



RIKSBANKENS
FÖRETAGSUNDERSÖKNING

”Vi väntar på upp- gången”

september 2025

Riksbankens företagsundersökning i september 2025¹

Företagen beskriver konjunkturläget som en lång och utdragen svacka som inte har förbättrats sedan i våras. Företagen har hopp om att det lägre ränteläget och kommande finanspolitiska stimulanser ska ta fart på efterfrågan och investeringarna. De tror dock att det kommer ta tid och betonar att det är förhoppningar.

Ett tuffare läge för fordonsindustrin tynger industrins sammantagna syn på konjunkturen. Produktionen i Sverige har dock inte påverkats i någon större utsträckning sedan i våras. Även om industriföretagen tror på en förbättring framåt, finns det i nuläget få tecken som tyder på att det vänder uppåt. Inom industrin ser man generellt över sina kostnader för att bibehålla lönsamheten. De fortsätter därför att anpassa personalstyrkan och drar ner på vissa investeringar.

Företag som säljer till hushåll är någorlunda tillfreds med konjunkturläget. Hushållen upplevs vara fortsatt försiktiga, vilket håller tillbaka efterfrågan på både bostäder och varor. Handeln och besöksnäringen hoppas att ett lägre ränteläge och kommande finanspolitiska stimulanser ska öka konsumtionen, men med tanke på det senaste årets oväntat tröga utveckling är förhoppningarna dämpade.

Den tillfälligt sänkta matmomsen nästa år gör att dagligvaruhandeln planerar att sänka sina försäljningspriser. Företag som säljer till andra företag planerar i stället att höja sina priser för att kompensera för att deras kostnader för arbetskraft och material blivit högre. Vilka prishöjningar som är möjliga beror dock på hur efterfrågan utvecklas.

Det råder nu mer klarhet kring tullsatserna efter att USA nått överenskommelser med flera länder. Men det är fortfarande oklart om sista ordet är sagt och vad som kommer gälla framöver. Flera företag möter nu högre produktionskostnader till följd av tullarna. För att motverka dessa kostnadsökningar höjer flera exportföretag sina försäljningspriser, framför allt i USA.

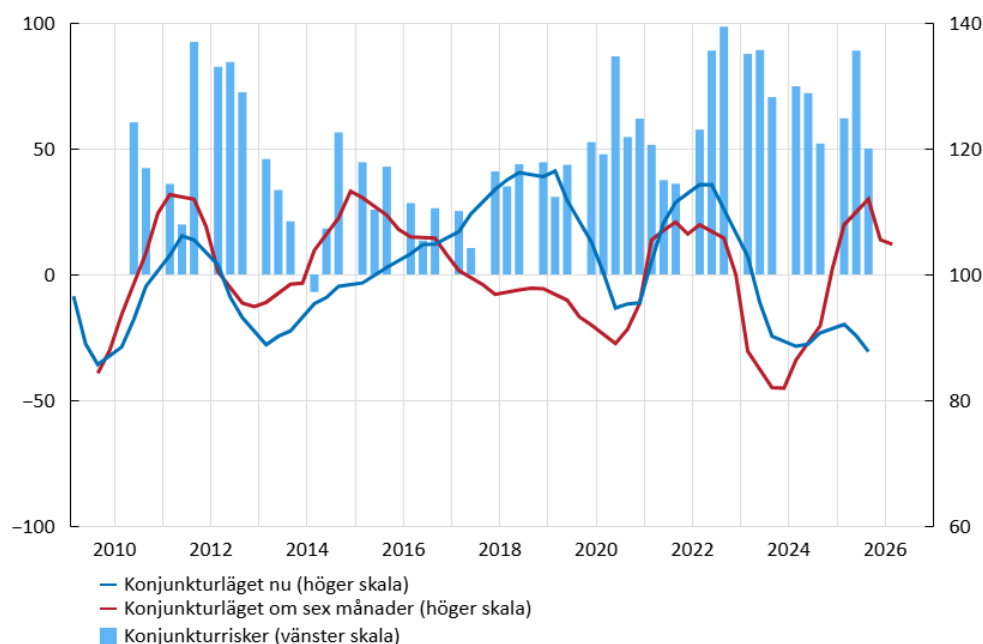
¹ Riksbanken har genomfört intervjuer med 45 industri-, bygg-, handels- och tjänsteföretag, samt arbetsgi-
varorganisationer, med sammanlagt omkring 240 000 anställda. Intervjuerna genomfördes huvudsakligen
under perioden 23 september - 3 oktober. Riksbankens företagsundersökning publiceras på Riksbankens
webbplats. Samtliga citat i denna rapport är från respondenterna i undersökningen.

”Det är oklart om vi bottnat”

Företagen upplever fortfarande att konjunkturläget är svagt, se diagram 1. De beskriver läget som ”svårbedömt” och ”komplext – ena dagen ser det ljusare ut, nästa dag mörkare”. ”Det är väldigt oklart var vi befinner oss i konjunkturläget”, menar en respondent. Företagen upplever att de senaste årens svaga konjunkturutveckling skiljer sig från tidigare nedgångar. De ser en mer utdragen period med svag efterfrågan, en ”lång svacka” och där vissa branscher har påverkats tydligt mer än andra.

Diagram 1. Konjunkturläget och konjunkturrisiker

Netttotal (vänster skala) och indextal (höger skala)



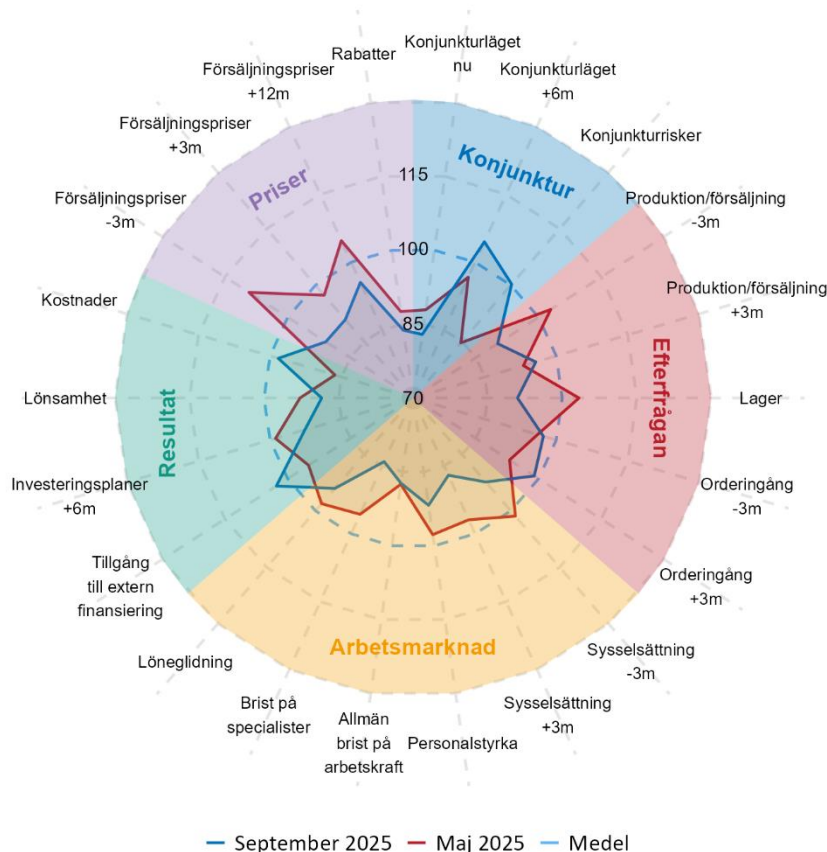
Anm. Indextalen visar ett standardiserat värde (medelvärde = 100 och standardavvikelse = 10) av nettotalen för de företag som anger att konjunkturläget för närvarande är bra eller dåligt och de som anger att konjunkturläget om sex månader kommer att vara bättre eller sämre. Den röda linjen, konjunkturläget om sex månader, är framflyttad två kvartal. Serierna för konjunkturläget är utjämnade med ett glidande medelvärde baserat på tre observationer. Staplarna visar nettotalen för de företag som anger att riskerna för konjunkturutvecklingen just nu är större respektive mindre än normalt.

”En långsam vändning åt det bättre hållet”

Tullsituationen har klarnat sedan i våras och riskerna för konjunkturutvecklingen har därför minskat något, se diagram 1 och 2. Företagen anser att återhämtningen i ekonomin är ”försenad och det är till stor del kopplat till handelshindren och ökade konflikter”. De har förhoppningar om att det lägre ränteläget och kommande finanspolitiska stimulanser kommer öka efterfrågan från svenska hushåll och företag. En förbättring av konjunkturläget framåt väntas därför, se diagram 2. Men under de senaste åren har inte efterfrågan utvecklats som företagen förväntat sig, vilket gör att förhoppningarna är dämpade och de bedömer att det kommer ta tid: ”Vi räknar nog med en långsam vändning åt det bättre hållet.”

Diagram 2. Företagens samlade svarsmönster

Indextal



Anm. Svaren på frågorna är utplacerade längs "ekrarna" i diagrammet där ett indextal närmare mitten är sämre. De historiska genomsnitten är beräknade från det datum när den aktuella frågan började ställas. Beteckningen -3m betyder de senaste tre månaderna, +3m betyder de kommande tre månaderna och +6m betyder de kommande sex månaderna. Ökade konjunkturrisken och rabatter innebär försämringar och därmed lägre indextal. Ökade kostnader reflekteras i ett lägre indextal. Frågan om lagerstorlek besvarar enbart tillverkningsindustrin (färdigvarulager) och handeln (varulager). Minskad lagerstorlek innebär ett högre indextal. Frågorna om orderingång besvarar enbart tillverknings- och byggindustrin. För frågorna om försäljningspriser besvarar byggindustrin endast frågan om försäljningspriser om tolv månader (+12m). Svaren från övriga frågor i diagrammet kommer från samtliga företag i undersökningen.

Industrin: "Det kommer nog inte bli sämre, men det kommer dröja innan det blir bättre"

Industrikonjunkturen upplevs ha försvagats sedan i maj. Råvaru- och trävaruindustrin har haft det tufft en längre tid och situationen där har inte förbättrats. Men det är framför allt ett mer utmanade läge för fordonsindustrin. "Det finns inga ljuspunkter någonstans", menar en företagsledare och pekar bland annat på att efterfrågan på nya fordon har sjunkit i USA den senaste tiden. Samtidigt beskrivs utvecklingen inom den europeiska fordonsindustrin som "en stor besvikelse". Produktionen i Sverige är

dock i stort sett oförändrad sedan maj. "Det tuffar ju på", sammanfattar en respondent. För delar av övrig tillverkningsindustri går det bättre, med en orderingång på fortsatt höga nivåer och en lönsamhet som överlag är god. De beskriver att efterfrågan i Europa är svag. I Asien syns "vissa ljusglimtar" där efterfrågan ökar om än från låga nivåer. USA går bättre än andra marknader och efterfrågan beskrivs som "stabil", men med vissa tecken på att det börjar bromsa in.

Industriföretagen väntar sig en förbättring av konjunkturläget, men betonar att det är förhoppningar som ligger till grund för den bedömningen. "Vi tror bättre, men det är få tecken som pekar på det", summerar en företagsledare. Industriföretagen ser även positivt på försvarssatsningarna i både Sverige och övriga Europa. Men de anser ändå att deras påverkan är förhållandevis liten: "Försvarssatsningarna märks, men det vänder inte skeppet."

"Alla osäkerhetsfaktorer gör att investeringar skjuts på framtiden"

Tjänsteföretag med kunder inom industrin märker av en lägre efterfrågan och en avvaktan vad gäller större projekt. Industriföretagen lyfter själva att de vill se att konjunkturen vänder innan de fattar beslut om nya större investeringar. Inom industrin framhävs vikten av kostnadskontroll för att bibehålla lönsamheten. Kostnadskontrollen innebär att de drar ner på vissa investeringar och fortsätter att göra justeringar i personalstyrkan. Vissa har anställningsstopp, en del minskar antalet timmar och har temporärt infört korttidsarbete medan andra säger upp personal. "Det är inga stora tal men vi behöver anpassa där vi kan anpassa", förklarar en företagsledare. Produktionen har i nuläget inte påverkats i någon större utsträckning av personalneddragningarna.

Bygg: "Konjunkturläget blir generellt dåligt utan bostadssidan"

Inom byggsektorn fortsätter offentligt byggande, anläggningar och infrastruktur gå "väldigt bra, bättre än tidigare". Samtidigt har det inte hänt så mycket sedan i våras på bostadssidan, "det är fortfarande kämpigt för bostäder och kommersiellt byggande". Inom bostäder och kommersiellt byggande förekommer det att projekt förskjuts framåt i tiden på grund av att det är osäkert hur efterfrågan kommer att utvecklas. Den svaga efterfrågan på nya bostäder innebär att byggföretagen i princip bara kan sälja projekt som i stort sett är färdigställda. De "går bara ut med några lägenheter åt gången eftersom det är så svårsålt". Byggvaruhandeln och de delar av industrin som har byggföretagen som kunder bekräftar den svaga efterfrågan på byggmaterial.

Byggföretagen har förhoppningar om att det lägre ränteläget och de kommande finanspolitiska stimulanserna ska få i gång ekonomin i stort. Samtidigt upplever de hushållen som "så tveksamma" och är osäkra om åtgärderna kommer att räcka för att öka efterfrågan på nya bostäder. I ett längre perspektiv lyfter de större byggföretagen

fram att det redan finns ett högt bostadsutbud i storstäderna samtidigt som befolkningsprognoser inte talar för att efterfrågan på nya bostäder ska öka de kommande åren.

”Det finns pengar för konsumtion, men man är mer selektiv”

De företag som säljer till hushåll anser att konjunkturläget är någorlunda tillfredställande. De menar att ”konsumtionen under 2025 har varit betydligt trögare än vad vi trodde.” Samtidigt ser de nu vissa positiva tecken. Sällanköpshandeln lyfter att ”folk börjar köpa saker igen som tidigare var satt lite på paus”. Bland annat har försäljningen av hemelektronik försiktigt börjat öka och det finns ”en aptit” för heminredning igen. Även tjänsteföretagen framhåller positiva exempel, som att hushållens efterfrågan på hemservice är hög och stiger. Företag inom besöksnäringen menar att läget har blivit bättre, men de har fortfarande ledig kapacitet och är inte tillbaka på försäljningsnivåerna de hade före pandemin.

På samma gång menar en majoritet av företagen att konsumtionen inte tagit fart än. Trots att hushållen har fått större disponibla inkomster upplever företagen att de fortsätter att vara försiktiga och priskänsliga. Citatet ”det känns som att konsumenterna har en större plånbok men att de inte känner sig rikare” speglar hur många företag uppfattar dem. De som ser sin försäljning öka betonar att ökningarna är små och från låga nivåer samt att ”det är erbjudanden som driver det snarare än den ordinarie försäljningen”. Flera menar också att hushållen väljer sina inköp med mer omsorg, där både priset och kvaliteten är avgörande faktorer. ”Man vill gärna ha något man förknippar med kvalitet, men till ett lågt pris, inte lågt pris på okända varor”, förklarar en respondent.

”Stjärnorna står rätt – ändå lyfter det inte”

Handeln och besöksnäringen har vissa förhoppningar om att hushållen ska konsumera mer framöver. De är positiva till stimulansåtgärderna i den kommande budgeten. Exempelvis förväntar sig dagligvaruhandeln att den tillfälligt sänkta matmomsen kommer att ”boosta premiumprodukterna” och att kunderna ”kan unna sig lite extra på vägen”. Men flera företag lyfter också att de redan för ett år sedan trodde att lägre räntor skulle få fart på konsumtionen. Då blev effekterna inte så stora som de hade hoppats på, och det dämpar deras förhoppningar om vad budgetstimulanserna kommer att göra för konsumtionen. ”Det som skiljer sig från föregående år är att nu vet vi att ränteläget är lägre och att det kommer massa stimulanser från regeringen, så då är det väl okej att vara försiktigt optimistisk inför nästa år”, menar en respondent.

Den höga arbetslösheten tynger också förväntningarna och beskrivs som ”den största utmaningen”. Därutöver ställer sig flera frågan om hushållen kommer att fortsätta vara försiktiga med sin konsumtion under en längre tid. Företagen pratar om gradvisa förbättringar, men en respondent uttrycker att: ”det kommer dröja innan den

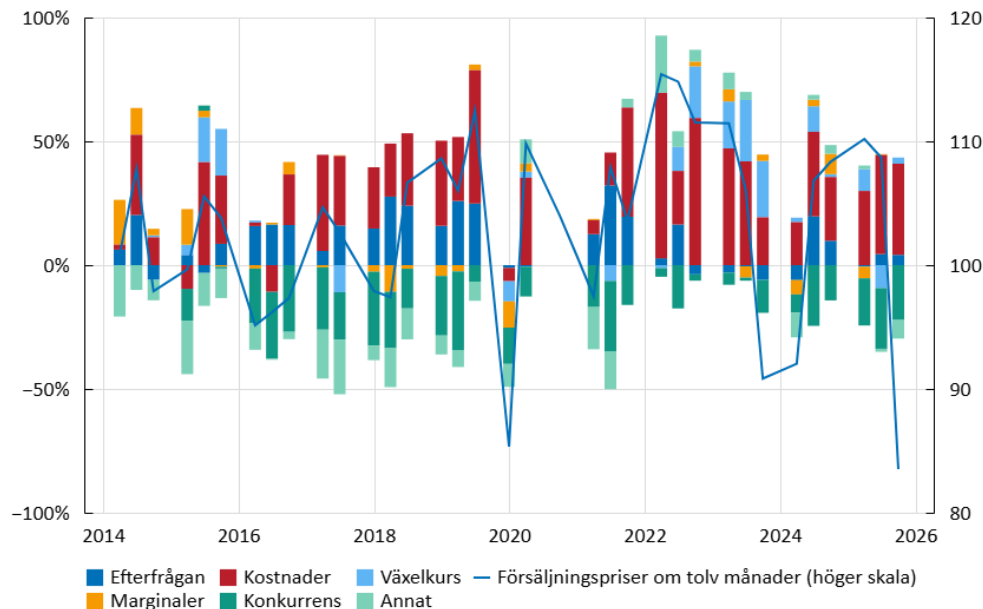
konsumtionen [som var i låg-räntemiljön] kommer tillbaka, för att man är lite mer försiktig".

"Superfokus på pris när matmomsen sänks"

Av de företag som säljer till hushåll är det färre som planerar att höja försäljningspriserna det kommande året jämfört med i maj, se diagram 3. Den tillfälligt sänkta matmomsen nästa år, leder även till att dagligvaruhandeln planerar att sänka sina försäljningspriser. "Det kommer vara superfokus på pris när matmomsen sänks och det kommer vara påtagligt i minst ett halvår efter", menar en företagsledare. Den starkare kronan börjar få ett tydligare genomslag och inköpskostnaderna minskar för handeln. "Dollarn är en central punkt för oss och det är positivt när den försvagas." Inom sällanköpshandeln ser företagen en "viss prishöjning" framför sig. En representant för handeln utvecklar och säger att det är "mer en inflationsjustering av våra priser".

Diagram 3. Drivkrafter bakom prissättningen, kommande tolv månader, företag som säljer till hushåll

Nettoandelar (vänster skala) och indextal (höger skala)



Anm. Staplarna i den vänstra skalan visar nettot av svar på frågan om faktorn kommer att påverka priserna uppåt eller nedåt det kommande året. En stapel över noll innebär att faktorn bidrar till stigande priser framöver och under noll att den bidrar till sjunkande priser. Indextalen i den högra skalan visar ett standardiserat värde (medelvärde = 100 och standardavvikelse = 10) av nettotalen, för de företag som svarar på frågan om försäljningspriserna kommer att höjas respektive sänkas under de kommande tolv månaderna. Företag som säljer till hushåll avser handeln och företag som huvudsakligen säljer tjänster till hushåll. Posten "Kostnader" innehåller inköpskostnader, arbetskraftskostnader, energikostnader, kostnader relaterade till klimatförändringar och kostnader för grön/hållbar omställning. Posten "Annat" innehåller bland annat ledig kapacitet och produktivitetsutveckling.

"Ökar efterfrågan blir det lite lättare att ta ut högre priser"

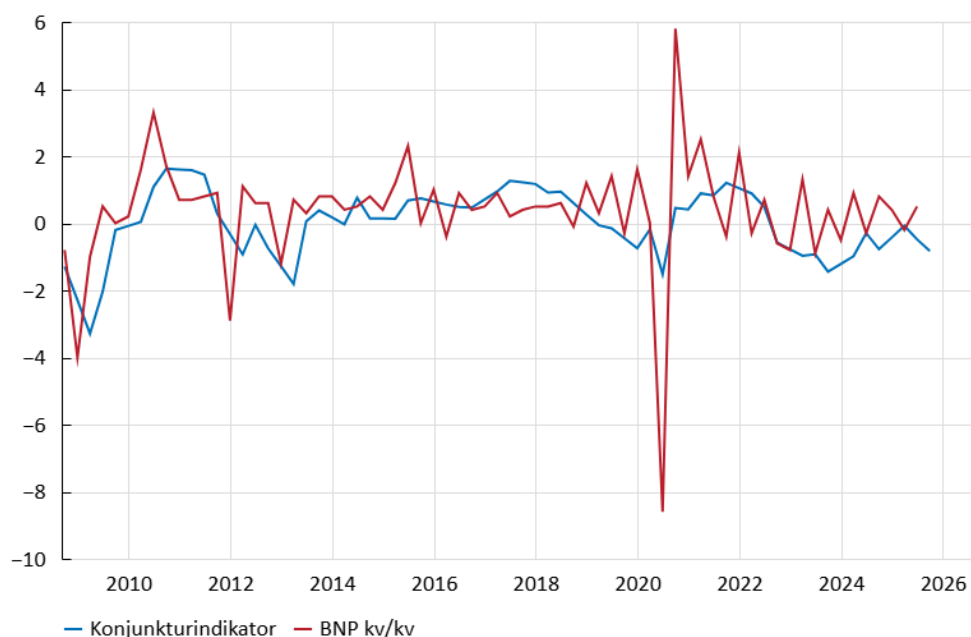
Företag som säljer till andra företag planerar att höja sina försäljningspriser under det kommande året för att kompensera för att deras kostnader för arbetskraft och material har blivit högre. Jämfört med i maj har deras prisplaner inte förändrats så mycket. Kostnaderna ökar överlag inte lika snabbt nu, men är på en något högre nivå än tidigare. Exportföretagen lyfter även fram att tullarna driver kostnader generellt. Konkurrensen väntas hålla tillbaka prishöjningarna. Den lyfts särskilt fram av fordonsindustrin som ser en hög prispress inom branschen. Efterfrågan påverkar företagens förmåga att ta betalt, vilka prishöjningar som är möjliga beror därför på hur efterfrågan utvecklas.

Företagsundersökningens konjunkturindikator försvagas

Det dämpade stämningsläget speglas i företagsundersökningens konjunkturindikator som sammanfattar undersökningens resultat, se diagram 4. Indikatorn har försvagats sedan i maj och ligger fortsatt under sitt historiska genomsnitt, vilket den har gjort sedan slutet av 2022.

Diagram 4. Företagsundersökningens konjunkturindikator och BNP

Indextal respektive kvartalsförändring i procent



Anm. Konjunkturindikatorn är ett sammanfattande mått på företagsundersökningens frågor.² Den är framtagen med principalkomponentanalys. Indextalen visar ett standardiserat värde (medelvärde = 0 och standardavvikelse = 1) för konjunkturindikatorn. Ett positivt (negativt) värde indikerar att konjunkturläget är bättre (sämre) än det historiska medelvärdet. Eftersom företagsundersökningen genomförs tre gånger per år har konjunkturindikatorn interpolerats för mellanliggande kvartal. BNP-serien är säsongrensad.

² För mer information om företagsundersökningens konjunkturindikator se N. Holmer (2023), "Företagsundersökningens nya konjunkturindikator – en tidig temperaturmätare på konjunkturen", Ekonomisk kommentar nr 5, Sveriges riksbank.

FÖRDJUPNING – ”Nu har det klarnat en del vad gäller tullarna”

Sedan undersökningen i maj har USA nått överenskommelser med bland annat EU och Kina, och flera företag påpekar nu att det är tydligare vilka tullsatser som gäller. Några menar att effekterna har blivit mindre än väntat och att vissa tullar, som man tidigare oroade sig för, har inte införts. ”Utfallet blev något bättre än vårt worst case scenario”, menar en respondent inom industrin som ändå bedömer att de tillhör de som har påverkats allra mest. Företagen är fortfarande osäkra på om sista ordet är sagt. ”Vi får se hur länge det håller i sig”, konstaterar en respondent och hänvisar till att tullsatser ändrats och nya tullar har tillkommit även efter att överenskommelserna slutits.

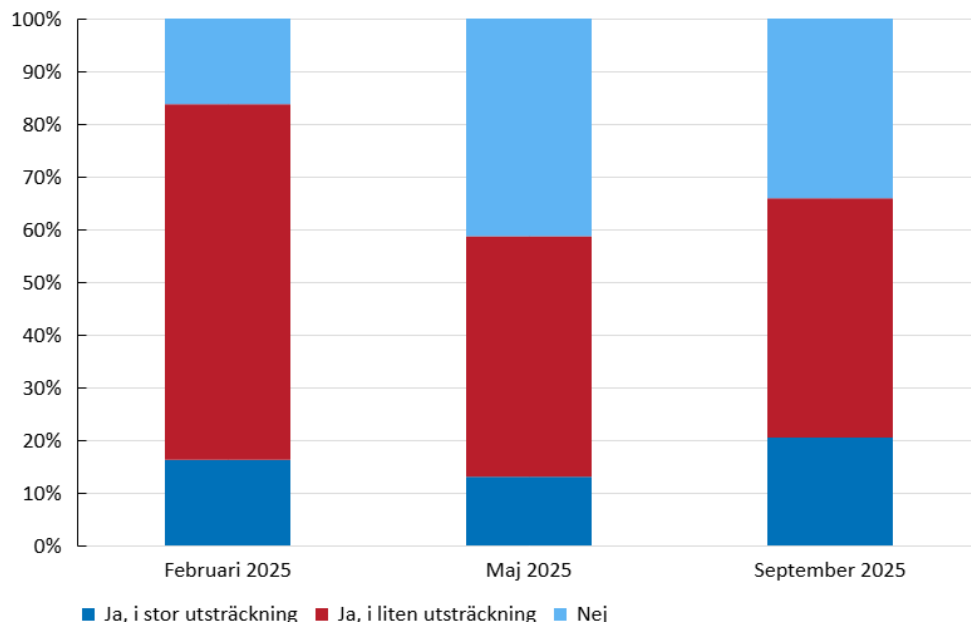
”De tullar som vi har betalat från april börjar påverka kostnaderna”

Två tredjedelar av företagen uppger att de har påverkats av importtullarna. Det är en något större andel än i maj, se diagram 5. Företag som då ännu inte hade påverkats av tullarna ser nu effekterna av dem på sin verksamhet.

Många har fått högre kostnader till följd av tullarna, främst för produktionen. De företag som har produktion i USA får betala tullavgifter för importerade insatsvaror vilket gör att produktionskostnaderna ökar. Andra beskriver hur kostnaderna har blivit högre som en följd av ökad regionalisering. Vissa företag har till exempel behövt flytta sin produktion från Kina till Europa, där det generellt är dyrare att producera samma vara. Företagen uppger också att import till Sverige har blivit dyrare. Bland annat nämner de byggmaterial, aluminium och vissa insatsvaror. Kostnaderna förväntas också fortsätta öka framöver till följd av tullarna. ”I vårt fjärde kvartal kommer vi få in nära full effekt av tarifferna i våra kostnader”, förklarar en företagsledare.

Diagram 5. Hur har er verksamhet och planering påverkats av de importtullar och/eller andra handelshinder som införts under året?

Procent



Anm. Frågan har ställts till och besvarats av samtliga företag i undersökningen. I februari var frågan framåtblickande och företagen svarade på om de bedömde att de skulle påverkas av nya/höjda importtullar eller andra handelshinder.

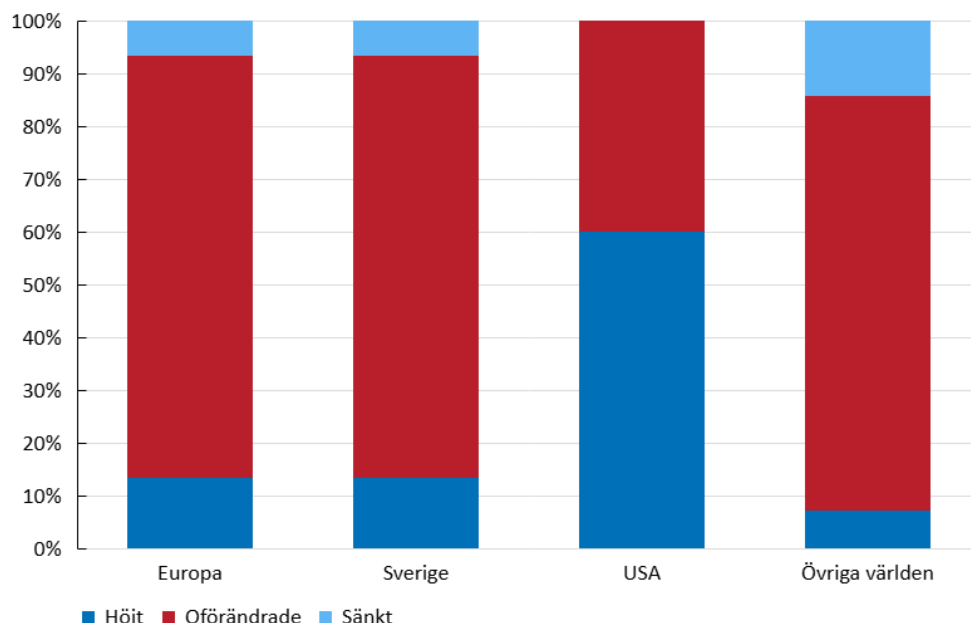
”Vi har lyckats mota genom pris”

För att motverka effekterna av kostnadsökningarna har flera exporterande företag höjt sina försäljningspriser, framför allt i USA, se diagram 6. Vissa överför hela tullavgifterna på kunderna. En respondent inom industrin förklarar att de ”lägger på avgifter vilket vi har rätt till enligt kontrakten”. Andra berättar att de justerar sina priser i takt med marknaden för att inte tappa försäljning. Det finns också företag som inte har påverkats av tullarna, till skillnad från sina konkurrenter, men som ändå har höjt sina priser. De konstaterar att ”det kanske inte var den avsedda effekten, men det är den effekten det får”. Några företag har höjt priserna även i Sverige. Det rör sig dock inte om några dramatiska höjningar och beror bland annat på att vissa importerade varor har blivit dyrare.

Det är inte alla företag som kan höja priserna, till exempel om de verkar på en starkt konkurrensutsatt marknad. En företagsledare förklarar att de i stället har förhandlat med sina leverantörer. När tullsatserna var lägre delade de på kostnaderna, men ”ju högre de blir desto svårare är det att hitta en överenskommelse”. Företag som nu börjar se sin försäljning vika mot USA uppger att de tittar på möjligheterna att söka sig till andra marknader.

Diagram 6. Vilken påverkan har importtullarna haft på era försäljningspriser?

Procent



Anm. Frågan visar svar för 15 exporterande företag som har försäljning i USA.

”Kina måste bli av med sin produktion som de tidigare sålt till USA”

I samtalen nämns flera konkreta exempel på en prispress på varor från Asien, främst Kina. Det har gjort att några företag har kunnat sänka sina försäljningspriser, se diagram 6. En företagsledare berättar att de har fått fler förfrågningar än vanligt från asiatiska leverantörer. En annan konstaterar att ”vi har väl ändå kunnat märka av att vissa aktörer är mer benägna att kanske gå ner i pris”. De tillägger att ”det är ingen jätteeffekt än så länge”. Det förekommer också exempel på det motsatta. Bland annat nämns fall där kinesiska bolag har gått i konkurs, vilket leder till att inköpspriserna ökar när företagen får vända sig till dyrare leverantörer.

Flera företag inom handeln uttrycker också en oro över att svenska hushåll köper mer kläder och elektronik direkt från kinesiska lågprisföretag. De menar att man inte konkurrerar på lika villkor vad gäller exempelvis krav på produktsäkerhet och kvalitet. Det gör det omöjligt för dem att konkurrera prismässigt: ”De prisdumpar så mycket så om vi ska konkurrera med pris mot dem så är det inte gångbart.”

Om Riksbankens företagsundersökning

Riksbankens företagsundersökning ska spegla hur priser och konjunkturer utvecklas inom tillverkningsindustrin, byggindustrin, handeln och delar av tjänstesektorn. Eftersom ett fåtal aktörer står för en mycket stor del av det svenska näringslivet kan relativt få intervjuer ge information om stora delar av näringslivet. Många av de intervjuade företagen förmedlar dessutom information om andra delar av näringslivet genom sina kontaktytor mot bland annat små och medelstora företag.

Sedan undersökningens start 2007 har över 300 företag deltagit. I undersökningarna som genomfördes under perioden 2007–2019 intervjuades varje år cirka 30 företag i februari, och cirka 45 företag i maj och november. Intervjuerna genomfördes av Riksbankens personal under ett besök på cirka en timme. Med anledning av pandemin och dess effekter på ekonomin genomförde Riksbanken dock sammanlagt åtta omgångar av telefon- och videosamtal med företag och branschorganisationer under 2020. Numera intervjuas mellan 30 och 50 företag och branschorganisationer vid varje tillfälle. Från och med maj 2022 sker återigen en del av intervjuerna i form av besök. Intervjuerna genomförs i regel med personer i företagets ledningsgrupper. Samtalen ger företagen möjlighet att utveckla sina svar och intervjuaren kan ställa fördjupande följdfrågor. Särskilda frågor ställs från tid till annan om aktuella frågeställningar inom penningpolitiken. Svarsfrekvensen för undersökningen är hög och ligger ofta runt 95 procent.

Undersökningens resultat presenteras i en rapport som publiceras på Riksbankens webbplats vanligtvis tre gånger per år. Rapporten för september 2025 redovisar resultatet av intervjuer med 45 företag samt branschorganisationer och som huvudsakligen genomfördes under perioden 23 september till 3 oktober. Om inget annat anges visar diagrammen i rapporten företagens svar viktade med respektive företags antal anställda i Sverige. Indextalen i diagrammen speglar upp- och nedgångar i svarsmönstren väl. Dessa svar kombineras sedan med företagets reflektioner under intervjuerna.

En närmare beskrivning av undersökningen finns på Riksbankens webbplats: Hokkanen, Melin och Nilson (2012), "Riksbankens företagsundersökning – en snabb konjunkturindikator", Penning- och valutapolitik 2012:3.

[Riksbankens företagsundersökning – en snabb konjunkturindikator](#)



SVERIGES RIKSBANK

Tel 08 - 787 00 00

registratorn@riksbank.se

www.riksbank.se

PRODUKTION SVERIGES RIKSBANK