetslöshet och fallande tillväxt i minskat stöd för en öppen handelspolitik. Globaliseringen och den internationella konkurrensen beskylls för att arbetstillfällena går förlorade utan människor sätts i utanförskap. Som ett resultat höjs röster för skyddsåtgärder och mindre ekonomisk öppenhet.

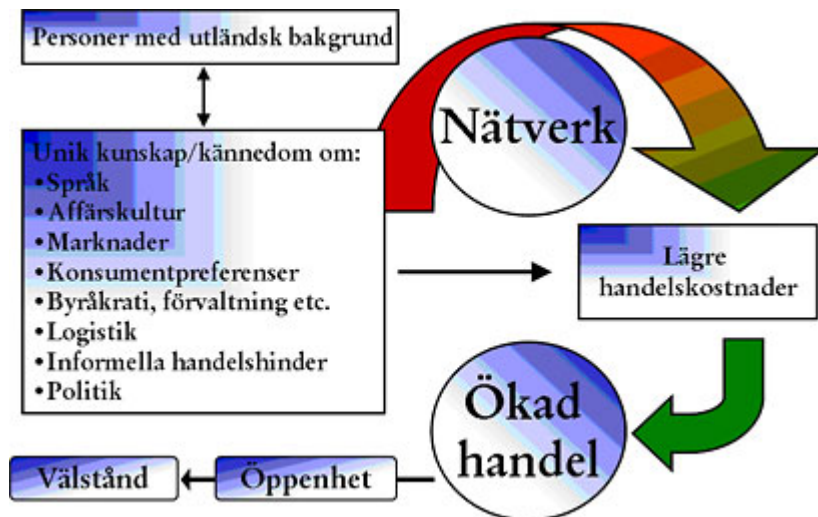
Handelshinder och försämrade utsikter för handel länder emellan får negativa konsekvenser för svensk ekonomi. Historiskt har det dessutom visat sig vara svårt att återställa öppenhet och förutsägbarhet på den globala marknaden när protektionismen väl har slagit rot. Dialog och förhandlingar på multilateral och regional basis är därför viktiga instrument för att bevara marknadens öppenhet och förutsägbarhet. Samtidigt som det är viktigt att understryka att handelspolitikens verktyg för öppna och förutsägbara marknader främst omfattar överläggningar som involverar flera parter. Sänkta handelskostnader och maximalt marknadstillträde för svenska företag kan därför inte alltid uppnås med konventionella metoder.

Projekt Kosmopolit är ett försök att underlätta för svenska företag att växa genom export och import utan att vara beroende av internationella, regionala eller bilaterala förhandlingar.

Från: <http://www.regeringen.se/sb/d/12352>

Nätverk bra för utrikeshandeln

Forskning visar att utbytet av information i sociala nätverk ligger bakom den positiva effekt som utlandsfödda personer har på utrikeshandeln. Regeringen har därför satsat på att starta nätverk för företagare. Idag finns nätverk i Stockholm, Göteborg, Linköping, Malmö och Halmstad.



Regeringen gav 2007 Exportrådet i uppdrag att skapa nätverk för företagare med utländsk bakgrund. Idag finns sådana nätverk i fem regioner runt om i Sverige med deltagare från en rad branscher och ursprungsländer.

Sociala nätverk underlättar informationsspridning. Forskning pekar på att det positiva samband mellan migration och ökad utrikeshandel till stor del beror på att det finns sociala nätverk, styrkan i dessa nätverk, informationsflödet inom nätverken samt interaktionen mellan nätverken och övriga samhället.

Nätverk kan underlätta flödet av handelsrelaterad information bland personer med utländsk bakgrund och på sikt även mellan utlandsfödda samt små och medelstora företag i allmänhet. De kan också fungera som vägvisare för andra små- och medelstora företag som önskar etablera sig på avlägsna utlandsmarknader.

Genom att starta, utveckla och integrera nätverk med fokus på utrikeshandel kan handelskostnaderna sänkas. Effekten blir ökad utrikeshandel, ökad ekonomisk öppenhet och på sikt ökad tillväxt och ett högre välstånd.

De här nätverken finns idag:

- Malmö: Business Network Öresund (BNÖ)
- Göteborg: Sveriges Internationella Företagarförening (SIFFEK)
- Stockholm: Stockholmsregionens Internationella Entreprenörers Nätverk (SIEN)
- Linköping: Swedish International Network for Exchange and Commerce (SINEC)
- Halmstad: (under uppbyggnad)

[Läs mer på SIFFEK:s webbplats](#)

[Läs mer på SIEN:s webbplats](#)

Ewa Björling besökte Göteborg

Över 90 företagare med utländsk och svensk bakgrund träffade handelsminister Ewa Björling den 16 mars i Göteborg. Mötet arrangerades av Kosmopolitnätverket i Västra Götaland, SIFFEK, för att bidra till internationell affärsutveckling.



Tisdag den 16 mars träffade handelsminister Ewa Björling över 90 företagare som ingår i Kosmopolitnätverket i Göteborg. Nätverket i Västra Götaland, SIFFEK, arrangerade ett möte för att diskutera hur man kan bygga upp en bra arena för internationell affärsutveckling.

Projekt Kosmopolit är regeringens särskilda satsning för att ta tillvara på utlandsföddas unika kompetens för att öka utrikeshandeln, skapa fler jobb och högre tillväxt. En studie visar att invandringen till vårt land bidrar till en ökad svensk utrikeshandel. Till exempel leder en ökning av antalet utlandsfödda med cirka 12 000 personer till en ökning av exporten med hela sju miljarder kronor.

Under Göteborgsbesöket deltog handelsministern även i Vuxenutbildningens utbildningsdag som handlade om verksamhetsförlagt lärande, vilket innebär att SFI-utbildningen är sammankopplad med näringslivet. Det betyder att man på en gång tar tillvara på personernas kompetens och tidigare bakgrund genom att skapa delaktighet, ger en inblick i svenskt näringsliv och praktisk yrkesträning, och därigenom skapar en plattform som personerna kan utgå ifrån när de sedan söker arbete. SFI-coacherna finns med som stöd under hela processen.

Handelsministern träffade även olika exportföretag i Göteborgsregionen under besöket, och förde ett samtal om hur de ser på framtidens utmaningar och möjligheter. Besöket i Göteborg var en del i Ewa Björlings Framtidsjobbsturné. Under turnén ska handelsministern besöka 42 orter och träffa företagare, initiativtagare och studenter för att lära sig mer om upplevda handelshinder, men också påvisa de möjligheter som finns för nya jobb att växa fram.

Ansvarigt statsråd

- [Ewa Björling](#)

*Foto: Monica Ohlsson / UD
Utrikesdepartementet ([e-post till departementet](#))
Publicerad 17 mars 2010
Uppdaterad 17 mars 2010*

Från: <http://www.regeringen.se/sb/d/12322>

Nätverksträff med Kosmopolit: Fördjupat samarbete under 2010

Den 2 februari samlades ett stort antal företagare ur de olika Kosmopolitnätverken runtom i Sverige på Utrikesdepartementet i Stockholm för att inventera det gångna året och diskutera planer och framtidsutsikter. Ett femtiotal företagare var på plats, inklusive representanter för de olika nätverken, Exportrådet samt från UD.

Vid nätverksträffen på UD presenterade de olika nätverken sin verksamhet under det gångna året för handelsminister Ewa Björling.

Andreas Hatzigeorgiou, projektansvarig för Kosmopolit på UD, samt Oleg Zastenker, projektansvarig på Exportrådet, ledde diskussionen om nätverkens framtidsplaner, möjligheter och utmaningar.



Satsningen och nätverkens verksamhet utvecklas snabbt, säger Andreas Hatzigeorgiou.

– Satsningen och nätverkens verksamhet utvecklas snabbt och har på kort tid lyckats samla både etablerade och snabbt växande entreprenörföretagare. Många av dessa har unika och värdefulla kunskaper och kontakter från marknader med stor tillväxtpotential för svenska företag, säger Andreas Hatzigeorgiou.

Många aktiviteter planeras under 2010. Nätverken har planer på fördjupat samarbete både sinsemellan och gentemot andra organisationer och enskilda företag. Nätverken planerar ytterligare delegationsresor som organiseras i egen regi. Även andra skarpa marknadsaktiviteter är inplanerade. Följ planerna och genomförda aktiviteter under respektive nätverks hemsida.

Ansvarigt statsråd

- [Ewa Björling](#)

Externa länkar

- [Stockholmregionens internationella entreprenörers nätverk \(SIEN\)](#)
- [Sveriges internationella företagarförening \(Siffek\)](#)

Foto: UD

Andreas Hatzigeorgiou (e-post till [Andreas Hatzigeorgiou](#)), Utrikesdepartementet (e-post till [departementet](#))

Publicerad 3 februari 2010

Uppdaterad 3 mars 2010

Från: <http://www.regeringen.se/sb/d/12322/a/140794>

Nytt projekt ska ta tillvara utlandsföddas erfarenheter

Idag lanserar handelsminister Ewa Björling en särskild satsning för att ta till vara utlandsfödda företagens kompetens för att på sikt öka handeln med omvärlden.

- Målet är att öka den svenska handeln och på så sätt skapa jobb och tillväxt i Sverige, säger Andreas Hatzigeorgiou som leder projektet på UD.



*Andreas Hatzigeorgiou vill ta tillvara utlandsföddas kompetens.
Foto: Ellinor Lundmark/UD*

Andreas Hatzigeorgiou är ekonom med ett förflutet på bland annat Världsbanken. Han leder nu på uppdrag av handelsministern projekt Kosmopolit och ligger bakom studien om sambandet mellan invandring och svensk utrikeshandel.

– Studien visar att om invandringen ökar med cirka 12 000 personer leder det till en ökning av exporten med cirka sju miljarder kronor, säger han.

Var femte företag som startas i Sverige startas av en person med utländsk bakgrund och de utlandsfödda företagen besitter en unik kompetens med sina kunskaper om politik, affärskultur och språk i sina tidigare hemländer.

Utlandsfödda visar vägen

– Projektet går ut på att ta tillvara företagens erfarenheter. De har mycket goda förutsättningar att göra affärer i sina forna hemländer och även att fungera som vägvisare för svenska företag som vill etablera sig utomlands, säger Andreas Hatzigeorgiou.

Ett första steg i satsningen är att etablera nätverk där utlandsfödda företagare kan mötas, utbyta erfarenheter och stötta varandra. Det kan handla om att informera varandra om vilka dokument man behöver för att exportera till ett visst land eller vilka tullbestämmelser som gäller. Andreas Hatzigeorgiou menar att det i Sverige behövs att staten går in och uppmuntrar företagen.

– I andra länder till exempel USA skapas de här nätverken på eget bevåg. Där har man till exempel sett att nätverk bland utlandskineser har ökat handeln. I Sverige existerar inte den här typen av nätverk på samma sätt, säger Andreas Hatzigeorgiou.

Bollplank åt ministern

Exportrådet har därför på uppdrag av UD identifierat nyckelpersoner i Stockholm, Göteborg, Malmö, Linköping och Halmstad som ska fungera som nav i projektet och samla företagare i sina respektive regioner. Planer finns också på att inrätta ett slags företagarråd som kan fungera som bollplank åt handelsministern, erbjuda handelsdelegationsresor, utbildningar i eget företagande och även konferenser där svenska företag kan möta företagare med utländsk bakgrund.

– Intresset från företagens sida är jättestort. Satsningen vänder sig i första hand till små- och medelstora företag men många av de som anslutit sig är mikroföretag, säger Andreas Hatzigeorgiou.

Text: Ellinor Lundmark Press-, informations- och kommunikationsenheten (PIK) (e-post till [Ellinor Lundmark](mailto:Ellinor.Lundmark@utrikesdepartementet.se)), Utrikesdepartementet (e-post till [departementet](mailto:departementet@utrikesdepartementet.se)) Publicerad 15 september 2009 Uppdaterad 29 oktober 2009

Från: <http://www.regeringen.se/sb/d/12322/a/134428>

Hur kan utlandsfödda öka svensk utrikeshandel?

– Projekt Kosmopolit ska ta tillvara på utlandsföddas unika kunskaper för att skapa fler jobb, säger handelsminister Ewa Björling.

Sveriges befolkning har ökat med över 240 000 personer de senaste fem åren, varav invandringen står för 77 procent. Invandringen till vårt land bidrar till en ökad svensk utrikeshandel, visar en ny studie som presenteras på onsdag i samband med en pressträff. Studien visar till exempel att en ökning av antalet utlandsfödda med cirka 12 000 personer leder till en ökning av exporten med hela sju miljarder kronor.

Vi befinner oss i den värsta ekonomiska krisen sedan 1930-talet. Förutsättningarna för internationell handel, en hörnsten för Sveriges välstånd, har på kort tid förändrats dramatiskt. Efterfrågan minskar markant. Därför måste förutsättningarna för svenska företag att exportera och importera förbättras.

Företagare med utländsk bakgrund besitter goda kunskaper om affärskultur, politik, religion och språk i sina tidigare hemländer. De har särskilt goda förutsättningar att själva bedriva handel och dessutom vara vägvisare för andra svenska företag. Detta i sin tur leder till marknadstillträde för svenska företag samt förbättrade handelsrelationer mellan Sverige och andra länder.

Nu lanseras en särskild satsning, projekt Kosmopolit, för att ta tillvara på utlandsfödda företagare med målet att förbättra små- och medelstora företags möjligheter att nå ut på nya exportmarknader. Bakgrunden är en ny studie som utreder kopplingen mellan invandring och svensk utrikeshandel, framtagen av Utrikesdepartementet.

Handelsminister Ewa Björling bjuder in till en pressträff på onsdag för att berätta mera om den nya satsningen, projekt Kosmopolit, samt presentera den nya studien.

Välkommen!

Tid och plats

Tid: Onsdag den 16 september kl 10

Plats: Lilla konferensrummet, Utrikesdepartementet, Gustav Adolfs Torg 1

För mer info vänligen kontakta:

Kontakt

Andreas Hatzigeorgiou

Internationell handelsekonom

work 08-405 38 57

cell 070-94 91 826

[e-post till Andreas Hatzigeorgiou](mailto:andreas.hatzigeorgiou@utrikesdepartementet.se)

Samarbeten och länkar

Projekt Kosmopolit samarbetar med flera olika aktörer som driver projekt med liknande mål. Några av dem är Exportrådet, Swedfund och Tillväxtverket.

- [Exportrådets nätverksbildning för företagare med utländsk bakgrund](#)
- [Swedfunds investeringssamarbete med entreprenörer av utländsk härkomst](#)
- [Tillväxtverkets program för invandras företagande](#)
- [ALMI och Internationella företagarföreningen i Sverige](#)
- [Stockholms handelskammare](#)
- [Svensk-irakiska handelskammaren](#)

Exportrådets nätverksbildning för företagare med utländsk bakgrund

Exportrådet genomför på regeringens uppdrag insatser i form av Nätverksbildning för företagare med utländsk bakgrund.

Swedfunds investeringssamarbete med entreprenörer av utländsk härkomst

Swedfund hjälper till med finansiering för företagare med utländsk bakgrund som har en bra affärsidé och som vill etablera sig i forna hemland. Sedan 2007 driver Swedfund projektet Investeringssamarbete med entreprenörer med invandrabakgrund som riktar sig mot invandrare från Afrika, Asien, Latinamerika och Östeuropa (ej EU-länder).

- [Läs mer på Swedfunds webbplats](#)

Tillväxtverkets program för invandras företagande

Tillväxtverket arbetar för att underlätta för personer med utländsk bakgrund att driva och utveckla sina företag. Det finns därför ett särskilt program för att underlätta tillväxten i dessa företag.

- [Läs mer på Tillväxtverkets webbplats](#)

ALMI och Internationella företagarföreningen i Sverige

ALMI Företagspartner erbjuder finansiering och rådgivning för den som har en idé och vill starta ett företag. IFS rådgivning är en del av ALMI och vänder sig framförallt till vänder oss till entreprenörer med utländsk bakgrund som är på väg att starta eller redan driver ett företag.

- [Läs mer på ALMI:s webbplats](#)

Stockholms handelskammare

- [Läs mer på Stockholms handelskammares webbplats](#)

Svensk-irakiska handelskammaren

Handelskammaren arbetar för att utveckla och fördjupa de bilaterala handelsförbindelserna mellan Irak och Sverige.

- [Läs mer på Svensk-irakiska handelskammarens webbplats](#)
- Utrikesdepartementet (*e-post till departementet*)
Publicerad 29 oktober 2009 Uppdaterad 21 december 2009