

Tillväxtjuridik

En kortfattad juridisk guide för
tillväxtföretagare

I CONNECT-serien ingår hittills:

Så skriver Du en vinnande affärsplan

En praktisk handledning.

Sthlm 1999. 23 s. IVA-R 428.

Att starta och driva tillväxtföretag

Några råd på vägen.

Sthlm 1999. 42 s. IVA-R 429.

Finansieringsmöjligheter för tillväxtföretag

Några råd på vägen.

Sthlm 1999. 31 s. IVA-R 430.

Att belöna och motivera medarbetare i tillväxtföretag

Några råd på vägen.

Sthlm 1999. 30 s. IVA-R 431.

Styrelsearbete i tillväxtföretag

Några råd på vägen.

Sthlm 2000. 54 s. IVA-R 435.

Att bygga tillväxtföretag genom människor

Några råd på vägen.

Sthlm 2000. 34 s. IVA-R 436.

Tillväxtjuridik

En kortfattad juridisk guide för tillväxtföretagare.

Sthlm 2000. 37 s. IVA-R 437

Priset för en CONNECT-skrift är 100 kr (inkl moms).

Beställ via e-post: connect@iva.se eller fax 08-611 56 23.

Skrifterna finns även i Acrobat Reader-format för fri nedladdning

från CONNECT:s hemsida: www.iva.se/connect.

Tillväxtjuridik

En kortfattad juridisk guide för tillväxtföretagare

©Utgivare: Kungl. Ingenjörsvetenskapsakademien och
CONNECT Sverige, 2000
Box 5073, 102 42 Stockholm
Telefon: 08-791 29 00
IVA-R 437
ISSN 0348-7393
ISBN 91-7082-669-2
Produktion: Tryckfaktorn AB, Stockholm
Tryckning: OH-Tryck AB, Stockholm

Beställningar tas emot av
Kungl. Ingenjörsvetenskapsakademien, IVA
Box 5073, 102 42 Stockholm
Telefon: 08-791 29 00
Telefax: 08-611 56 23
E-post: CONNECT@iva.se

Förord

Att strukturera verksamheten på ett juridiskt riktigt sätt kan vara en viktig framgångsfaktor för tillväxtföretagare. Juridik är med andra ord ett verktyg för att skapa tillväxt och tjäna pengar. En erfaren affärsjurist har ett omfattande nätverk samt en bred kompetens, som ofta går långt utanför juridikens gränser. Juristen kan bli en av Dina värdefullaste rådgivare. Ett av syftena med denna skrift är därför att göra Dig som tillväxtföretagare uppmärksam på vikten av att på ett tidigt stadium ta till Dig den juridik Du behöver och på hur Du kan samarbeta med juristen. Skriften sätter vidare den operativa juridiken i centrum. Det vill säga juridiken, med utgångspunkt från affärsidén.

Ditt företagande styrs av ett omfattande regelverk och är beroende av en mängd olika avtalstyper. Informationsteknologins utveckling har vidare inneburit att juridiken måste anpassas till nya förhållanden, och särskilda frågeställningar uppstår när Du vill expandera Din verksamhet utomlands. Ett annat syfte med skriften är därför att ge Dig ett enkelt och översiktligt hjälpmedel för att på ett tidigt stadium kunna strukturera juridiken på ett riktigt sätt.

Skriften är sammanställd av Erik Melin, Erik Melin Affärsjuridik, och advokat Per Settergren, Advokatfirman Vinge, i samarbete med advokat Peter Helle, Advokatfirman Lindahl.

Stockholm i maj 2000

CHRISTER ZETTERBERG
Ordförande, CONNECT Sverige

Innehållsförteckning

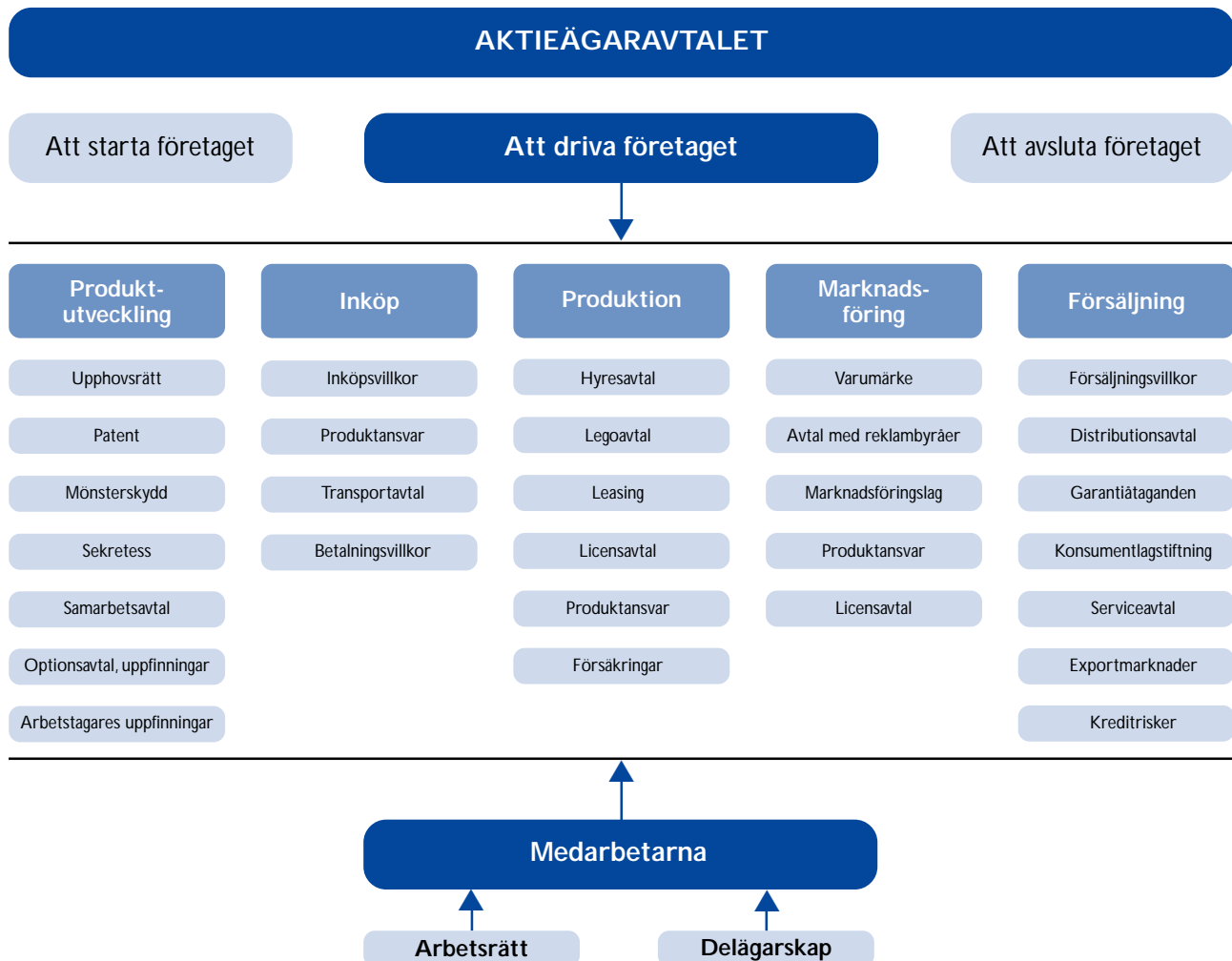
1. SAMMANFATTNING	7
2. INLEDNING	9
Varför en skrift om tillväxtjuridik?	9
Tillväxtföretagets juridiska ram	9
Företagets tillväxtperiod	10
Tillväxtjuristen	10
3. AKTIEÄGARAVTALET	12
Att starta företaget	13
Att driva företaget	14
Att avsluta företaget	15
4. ATT DRIVA TILLVÄXTFÖRETAG	17
Produktutveckling	18
Inköp	20
Produktion	21
Marknadsföring	22
Försäljning	24
5. MEDARBETARNA	27
Några viktiga lagar och begrepp	27
Delägarskap	29
6. NÅGRA ORD OM INTERNET OCH JURIDIK	32
7. NÅGOT OM UTLANDSETABLERING	35

1. Sammanfattning

Schematisk bild av tillväxtjuridiken

Regelverket som styr villkoren för Ditt företagande i Sverige är mycket omfattande och består av omkring 10 000 lagar, förordningar och föreskrifter. Därutöver finns en mängd olika avtalsformer som är nödvändiga eller önskvärda för att Du ska kunna bedriva en effektiv verksamhet. Detta juridiska nätverk, som omger Ditt företagande, kan

vara mycket svårt att överblicka. Likaså kan betydelsen och effekterna av vissa regler och avtals typer vara svåra att bedöma på förhand. Schematiskt kan detta nätverk mycket kortfattat beskrivas med hjälp av nedanstående bild. Bilden utgår huvudsakligen från företagets tillväxtperiod och försöker också understryka betydelsen av Din relation med Din viktigaste resurs – medarbetarna.



Skriftens syfte

Denna skrift vänder sig till Dig som är tillväxtföretagare och koncentrerar sig huvudsakligen på juridiken under Ditt företags tillväxtperiod med utgångspunkt från affärsidén, det vill säga produkten eller tjänsten. Skriftens syfte är bland annat att ge Dig ett kortfattat, enkelt och översiktligt hjälpmedel när Du funderar över vilken juridik Du behöver i Din specifika verksamhet. Ett annat syfte är att göra Dig uppmärksam på vikten av att på ett tidigt stadium investera i juridiken.

- Juridiken är ett viktigt verktyg för att skapa tillväxt och tjäna pengar.

Den operativa juridiken ställs alltså i centrum. Bolagsformalia berörs därför endast i ringa omfattning. Regelverket som omger styrelsearbetet i ett aktiebolag kan Du studera i CONNECT-skriften *Styrelsearbete i tillväxtföretag* (IVA-R 435).

”Tillväxtjuristen”

Många företagare har en förutfattad mening om vad en jurist egentligen sysslar med. Likaså drar sig många för att kontakta en jurist av rädsla för att drabbas av oförutsedda och höga konsultkostnader. En erfaren affärsjurist har emellertid ofta ett omfattande kontaktnät samt en mycket hög affärskompetens, utöver sitt juridiska specialistkunnande. Juristen kan därför ha mycket att tillföra Ditt företagande. Som tillväxtföretagare är Du dessutom en intressant klient, varför Du inte behöver vara rädd för att förhandla om villkoren för samarbetet med juristen.

- En erfaren affärsjurist är en av Dina viktigaste rådgivare.
- Som tillväxtföretagare är Du en intressant klient.
- Förhandla alltid om arvodets storlek och betalningsvillkoren!
- Försök värva en erfaren affärsjurist till Din styrelse!

Internet och juridik

Informationsteknologins utveckling har lett till en dynamisk affärsutveckling inom hela näringslivet och har vidare lett till uppkomsten av många nya innovativa tjänsteföretag och affärskoncept med anknytning till bland annat Internet. Detta har medfört att även juridiken måste utvecklas för att passa dessa nya förhållanden, till exempel den ökande Internethandeln. Även om Internethandeln är underkastad samma regelverk som traditionell handel, är rättsläget emellertid inte alltid klart, och Du (och även Din jurist) kan ställas inför nya och svåra juridiska problem.

- Låt en jurist allsidigt belysa Din hemsida med utgångspunkt från den produkt eller tjänst Du tänker erbjuda på Internet och vilka länder som omfattas av erbjudandet.

Utlandsetablering

Många svenska tillväxtföretagare sneglar redan på ett tidigt stadium på utlandsmarknader för sin framtida expansion. Det är därför viktigt att tidigt fundera på vilken marknadsstrategi som ska tillämpas.

- Marknadsstrategin är en viktig del av arbetet med Din affärsplan.

Utlandsetablering innebär också att Du måste göra ett antal svåra juridiska samt affärs- och skattemässiga överväganden och kräver att Du har tillgång till kompetenta rådgivare såväl i Sverige som utomlands. Några av de frågeställningar Du måste belysa är:

- I vilka länder ska jag expandera: Lämpliga marknader?
- Hur etablerar jag mig: Dotterbolag, samarbetspartners eller ren export?
- I vilket land bör jag etablera mitt moderbolag: Stabilitet, industriell logik samt tillgång på kapital och kompetenta medarbetare?
- Skatter?

2. Inledning

VARFÖR EN SKRIFT OM TILLVÄXTJURIDIK?

Begreppet ”tillväxtjuridik” kan för en jurist förefalla lite skruvat, eftersom det inte finns något särskilt område inom juridiken som har detta namn. Denna skrift vänder sig emellertid till tillväxtföretagare och inte till jurister. Avsikten med att införa begreppet är att understryka skriftens syfte och sätta lite färg på juridiken, som av många företagare uppfattas som torr, improduktiv och ibland till och med onödig.

Syftet med skriften är att försöka göra Dig, som tillväxtföretagare, uppmärksam på att juridiken är ett viktigt verktyg för att skapa tillväxt och tjäna pengar. Juridiken bör ses mer som en investering och mindre som en kostnad. Skriften ska vidare kunna tjäna som ett enkelt juridiskt hjälpmedel, när Du funderar ut vilken juridik Ditt företag behöver med utgångspunkt från affärsidén. Produkten eller tjänsten ställs därför i centrum och skriften koncentrerar sig huvudsakligen på företagets egentliga tillväxtperiod, det vill säga perioden mellan företagets startfas och dess exitfas (med exit förstås, i detta sammanhang, företagets försäljning, avveckling eller marknadsintroduktion).

- Juridiken är ett viktigt verktyg för att skapa tillväxt och tjäna pengar.

TILLVÄXTFÖRETAGETS JURIDISKA RAM

Regelverket som styr tillväxtföretagarnas villkor i Sverige, består totalt av omkring 10 000 lagar, förordningar och föreskrifter. Den vanligaste och i regel lämpligaste bolagsformen för tillväxtföretag är aktiebolaget, och det viktigaste regelverket avseende sådana bolag finns i *aktiebolagslagen*.

Regelverket är mycket detaljerat och innehåller i princip hela den formella ram som behövs för att starta, driva och avveckla ett aktiebolag. Aktiebolagslagen är emellertid ett generellt regelverk och tar inte hänsyn till unika problem eller behov som kan uppstå om två eller flera personer har för avsikt att tillsammans driva verksamhet i form av ett aktiebolag. Ett aktieägaravtal (ibland kallat kompanjon- eller konsortialavtal) kan därför vara ett mycket viktigt komplement till aktiebolagslagen, för att bland annat reglera delägarnas inflytande och insats i företaget samt deras inbördes relationer. Aktieägaravtalet kommer att beröras särskilt i kapitel 3.

Utöver regelverket och aktieägaravtalet kommer företagets verksamhet att styras av en mängd olika avtal, oavsett om ägarna är medvetna om detta eller inte. Ett avtal kan vara skriftligt lika väl som muntligt eller helt enkelt uppstå som ett resultat av ett tyst faktiskt agerande. Det finns vidare en mängd olika avtalstyper. Vilka av dessa som kan vara särskilt viktiga är till stor del beroende av vilken verksamhet som ska bedrivas. Det är därför viktigt att Du tidigt funderar igenom vilka typer av avtal som kommer att behövas och diskuterar dessa med en jurist.

- Låt alltid en jurist belysa viktiga avtal med utgångspunkt från Dina och Ditt företags specifika förutsättningar.

I kapitel 4 kommer några viktiga lagar och avtalstyper, som är relevanta under företagets tillväxtperiod, att kortfattat anges och beskrivas. Internert och juridik berörs särskilt i kapitel 6, och skriften avslutas med något om utlandsetablering.

Schematisk bild av tillväxtföretagets juridiska ram:



FÖRETAGETS TILLVÄXTPERIOD

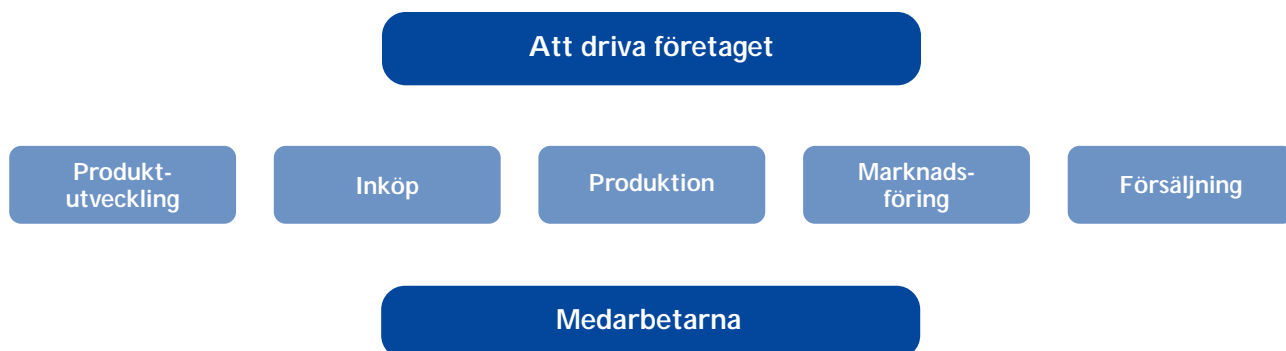
För att förenkla framställningen om juridiken under företagets tillväxtperiod används i denna skrift nedanstående schematiska bild av tillväxtperioden. Med tillväxtperioden menas den period då Du aktivt driver företagets verksamhet och perioden kan – lite grovt – delas upp i fem verksamhetsområden: produktutveckling, inköp, produktion, marknadsföring och försäljning. Verksamhetsområdena har inte angetts i någon kronologisk ordning, utan måste ses som parallella företeelser, även om olika verksamheter kan dominera vid olika tidpunkter i företagets historia. Produktutveckling torde till exempel ofta vara en dominerande företeelse under tillväxtföretagets tidiga skede och överlappar i regel företagets startfas. Medarbetarna är vidare tillväxt-

företagarens viktigaste resurs och deras betydelse markeras genom att dessa får en egen ruta, som spänner över hela tillväxtperioden. Några viktiga juridiska frågor som berör medarbetarna behandlas kortfattat i kapitel 5.

TILLVÄXTJURISTEN

Begreppet ”tillväxtjuristen” är lika skruvat som begreppet ”tillväxtjuridik”. Lika lite som det finns särskild tillväxtjuridik, finns det särskilda tillväxtjurister. Avsikten är emellertid även här att försöka understryka skriftens syfte och att sätta lite färg på affärsjuristen. En erfaren affärsjurist är en av tillväxtföretagarens viktigaste rådgivare och kan, utöver ett juridiskt specialistkunnande, tillföra företaget en bred affärskompetens och sitt kontaktnätverk. Tyvärr har många företagare en

Schematisk bild av företagets tillväxtperiod:



förutfattad mening om vad en jurist egentligen sysslar med. Somliga uppfattar juristen som en sorts ”myndighetsperson”, som använder större delen av sin tid till att processa i olika domstolar. Andra kanske inser behovet av att anlita jurist, men drar sig för detta av rädsla för oförutsägbara och höga kostnadsräkningar. Det senare fenomenet beror kanske också på en onödigt stor respekt för jurister, i synnerhet för dem som är verksamma på större, välkända advokatbyråer.

- En erfaren affärsjurist är en av tillväxtföretagarens viktigaste rådgivare.

Betalning

Som tillväxtföretagare finns det ingen anledning att känna någon form av underläge i förhållande till affärsjuristen. Tillväxtföretagarna och deras företag representerar en intressant grupp av potentiella klienter för de affärsjuridiska advokatbyråerna. Konkurrensen mellan byråerna om de attraktiva klienterna är lika tuff som på de flesta andra marknader. Det gäller därför att tidigt bygga upp bra relationer med företagare och företag, som kan bli framtida viktiga klienter. Som tillväxtföretagare behöver Du alltså inte vara rädd för att kontakta en erfaren affärsjurist och be om synpunkter på hur Du ska bära Dig åt. Tala om vad Du behöver för hjälp och hur mycket Du kan betala. Det kan också vara möjligt att få juridisk rådgivning på kredit eller till en lägre kostnad under företagets tidiga skede.

- Som tillväxtföretagare är Du en intressant klient för de affärsjuridiska advokatbyråerna.
- Förhandla därför alltid om arvodets storlek och betalningsvillkoren.

Vikten av att värva kompetenta styrelser i tillväxtföretag understryks ofta i tillväxtdebatten. Helst ska en styrelse bestå av erfarna ledamöter med olika kompetens. Att en erfaren affärsjurist

är en av tillväxtföretagarens viktigaste rådgivare har påpekats ovan. Genom att också värva juristen som styrelseledamot säkrar Du en kontinuerlig och kompetent rådgivning, som ofta går långt över juridikens gränser. Dessutom gör Du detta till en relativt låg kostnad, eftersom styrelsearvodena i regel inte är särskilt höga i tillväxtbolag.

- Att värva en erfaren affärsjurist som styrelseledamot är en klok och billig investering.

I CONNECT-skriften *Att belöna och motivera medarbetare i tillväxtföretag* (IVA-R 431) redogörs bland annat för en ny trend avseende betalning för konsulttjänster. I stället för kontanter erbjuds konsulter betalning i form av optioner att i framtiden förvärva aktier i klientföretaget till ett förutbestämt pris. Fördelen med detta system är att tillväxtföretaget slipper anstränga sin likviditet. Konsulten blir i sin tur bättre motiverad i sitt arbete, eftersom denne som eventuell blivande delägare har ett starkt intresse av att bidra till företagets värdetillväxt. Denna nya trend är tydligast i USA, där även en del affärsjuridiska byråer tar betalt i optioner i unga tillväxtföretag. Anledningen till att de amerikanska byråerna tillämpar detta system anges ofta vara att de räknar med att något av de företag som de blir delägare i kan utvecklas till ett nytt ”Microsoft”, och därmed också en bli en mycket bra affär. Ett annat skäl kan vara att byråerna ser en möjlighet att knyta klienten närmare till sig, och på så sätt få möjlighet att tjäna bra med pengar på löpande rådgivning i framtiden. En affärsjurist som är medlem i Sveriges Advokatsamfund är emellertid förhindrad att ta betalt i form av delägarskap eller optioner för juridiska tjänster. Genom delägarskapet kan klientföretaget också känna en viss press att alltid anlita den delägande advokatbyrån eller konsulten. Det är emellertid inte säkert att detta på sikt alltid är den bästa eller mest önskvärda lösningen.

3. Aktieägaravtalet

I föregående kapitel påpekades att ett aktieägaravtal är ett mycket viktigt komplement till aktiebolagslagen, när två eller flera personer bestämmer sig för att tillsammans driva verksamhet i form av ett aktiebolag. Ett aktieägaravtal kan i sin enklaste form vara ett dokument, som i princip bara reglerar några få frågor, till exempel vilken rätt en aktieägare ska ha att överlåta sina aktier och hur sådana aktier ska värderas. Avtalet kan också vara mycket komplicerat och reglera en mängd olika frågor som kan uppstå under företags livstid. En rådande trend är vidare att riskkapitalbolagen introducerar allt mer detaljerade bestämmelser i aktieägaravtalen, när de går in som delägare. Att granska och förstå långa, detaljerade avtal, som dessutom ibland är skrivna på engelska, är mycket svårt.

Ett aktieägaravtals innehåll är helt beroende av det enskilda företags behov, som i sin tur är beroende av bland annat ägarsammansättningen samt verksamhetens inriktning och mål. Ett antal typiska frågor som ofta regleras i aktieägaravtal kan emellertid räknas upp:

- Ägarkrets, aktieslag och fördelning av aktier och röster
- Nya delägare
- Bolagets namn, verksamhetens art och hur bolagsordningen ska se ut
- Hur beslut ska fattas
- Vem eller vilka som har rätt att teckna bolagets firma
- Funktionsfördelning mellan ägarna
- Kapitalfrågor/investeringar
- Hur vinst eller förlust ska fördelas
- Skydd för minoritetsägare
- Hur låsningar i beslutsprocessen ska kunna lösas (50/50-bolag)
- Konkurrens- och sekretessbestämmelser
- Delägars obestånd, långvariga sjukdom eller dödsfall
- Värdering av aktie
- Hembud och lösen av aktie
- Förbud mot pantsättning av aktie
- Besträffning av illojala beteenden
- Tvistlösning
- Avtalets upphörande.

Glöm emellertid inte att varje företag är unikt. Aktieägaravtalet måste därför anpassas för delägarnas och företags unika behov.

- **Låt alltid en jurist hjälpa Dig att utforma aktieägaravtalet med utgångspunkt från Dina, Dina kompanjoners, investerarnas och företags specifika förutsättningar.**

Aktieägaravtalet omfattar, som nämnts ovan, olika frågor som kan uppkomma under företags livstid. Nedan har en grov uppdelning gjorts av denna tid i tre olika faser: Att starta, att driva och att avsluta företaget.

Företagets tre faser:

AKTIEÄGARAVTALET

Att starta företaget

Att driva företaget

Att avsluta företaget

Det finns inte utrymme i denna skrift att i detalj redogöra för alla de ovan nämnda frågorna. Åtskilliga av dessa berörs kortfattat i CONNECT-skriften *Att starta och driva tillväxtföretag* (IVAR 429). Några viktiga frågor ska emellertid beröras även här.

ATT STARTA FÖRETAGET

Aktieslag

Under ett tillväxtföretags livstid kan det sannolikt bli aktuellt att ge ut nya aktier och ta in ytterligare delägare i företaget för att till exempel skaffa riskkapital eller för att rekrytera, motivera och behålla medarbetare. För att underlätta de ursprungliga ägarnas möjligheter att behålla den avgörande kontrollen över företaget, trots att ett stort antal nya aktier ges ut, kan det vara klokt att redan från början införa aktier av två slag: A-aktier med tio röster vardera och B-aktier med en röst vardera. De nya aktierna kan därvid avse röstsvaga B-aktier.

Funktionsfördelningen mellan delägarna

Delägarna i ett tillväxtföretag har ofta flera olika roller att spela i företaget. De är aktieägare, styrelseledamöter, ingår i ledningsgruppen och deltar aktivt i verksamheten. Arbetsmiljön är kreativ och präglas av informella strukturer, korta beslutsvägar och projektbetonade arbetsuppgifter.

Det är därför viktigt att delägarna definierar sina respektive roller och ansvarsområden i aktieägaravtalet, för att undvika framtida konflikter. Delägars arbetsinsats, det vill säga om denne ska ägna hela eller endast del av sin tid åt företaget, bör också framgå. Avtalet bör också föreskriva att företaget ska teckna ansvarsförsäkringar för styrelsemedlemmarna, eftersom ledamöterna kan riskera att bli skadeståndsskyldiga för brister i företagets förvaltning enligt aktiebolagslagen.

Bolagsordning

En kopia av bolagsordningen bör biläggas aktieägaravtalet. Bolagsordningen ska, enligt aktiebolagslagen, reglera vissa bolagsformalia, men kan också innehålla bestämmelser som särskilt avtalas mellan delägarna. I bolagsordningen kan Du till exempel bestämma att kallelse och anmälan till bolagsstämma kan ske genom att utnyttja Internet och e-mail, vilket är både billigare och smidigare än att utnyttja postverket. Aktiebolagslagens bestämmelser avseende bolagsordningen ger vidare minoritetsägare ett visst skydd, eftersom det krävs en kvalificerad röstmajoritet för att ändra bolagsordningen. Delägarna bör därför tänka igenom bolagsordningens närmare innehåll. Bolagsordningen ska bland annat innehålla en beskrivning av den verksamhet, som företaget ska bedriva. Verksamheten bör inte anges för snävt, eftersom det kan vara svårt att förutse exakt vilken eller vilka verksamheter företaget kommer att bedriva i framtiden.

Hur beslut ska fattas och skydd för minoritetsägare

Aktiebolagslagen innehåller detaljerade regler om hur olika beslut ska fattas och hur val ska förrättas i aktiebolag. Utgångspunkten är majoritetsbeslut. Reglerna ger också minoritetsägare ett visst tvingande minimiskydd. Delägarna känner dock ofta ett behov av att förstärka detta skydd. Inte minst riskkapitalbolag, som i regel går in som minoritetsdelägare i företag, kräver ett inflytande som är större än vad som motsvarar deras ekonomiska insats. Eftersom avtalsfrihet i princip råder avseende innehållet i ett aktieägaravtal, kan delägarna avtala att vissa, för delägarna eller företaget viktigare beslut, till exempel beslut om nya delägare, kapitaltillskott, upptagande av lån och ställande av säkerheter, ska fattas enhälligt eller med viss kvalificerad majoritet. Delägarna bör också tänka på hur lösningar i beslutsprocessen ska lösas. Detta problem är vanligt i bolag som till lika delar ägs av två ägare.

ATT DRIVA FÖRETAGET

Kapitalfrågor

Kompetenta medarbetare är tillväxtföretagets viktigaste resurs. Men utan tillräckligt med kapital kan inte kompetensen utnyttjas på ett effektivt sätt. Tillväxtföretagets kapitalförsörjning ska emellertid inte närmare beskrivas i denna skrift. En bra översiktlig beskrivning av hur denna går till framgår av CONNECT-skriften *Finansieringsmöjligheter för tillväxtföretag* (IVA-R 430). I en kommande CONNECT-skrift kommer också anskaffandet av riskkapital att mer specifikt beröras.

Det är en fördel om aktieägaravtalet innehåller några grundläggande bestämmelser angående hur kapitalanskaffning ska gå till. Ofta innehåller aktieägaravtalet endast bestämmelser som anger att beslut om kapitaltillskott ska fattas enhälligt av delägarna. Är delägarna eniga om vad de vill med sitt företagande, till exempel att satsa på till-

växt och en framtida börsintroduktion, bör beslutsordningen i sådana frågor utformas så att inte en eller ett par minoritetsägare kan stoppa nödvändiga beslut och hindra fortsatt expansion.

Hur vinst eller förlust ska fördelas

Hur eventuella förluster ska fördelas mellan delägarna hänger nära samman med företagets kapitalförsörjning, som kortfattat kommenterats ovan. Hur eventuell vinst ska fördelas kan vara mer invecklat på grund av behovet att konsolidera företaget och de så kallade fåmansföretagsreglerna. Avtalet bör också innehålla bestämmelser som reglerar under vilka förutsättningar delägarna kan ta ut lön för sitt arbete samt övriga förmåner som till exempel pensionsförsäkring.

Konkurrens- och sekretessbestämmelser

Redan det faktum att två eller flera personer kommer överens om att starta ett företag och gemensamt driva verksamhet, torde innebära att dessa blir förpliktade att lojalt verka för företagets bästa. Brist på avtal innebär alltså inte att det är fritt fram att konkurrera med det gemensamma företaget. Det är emellertid svårt att dra några skarpa gränser mellan lojala och illojala beteenden eller styrka exakt vad som avtalats mellan delägarna om det inte finns ett skriftligt avtal. Aktieägaravtalet bör därför innehålla bestämmelser som uttryckligen förbjuder varje form av konkurrerande verksamhet eller lämnande av information om verksamheten till utomstående personer. Avtalet bör också reglera under vilka förutsättningar en delägare har rätt att engagera sig i andra verksamheter, som inte direkt konkurrerar med det gemensamma företaget.

Delägars obestånd, långvariga sjukdom eller dödsfall

Delägarskap i ett tillväxtföretag förutsätter ofta att delägarna är aktivt verksamma i företaget. Delägarna vill i regel också ha kontroll över vilka som kan bli delägare och ha inflytande i företa-

get. Situationer kan emellertid uppstå då en enskild delägare avlider eller på grund av sjukdom blir långvarigt oförmögen att vara verksam i företaget. Delägare kan även hamna på obestånd och bli tvungen att avträda sina aktier till ett konkursbo. Aktieägaravtalets (och bolagsordningens) hembuds- eller lösenklausuler bör uttryckligen omfatta även sådana situationer (mer om dessa klausuler nedan). Vid delägars dödsfall stipulerar ofta aktieägaravtal att kvarvarande delägare inte bara ska ha en rätt utan också en skyldighet att lösa ut den avlidnes aktier från dennes dödsbo. Kostnaden för detta är emellertid svår att förutse och för att underlätta finansieringen av utlösen kan det vara klokt att företaget tecknar företagsägda kapitalförsäkringar med delägarna som försäkrade. Denna typ av försäkring kallas ibland för ”key-man-försäkring”.

Förbud mot pantsättning av aktie

Det är lämpligt att aktieägaravtalet innehåller ett uttryckligt förbud mot att en delägare pantsätter sina aktier utan de övrigas medgivande. Anledningen till detta är bland annat att en pantsättning kan medföra rådighetsinskränkningar för den delägare som pantsätter sina aktier och att en panthavare indirekt kan få ett visst inflytande över företaget. Företagets framtida kapitalanskaffning kan också försvåras, eftersom delägens aktier inte kan utnyttjas som säkerhet. Ett sätt att förebygga detta är att delägarna avtalar att deras respektive aktier pantsätts till varandra, som säkerhet för delägarnas rätta fullgörande av bestämmelserna i aktieägaravtalet. Samtliga aktier deponeras därefter lämpligen hos till exempel en advokat eller en bank med klara instruktioner.

ATT AVSLUTA FÖRETAGET

Värdering av aktier

Värdering av aktier i tillväxtbolag är en vetenskap för sig och kan här endast mycket kortfattat

beröras. Behov av att värdera aktier föreligger i princip under ett tillväxtföretags hela livstid. Behovet kan bland annat hänföra sig till införande av resultatbaserade belöningsssystem för medarbetarna, som till exempel optionsprogram, kapitalanskaffning, köp av rörelse genom betalning med egna aktier, försäljning av företaget eller marknadsintroduktion av företagets aktier. Behov av värdering av aktier finns också när en delägare vill avsluta sitt engagemang i företaget och sälja sina aktier eller vid utköp av delägare på grund av till exempel dennes avtalsbrott, obestånd, långvarig sjukdom eller dödsfall. Även om värdering av aktier i tillväxtföretag i regel är en komplicerad vetenskap, är den typiska värderingsbestämmelsen i aktieägaravtalet oftast av enkel beskaffenhet och avser att täcka det grundläggande behovet av värdering vid lösen av aktier. Utgångspunkten för värderingen är oftast företagets substansvärde eller dess avkastningsvärde. Sådan värdering ger emellertid i regel ett lägre värde än moderna värderingsmetoder av tillväxtföretag. Ibland föreskrivs också i aktieägaravtalet att värdet ska bestämmas genom skiljeförfarande om delägarna inte kan komma överens.

Hembud och lösen av aktie

Situationer kan uppstå då till exempel en delägare av olika orsaker vill avsluta sitt företagande och sälja sina aktier. Det är då rimligt att denne på något sätt ska kunna förfoga över sina aktier och räkna hem sin investering. Lika rimligt är det att de övriga delägarna ska ha en möjlighet att kunna köpa aktierna, för att bland annat undvika att en icke önskvärd person blir delägare. Aktieägaravtalet bör därför innehålla en tydlig bestämmelse, som innebär att en delägare som vill sälja sina aktier först måste erbjuda de övriga delägarna att köpa dessa (förköp). Om en delägare ändå skulle sälja aktierna till en utomstående (eller om aktierna på andra sätt övergår till ny ägare), bör aktieägaravtalet stipulera att köparen eller innehavaren måste erbjuda de övriga aktieägarna att köpa

aktierna på oförändrade villkor eller till fastställt lösenpris (hembud). Det är också viktigt att företagets bolagsordning innehåller en liknande hembudsklausul, eftersom till exempel en utomstående köpare av delägars aktier inte är bunden av aktieägaravtalet, men väl av bestämmelserna i bolagsordningen. Behov av att lösa ut delägare eller dennes konkurs- eller dödsbo kan, som nämnts ovan, också uppstå. Aktieägaravtalet bör därför även innehålla tydliga bestämmelser om hur detta ska gå till. Hembuds- och lösenbestämmelser finns i ett flertal olika varianter. Vilken typ av bestämmelser som passar bäst, bör bedömas konkret med utgångspunkt från det specifika företaget. Det kan också vara lämpligt att aktieägaravtalet stipulerar att aktierna ska vara respektive delägars enskilda egendom.

När riskkapitalbolag går in som delägare förekommer det att dessa kräver att vissa specialbestämmelser tas in i aktieägaravtalet avseende till exempel särskild företrädesrätt till aktier eller, i vissa fall, till och med tvångsförsäljning av företaget eller inkråmet.

Bestraffning av illojala beteenden

Behov av att lösa ut delägare kan också uppstå på grund av dennes grövre brott mot aktieägaravtalet. Övriga delägare har då i regel en rätt, enligt avtalet, att lösa ut sådan delägare. Lösenpriset avseende aktierna motsvarar i dessa fall ofta aktiernas nominella värde, det vill säga priset sätts utan hänsyn till aktiernas substans- eller avkastningsvärde. Därutöver är det vanligt att delägarna avtalat att ett på förhand bestämt skadeståndsbelopp (vite) ska betalas av den felande parten.

Tvistlösning

Även om ett aktieägaravtal är väl genomarbetat och formulerat, finns det alltid en risk för att delägarna har olika uppfattningar om hur specifika

bestämmelser i avtalet ska tolkas eller tillämpas (Telia-Telenor-affären är ett tydligt exempel på detta). Om inget särskilt har avtalats mellan delägarna, ska eventuella tvister som delägarna inte kan lösa själva avgöras av allmän domstol. För att slippa ge offentlighet åt en tvist och för att tillförsäkra en snabbare handläggning av denna, är det vanligt att delägarna avtalar att tvister ska avgöras i ett privat förfarande genom skiljemän. Om inget annat avtalats ska antalet skiljemän enligt svensk lag vara tre. Skiljemännen debiterar emellertid arvode, som parterna i förfarandet måste betala själva. Detta kan bli mycket dyrt. Det finns dock möjlighet att avtala att tvister ska avgöras genom ett förenklat skiljeförfarande med endast en skiljeman. Exempel på sådana förfaranden är Stockholms Handelskammars Skiljedomsinstituts regler för förenklat skiljeförfarande och de så kallade Göteborgsklausulerna om skiljeförfarande.

Avtalets upphörande

Aktieägaravtal kan gälla tills vidare eller vara tidsbegränsat. I det senare fallet föreskrivs ofta att avtalet förlängs på viss tid om ingen av delägarna säger upp det. Den vanligaste lösningen om en delägare säger upp avtalet, är att de övriga äger rätt att lösa ut denne. När detta skett upphör avtalet att gälla för den uppsägande delägaren, men förblir i kraft vad avser de andra. Aktieägaravtalet bör för säkerhet skull också innehålla en uttrycklig bestämmelse som stipulerar att reglerna i *lagen om handelsbolag och enkla bolag* avseende bland annat uppsägning av bolagsförhållande och likvidation av bolag inte ska gälla. Det kan nämligen finnas risk för att ett aktieägaravtal anses vara ett bolagsavtal enligt denna lag. Huvudregeln vid uppsägning av bolagsförhållanden enligt lagen är att bolaget ska likvideras.

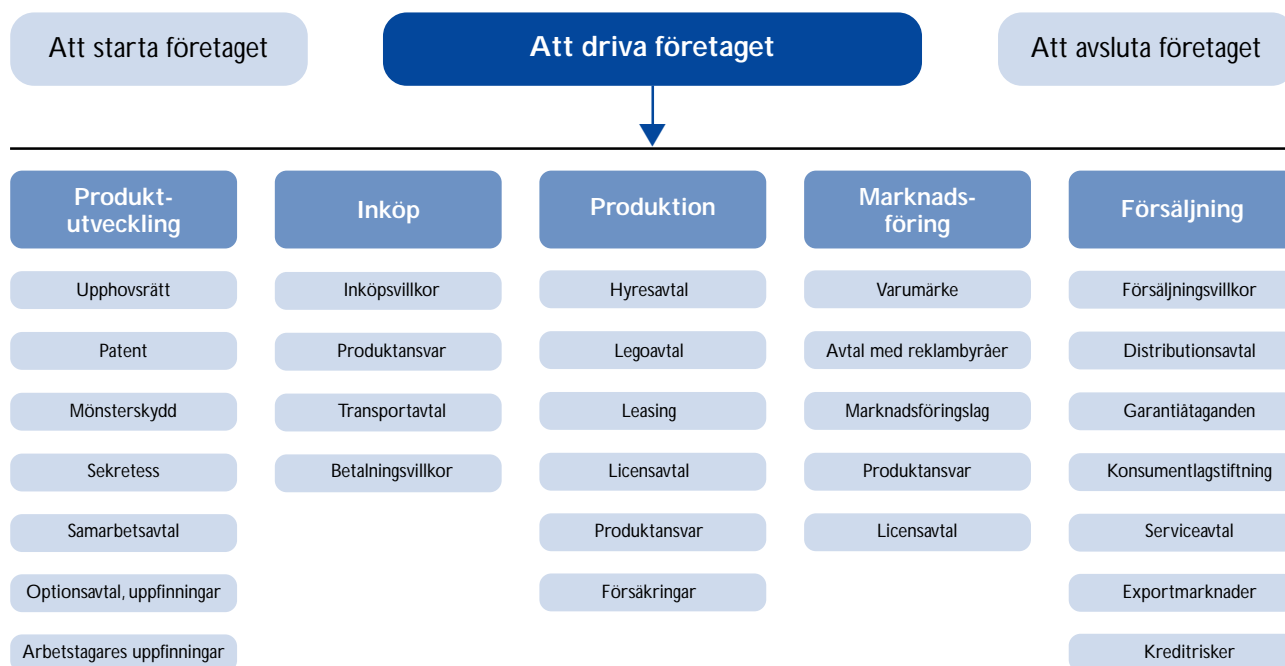
4. Att driva tillväxtföretag

Under hela tillväxtföretagets livstid är detta omgivet av ett oftast osynligt nätverk av lagar och avtal. Omfattningen av detta nätverk är, till och med för en erfaren affärsjurist, svår att klart överblicka. För att undvika onödiga misstag, som kan bli mycket kostbara och till och med äventyra hela företagets existens, är det viktigt att Du redan på ett tidigt stadium uppmärksammar vilka viktiga lagar och avtalstyper som kan bli relevanta för Ditt företag. Nedanstående schematiska bild av juridiken under företagets tillväxtperiod representerar en kraftig förenkling av verkligheten. Den kan emellertid fungera som ett enkelt hjälpmedel när Du funderar över, eller diskuterar med Din jurist, vilken juridik som Ditt företag kan komma att behöva. Utgångspunkten för Dina

funderingar bör vara Din affärsidé, det vill säga produkten eller tjänsten bör ställas i centrum. Rätt hanterad juridik är en viktig förutsättning för att Du verkligen ska kunna tjäna pengar på Din affärsidé. En viktig framgångsfaktor för amerikanska entreprenörer anses vara att de tidigt inser vikten av att strukturera sin verksamhet på ett juridiskt riktigt sätt.

Twister av olika slag med till exempel leverantörer eller kunder tillhör ett företags vardag. Det stora flertalet av dessa görs emellertid upp i godo på oftast rent kommersiella grunder. Ibland misslyckas dock parterna med detta och det är därför viktigt att det finns mekanismer för att slutgiltigt kunna lösa sådan tvister. Tvistlösning ska emellertid inte behandlas ytterligare i detta kapitel. Hän-

Schematisk bild av tillväxtperiodens juridik:



visning görs till vad som sagts om tvistlösning i det föregående. Du kan emellertid begränsa Din risk avseende eventuella framtida tvister, genom att samråda med Din jurist innan viktigare avtal ingås. Se också till att Ditt företag har en gällande **rättsskyddsförsäkring**.

Några viktiga lagar, avtal och begrepp som berör företagets relation till medarbetarna kommenteras i kapitel 5.

PRODUKTUTVECKLING

Upphovsrätt

Så kallade immateriella rättigheter är ofta en av tillväxtföretagets viktigaste tillgångar. Sådana rättigheter omfattar resultatet av Din affärsidé och Ditt intellektuella arbete och skyddas av bland annat **upphovsrättslagen**. Upphovsrätt (copyright) kan avse en stor mängd företeelser, som till exempel skönlitterära och musikaliska verk, bildkonst, byggnadsverk, kartor och datorprogram. Förutsättningen för att rättigheterna ska vara skyddade enligt upphovsrättslagen är att verket ska ha en viss grad av originalitet och kvalitet (verkshöjd). Enligt upphovsrättslagen behöver Du inte ansöka om registrering för att erhålla skydd för Dina rättigheter; skyddet inträder automatiskt i och med att Du till exempel har skapat ett datorprogram. Skyddet är exklusivt, internationellt och sträcker sig över en lång tid (70 år efter upphovsmannens död). I regel hänför sig skyddet till en fysik person – en upphovsman – men även företag kan i vissa fall ha upphovsrätt till ett verk. Upphovsrätten består av en ekonomisk och en ideell del. Den ekonomiska delen avser rätten att sprida verket och tjäna pengar på detta, genom att till exempel publicera verket och tillverka kopior. Den ekonomiska rätten kan fritt överlätas till skillnad från den ideella, som huvudsakligen har till syfte att skydda upphovsmannens anseende och konstnärliga integritet.

Från upphovsrätten bör man skilja så kallade

närstående rättigheter. Dessa omfattar bland annat framförande och inspelning av verk samt radio- och TV-utsändningar av dessa. Databaser, som inte anses ha tillräcklig verkshöjd för att omfattas av upphovsrätten, skyddas också som en närstående rättighet. Särskilda regler gäller för dessa.

Patent

Om Din affärsidé resulterar i en uppfinning, kan Du ansöka om patent för att skydda den. Genom ansökan till Patent- och registreringsverket (PRV) erhåller Du ensamrätt att i 20 år utnyttja uppfinningen kommersiellt. Skyddet är, till skillnad från upphovsrätten, endast nationellt. Det kan därför vara nödvändigt att ansöka om patent i flera länder samtidigt, vilket kan vara besvärligt och kostsamt. Numera kan man emellertid lämna in så kallad internationell eller europeisk ansökan till PRV, vilket underlättar ansökningsförfarandet. De svenska reglerna om patent finns i **patentlagen**. Förutsättningarna för att erhålla patent är att uppfinningen är ny, av teknisk karaktär, löser ett tekniskt problem, skiljer sig väsentligen från vad som tidigare är känt (uppfinningshöjd) och är möjlig att reproducera. Kravet på att uppfinningen måste vara ny innebär att Du inte kan sprida information om denna hur som helst innan Du ansökt om registrering. Du kan till exempel inte skriva om uppfinningen i massmedia eller visa upp en prototyp på mässor. Det är lätt att trampa fel i patentregelverket. Du bör därför redan på idéstadiet kontakta Svenska Uppfinnareföreningen (SUF) eller en välrenommerad patentbyrå för rådgivning. Många universitet kan också ge värdefull rådgivning i patentärenden. Utformningen av och tidpunkten för Din patentansökan är också mycket viktig och kräver ett stort expertkunnande. Ansökan utgör vidare ett viktigt budskap till Dina potentiella konkurrenter att det inte lönar sig att försöka kopiera Din uppfinning.

Datorprogram kan än så länge inte patentskyddas i Sverige. En sådan möjlighet finns i USA

sedan ett antal år och har blivit en vanlig form av skydd mot konkurrenter. Diskussioner pågår om ett införande av denna skyddsmöjlighet för datorprogram även i Sverige.

Mönsterskydd

Mönsterskyddet påminner om patentskyddet och kan vara ett komplement eller betydligt billigare alternativ till detta. Skyddet är emellertid mycket svagare än patentets och omfattar endast en produkts form (design) och inte dess funktion. Bestämmelserna om mönsterskydd finns i *lagen om mönsterskydd*. Kravet för att erhålla registrering hos PRV är att mönstret väsentligen skiljer sig från vad som tidigare är känt. Ett liknande nyhetskrav som gäller för patent gäller alltså även för mönster. Mönsterskydd innebär en nationell ensamrätt att under högst 15 år från ansökningsdagen kommersiellt utnyttja produkter med den skyddade designen. Även vad avser mönsterskydd är det viktigt hur ansökan utformas. Det kan vara värt att notera att i de flesta andra EU-länder än Sverige finns ett starkare industriellt designskydd till hands. Som exempel kan nämnas *Gebrauchsmuster* i Tyskland.

Sekretess

Under produktutvecklingsstadiet, innan Du till exempel har ansökt om patent eller mönsterskydd, kan det vara nödvändigt att låta utomstående personer, såsom rådgivare, tänkbara finansierare eller prototypverkare, ta del av Din idé eller uppfinning. För att begränsa riskerna för idéstöld eller att Din uppfinning ska anses ha kommit till allmän kännedom, vilket utgör hinder för att få patent eller mönsterskydd, är det viktigt att Du avtalsvägen skyddar idén eller uppfinningen, genom att låta sådana utomstående personer underteckna en sekretessförbindelse eller ett sekretessavtal. Hur dessa ska vara utformade är beroende av syftet med tillhandahållandet av informationen och omfattningen av denna. Datum, vilken typ av information som ges och omfattas av sek-

retessen samt sekretesstid, bör emellertid alltid anges. Tänk på att också skydda sådant ”kunskande” (know-how) som kan vara viktigt för Din affärsidé eller produkt, men som kanske inte omfattas av patent-, mönster- eller varumärkeskyddslagstiftningen.

Samarbetsavtal

Alla rättigheter till en uppfinning tillkommer uppfinnaren (upphovsmannen). Ofta delas emellertid dessa rättigheter av två eller flera personer som gemensamt tagit fram uppfinningen. För att undvika framtida konflikter mellan ägarna är det viktigt att dessa tidigt upprättar ett enkelt samarbetsavtal, som i huvudsak anger hur stor andel av uppfinningen som var och en äger. Samarbetsavtal kan också bli aktuella när ett företag bestämmer sig för att utveckla en idé eller produkt tillsammans med andra fysiska eller juridiska personer.

Optionsavtal

Ett optionsavtal innebär till exempel att en uppfinnare ger någon annan (i regel ett etablerat företag) en förhandsrätt att under en begränsad tid (optionstid) undersöka en uppfinning, för att kunna ta ställning till om denna är intressant att utnyttja kommersiellt. Om så är fallet ersätts optionsavtalet i regel av ett licensavtal (mer om licensavtal nedan). Det är viktigt att komma ihåg att uppfinnaren inte kan träffa avtal med någon annan under optionstiden. Värdefull tid kan därför gå förlorad om optionsinnehavaren bestämmer sig för att inte förvärva rättigheterna till uppfinningen. Optionstiden bör därför göras så kort som möjligt (tre till sex månader är vanligt). En skälig ersättning, som står i relation till optionstiden, bör också betalas till uppfinnaren.

Arbetsstagares uppfinningar

En arbetsgivares rätt till arbetsstagares uppfinningar regleras i *lagen om rätt till arbetsstagares uppfinningar* om inget annat är avtalat i gällande

kollektivavtal eller i anställningsavtalet. Det är emellertid viktigt att komma ihåg att en arbetstagares rätt, enligt lagen, till ”skälig ersättning” för sin uppfinning inte kan avtalas bort till nackdel för den anställde. En förutsättning för att lagen ska vara tillämplig är att det är möjligt att få patent på uppfinningen i Sverige. En arbetsgivare har enligt lagen helt eller delvis en företrädesrätt till arbetstagares uppfinningar om dessa faller inom ramen för arbetsgivarens verksamhet. Från denna huvudregel finns vissa undantag av vilka det så kallade lärarundantaget är det viktigaste. Detta undantag innebär att till exempel en universitetslärare själv har rätten till de uppfinningar som denne gör i tjänsten.

En arbetstagare är skyldig att informera arbetsgivaren om uppfinningen, och arbetsgivaren ska inom viss tid meddela om han ämnar utnyttja sin rätt. Särskilda problem kan emellertid uppstå i till exempel konsultföretag, vars anställda utför sina arbetsuppgifter hos arbetsgivarens kunder. Kunden kan enligt avtalet med konsultföretaget ha rätt att utan ytterligare ersättning tillgodogöra sig eventuella uppfinningar som konsulten gör under fullgörandet av sitt uppdrag. En sådan bestämmelse behöver emellertid inte påverka den anställdes rätt till skälig ersättning.

INKÖP

Inköpsvillkor

Om bolaget gör sina inköp från större leverantörer, kan man förvänta att dessa använder sig av standardavtal. Sådana avtal brukar benämnas ”Allmänna villkor” eller något liknande. Villkoren är inte sällan ogynnsamma för motparten, det vill säga köparen. Det finns därför anledning att ingående granska dessa samt diskutera villkoren med leverantören och förklara vilka ändringar man vill ha till stånd och varför. Den rättsliga relationen till leverantören kan vara mycket viktig

för företaget, bland annat med avseende på möjligheterna att föra krav från företagets kunder, på grund av leveransförseningar eller fel, vidare till leverantören. Om Ditt företag börjar få stora inköpsvolymmer, kan det finnas anledning att utnyttja företagets starkare position gentemot leverantörerna och ta fram egna allmänna inköpsvillkor.

Produktansvar

Reglerna avseende produktansvar ska beröras under rubriken ”Produktion” nedan. Här ska emellertid nämnas att ett företag som importerar produkter från en utländsk leverantör kan omfattas av de svenska reglerna om produktansvar.

Transportavtal

Inköpsavtal behöver i regel innehålla bestämmelser som anger var de köpta varorna ska levereras, när risken för att varorna skadas övergår från leverantören till köparen och om leverantören eller köparen ska betala för transporten och nödvändig försäkring. Dessa leveransbestämmelser är särskilt viktiga om varor ska importeras eller exporteras. För att underlätta handeln har Internationella handelskammaren (ICC) utarbetat ett antal internationellt accepterade regler och leveransbestämmelser (Incoterms), som är viktiga att känna till. Information om dessa kan Du få genom ICC:s kontor i Stockholm, Din bank eller en erfaren jurist. Den part som ska ombesörja transporten måste träffa ett särskilt avtal med en transportör. Det finns ett stort antal olika typer av transportavtal och aktörer inom transportbranschen. Regelverket (transporträtten) är omfattande och svårt att överblicka för en lekman. Ofta träffas emellertid avtal med en speditorsfirma, som får i uppdrag att ombesörja hela transporten från leverantören till köparen inklusive lagerhållning och dokumenthantering. För att underlätta bedömningen av eventuella ansvarsfrågor, till exempel om varorna skulle skadas under transporten, är det viktigt att speditören inte bara fungerar som en förmedlare av transporttjänster, utan också tar

på sig ett självständigt ansvar som transportör.

Betalningsvillkor

I samband med att överenskommelse träffas om priset för en vara, måste Du också ta ställning till hur priset ska betalas. I de enklaste fallen eller när en bra relation har upprättats mellan kund och leverantör, sker betalning oftast mot faktura i efterskott. Om en vara ska tillverkas för köparens räkning, betalas i regel ett förskott och slutbetalning äger rum efter leverans. Vid internationella köp är läget ofta mer komplicerat. Parterna befinner sig långt från varandra och förhållandena varierar från land till land. Typiskt sett tar leverantörer en större kreditrisk när varor ska exporteras. En utländsk leverantör vill därför ofta ha någon form av betalningsgaranti innan varorna levereras. Det finns flera olika sätt att uppnå detta syfte. En vanlig variant är att betalning sker genom att köparen öppnar en remburs (letter of credit). Köparens bank garanterar då, ofta i samarbete med leverantörens bank, att leverantören får betalt för varorna under förutsättning att vissa dokument överlämnas till banken inom viss tid. Det viktigaste dokumentet, som leverantören ska överlämna till banken, är i regel det transportdokument som transportören av varorna ställer ut vid mottagandet av dessa. I regel kan den som får ett sådant dokument i sin besittning också fritt disponera över varorna. I princip sker alltså betalning mot erhållande av ett dokument i stället för av varorna.

PRODUKTION

Hyresavtal

Ett tillväxtföretag kan för sin produktion vara mer eller mindre beroende av sina lokaler. Lokal-kostnaderna kan representera en stor del av företagets fasta kostnader. Ett nystartat företag bör inte ingå alltför långa hyresavtal utan att samtidigt försäkra sig om rätten att upplåta lokalerna i

andra hand eller överlåta hyresrätten till någon annan, utan att samtidigt behöva överlåta verksamheten. En hyresvärd vill i regel ha borgen eller annan säkerhet för företagets åtaganden som hyresgäst. Sådan borgen eller säkerhet bör alltid diskuteras, eftersom dessa ofta går att förhandla bort helt eller delvis.

Legoavtal

Som ett alternativ till att ha egen tillverkning kan man ingå legoavtal, som innebär att någon annan åtar sig att helt eller delvis tillverka företagets produkter. I detta sammanhang är det viktigt att tänka på att villkoren i legoavtalen stämmer överens med dem som man själv tillämpar gentemot sina kunder, så att ansvar för leveransförseningar och fel i produkterna kan föras tillbaka till legotillverkaren. Det är också viktigt att observera att avtal om legotillverkning alltid innebär en överföring av kunskap till legotillverkaren. Legoavtalet bör därför också innehålla tydliga bestämmelser om sekretess och att äganderätten till all överlämnad information och kunskap, avseende bland annat produkterna, tillkommer beställaren med ensamrätt samt vilka påföljder som ska gälla vid brott mot sådana bestämmelser.

Leasing

Kapital är i regel en bristvara i tillväxtföretag. Att leasa (hyra) maskiner och utrustning som behövs för företagets produktion, kan därför vara ett lämpligt och kapitalsnålt sätt att finansiera införskaffandet av produktionsmedel. Leasingkostnaden tas direkt över resultaträkningen. Leasing innebär ofta att tre parter är inblandade i transaktionen (så kallad indirekt leasing). Företaget (leasetagaren) sluter avtal med en finansör, som i sin tur sluter avtal med en leverantör om leverans av viss specificerad utrustning till företaget. Leasingupplägget kan emellertid medföra att det i vissa fall kan vara svårt för leasetagaren att göra gällande fel i den levererade utrustningen. Därför är det bättre att träffa avtal om så kallad *direkt*

leasing med leverantören av utrustningen, om detta är möjligt. Man skiljer vidare på *operativ* och *finansiell leasing*. Den senare formen torde vara vanligast vad gäller produktionsutrustning och innebär att leasetagaren får stå för alla reparations- och underhållskostnader. Nackdelarna med leasing är att det totalt sett kan vara en dyr finansieringsform och att den leasade utrustningen inte kan användas som kreditunderlag, eftersom den inte ägs av leasetagaren.

Licensavtal

I stället för att själv tillverka och marknadsföra en produkt, kan Du mot ersättning (royalty) upplåta rätten till detta till någon annan genom ett licensavtal. Föremålen för ett sådant avtal är i regel immateriella tillgångar, som upphovsrätt, patent, mönster och varumärke samt know-how. Den upplåtna rätten att kommersialisera, till exempel en uppfinning, kan vara förenad med en ensamrätt. Om så är fallet, är det viktigt att Du förbehåller dig rätten att säga upp avtalet om licenstagaren missköter sig samt att en viss lägsta ersättning alltid ska utgå. En tillväxtföretagare behöver naturligtvis inte själv vara uppfinnare för att bli en framgångsrik företagare. Att skaffa sig rätten att kommersialisera andras uppfinningar genom licenser kan vara ett bra sätt att skapa tillväxt och tjäna pengar. Du bör också överväga i vilken utsträckning Du själv kan vara beroende av licenser från andra för Din egen produktion. Oavsett om Du är licensgivare eller licenstagare, är det mycket viktigt att Du alltid låter en erfaren jurist gå igenom licensavtalet innan Du skriver under detta.

Produktansvar

Ett företag kan bli ersättningskyldigt för skador som en produkt orsakar på grund av en säkerhetsbrist i denna. Ansvaret regleras i *produktansvarslagen* och är mycket strängt. Enligt lagen ska en produkts säkerhet bedömas med utgångspunkt från bland annat hur produkten kan förutses bli

använd, hur den marknadsförs och med hänsyn till lämnade bruksanvisningar. Ansvaret omfattar inte endast den som tillverkat och sålt produkten. Även den som frambringat, insamlat eller importerat produkten samt marknadsfört denna som sin egen, kan bli ansvarig enligt lagen. En annan lag som har till syfte att förhindra att varor och tjänster orsakar person- eller egendomsskada är *produktsäkerhetslagen*. Enligt lagen kan marknadsdomstolen bland annat ålägga en näringsidkare att tillhandahålla säkerhets- eller varningsinformation, att återkalla en vara, som kan medföra risk för skada samt förbjuda att näringsidkaren tillhandahåller en viss vara eller tjänst. Om en produkt exporteras till ett annat land, finns det också anledning att vara observant på det produktansvar som kan följa enligt detta lands regler. Detta gäller i synnerhet USA.

Försäkringar

Många av de risker som uppstår i en verksamhet och som delvis beskrivs i denna skrift kan hanteras genom att företaget tecknar en företagsförsäkring. En sådan försäkring kan skraddarsys för det egna företagets behov. Premien för en sådan försäkring kan emellertid variera, varför Du bör begära offerter från minst två försäkringsbolag eller anlita en välrenommerad försäkringsmäklare. Andra försäkringar som kan vara lämpliga att teckna är så kallade nyckelmannaförsäkringar avseende nyckelpersoner i verksamheten. Därutöver kan det, som nämnts i föregående kapitel, vara lämpligt att företaget tecknar livförsäkringar på delägarna för att underlätta en eventuell utlösen om någon skulle avlida.

MARKNADSFÖRING

Varumärke

Ett varumärke är ett särskilt kännetecken för de varor och tjänster som ett företag producerar eller säljer. Varumärket är för många tillväxtföretag

en av de viktigaste tillgångarna. Även för mogna företag är varumärket ofta av mycket stor strategisk betydelse, när till exempel skyddstiden för ett patent gått ut. Ett varumärke kan skyddas antingen genom registrering hos PRV eller genom så kallad inarbetning. Bestämmelserna om varumärken finns i den svenska *varumärkeslagen*. Enligt lagen innebär en registrering av varumärke att innehavaren får ensamrätt att använda varumärket i Sverige. Ingen annan får använda samma eller förväxlingsbart märke för marknadsföring av identiska eller liknande produkter och tjänster. Rätten är inte tidsbegränsad, men registreringen kan komma att hävas om varumärket inte har använts under en femårsperiod. Det är viktigt att tidigt undersöka om ett varumärke (och även ett firmanamn) kan registreras. Många företag har lagt ner stora kostnader på framtagande av varumärke och marknadsföring av detta, enbart för att mötas av det tråkiga beskedet att varumärket är förväxlingsbart med ett tidigare registrerat märke. För att underlätta registrering av varumärken i andra länder går det numera att via PRV också ansöka om dels registrering av EG-varumärke, som blir skyddat i hela EU-området, dels internationell registrering, som kan avse även andra länder.

Avtal med reklambyråer

Varumärkets betydelse har understrukits ovan. Ett varumärke är emellertid endast av värde om det förmedlar en positiv bild av Ditt företag. För att bygga upp eller förstärka varumärket kan det vara nödvändigt eller önskvärt att inleda samarbete med en reklambyrå eller andra konsulter, specialiserade på marknadsföring. Du bör dock vara observant på att sådana samarbeten är svåra att precisera och kan bli mycket dyra. Du bör därför i förväg ordentligt diskutera igenom och avtala omfattningen av uppdraget och vilket resultat som ska uppnås. Pris och betalningsvillkor bör också preciseras så noga som möjligt. Konsulten vill i regel ha betalt löpande för nedlagt ar-

bete. Har Du en någorlunda stark förhandlingsposition bör Du i stället försöka avtala om fastpris eller resultatbaserad ersättning. Om Du har dålig likviditet (som ofta är fallet) och vill inleda ett mer långvarigt samarbete med konsulten, kan Du som alternativ till kontant ersättning försöka erbjuda betalning i form av aktieoptioner.

Marknadsföringslag

All marknadsföring av en vara eller tjänst måste ske i överensstämmelse med så kallad god marknadsföringssed. De övergripande reglerna avseende detta finns i den svenska *marknadsföringslagen* och har till syfte att skydda såväl konsumenter som näringsidkare. Lagen reglerar särskilt användandet av vilseledande reklam, förpackningsstorlekar och efterbildningar. Även ett vilseledande användande av begrepp, som till exempel konkursutförsäljning, realisation och förmånersbjudande är förbjudet enligt lagen. Den som bryter mot lagen kan bland annat förbjudas av *marknadsdomstolen* att i fortsättningen använda den otillbörliga marknadsföringen eller åläggas att betala en marknadsstörningsavgift motsvarande högst 5 000 000 kronor eller högst 10 procent av företagets omsättning. Även skadestånd kan utdömas.

Produktansvar

Vad produktansvar innebär har kortfattat förklarats ovan. Det är emellertid viktigt att komma ihåg att även den som marknadsför en produkt som sin egen genom att bland annat förse produkten med sitt namn eller varumärke, kan hållas ansvarig, enligt produktansvarslagen.

Licensavtal

Licensavtal har beskrivits ovan. Sådana avtal kan vara nödvändiga om Du marknadsför andras produkter eller egna produkter under någon annans varumärke. En särskild typ av licensavtal är så kallade *franchiseavtal*. Franchiseavtal går

emellertid mycket längre än typiska licensavtal och innebär ofta, förutom rätten att utnyttja ett visst varumärke (till exempel McDonald's), en rätt att utnyttja ett helt affärskoncept inom ett visst område, ofta i nära samarbete med franchisegivaren. Konceptet och samarbetet kan omfatta till exempel inköp, marknadsföring, försäljning och hur affärslokalen ska utformas. Franchising är förmodligen det snabbaste sättet för ett företag att marknadsföra sina produkter och expandera på nya marknader.

FÖRSÄLJNING

Försäljningsvillkor

När bolagets försäljning kommit igång kan det vara klokt att standardisera Ditt företags försäljningsvillkor. Jämför vad som sagts ovan avseende inköpsvillkor och leverantörernas standardavtal. Väl genomtänkta och formulerade försäljningsvillkor kan utgöra en styrka för bolaget och underlätta administrationen. I försäljningsvillkoren bör också ingå de leverans- och betalningsvillkor, som Du normalt vill tillämpa gentemot Dina kunder. Det kan också vara klokt att jämföra Dina egna försäljningsvillkor med dem som Dina leverantörer tillämpar, så att dessa harmoniserar med varandra. De lite större företagen använder sig ofta av egna standardavtal. Det är emellertid vanligt att branschorganisationer utarbetar enhetliga standardavtal, som alla företag inom en specifik bransch ska kunna använda sig av. För mindre företag kan det också innebära en förhandlingsfördel att tillämpa sådana avtal, eftersom man då lätt kan hävda att villkoren utgör ”branschpraxis” eller företagets praxis.

Distributionsavtal

Ett företag kan få avsättning för sina produkter antingen genom att själv sälja dem eller genom att ingå distributionsavtal med någon annan. De

vanligaste formerna av distributionsavtal är *agent-* och *återförsäljaravtal*. En *agent* kan agera i eget namn, men alltid för huvudmannens räkning. Agenten bearbetar potentiella kunder, tar in anbud men kan normalt inte sluta avtal för huvudmannens räkning. Inom hela EU finns skyddslagstiftning, vilken ger agenten rätt till bland annat avgångsvederlag och efterprovisioner. En *återförsäljare* agerar alltid i eget namn och, till skillnad från agenten, också för egen räkning och på egen risk. Uppdelningen mellan agenter och återförsäljare är emellertid inte internationellt enhetlig.

Du bör observera att val av distributionsform har stor betydelse för bland annat spridningen av Dina kreditrisker.

Garantiåtaganden

Försäljningsavtal innehåller i regel uttryckliga så kallade garantiåtaganden. I princip kan alla förpliktelser, som en säljare har enligt försäljningsavtalet, göras till föremål för garantier. Garantier avser emellertid vanligen avvikelser beträffande en produkts avtalade egenskaper, det vill säga fel i produkten. Garantier kan även omfatta annat än fel, till exempel att en prestation ska fullgöras före ett visst bestämt datum eller att en balansräkning avseende ett sålt företag är riktig. Enligt den svenska *köplagen* är en säljares ansvar för garantiåtaganden mycket strängt. Det är därför viktigt att noga fundera igenom när begreppet ”garanti” ska användas och hur ett garantiåtagande bör formuleras. Det kan också vara lämpligt att jämföra företagets garantiåtaganden med dem som tillämpas av företagets leverantörer, så att ansvar för till exempel fel kan föras tillbaka på leverantörerna. Det bör dock påpekas att uttryckliga garantiåtaganden ibland innebär att en säljare friskriver sig från en del av det ansvar som säljaren annars skulle ha haft om endast köplagen skulle ha varit tillämplig. Detta gäller i synnerhet garantiåtaganden i standardavtal.

Konsumentlagstiftning

I princip gäller avtalsfrihet när två företagare träffar avtal med varandra. Läget är emellertid annorlunda om Du säljer varor, tillhandahåller tjänster eller beviljar krediter till konsumenter, det vill säga privatpersoner. I sådana fall måste Du beakta den särskilda lagstiftning som tillkommit för att skydda den typiskt sett svagare konsumenten. Lagstiftningen är av tvingande karaktär till skillnad mot den ovan nämnda köplagen. Avtalsvillkor, till exempel i ett företags ”Allmänna villkor”, som strider mot konsumentlagstiftningen, är i regel ogiltiga. Typiska exempel på sådana villkor är de ovan nämnda garantiåtagandena. Lagstiftningen ger konsumenter utökade befogenheter gentemot företagare vad gäller bland annat möjligheterna att häva ett avtal och kräva skadestånd. Ansvaret för uppgifter som företagare lämnar i sin marknadsföring är också strängare. Den konsumentlagstiftning Du måste känna till består av:

- Konsumentköplagen
- Konsumenttjänstlagen
- Konsumentkreditlagen
- Prisinformationslagen
- Avtalsvillkorlagen
- Hemförsäljningslagen.

Serviceavtal

En kund är i regel inte bara intresserad av att få en felfri produkt levererad i rätt tid. En kund, som till exempel införskaffat maskinutrustning för den egna produktionen, måste också ha tillgång till service, reparation och reservdelar, ofta under en ganska lång tid. I den mån sådant inte täcks av säljarens garantiåtaganden, regleras detta i ett separat serviceavtal. Säljaren förbinder sig då att mot särskild ersättning tillhandahålla service, reparationer och reservdelar under en viss period. I sådana fall är det viktigt att Du, som säljare, planerar Din verksamhet så att Du kan tillhandahålla kompetent servicepersonal och till-

räckligt med reservdelar. Som exempel på standardavtal avseende service och underhåll som tagits fram av en branschorganisation, kan nämnas NR 98 som givits ut av bland annat Sveriges Verkstadsindustrier. Om Ditt företag är verksamt över ett större geografiskt område, kan det vara lämpligt att sluta avtal med mer lokala företag om att utföra den service som Du lovat Dina kunder.

Exportmarknader

Exportförsäljning aktualiserar särskilda frågeställningar för företaget. Bland annat blir mervärdesskattehanteringen annorlunda än vad man är van vid. Som påpekats ovan innebär också exportförsäljning, typiskt sett, en ökad kreditrisk. Betalningsmoralen kan variera kraftigt från land till land, och det är svårare att driva in fordringar i utlandet. Remburs eller leverans mot bankgaranti kan emellertid minimera riskerna. Jämför vad som sagts ovan om leverans- och betalningsbestämmelser. Du måste också fundera över i vilken valuta Du ska ta betalt. Huvudregeln är att Du om möjligt ska undvika valutaexponering. De flesta affärsbanker kan i regel ge Dig kompetent rådgivning avseende exportaffärer. Du kan också få hjälp av ambassader, konsulat, handelskammare eller Exportrådets lokalkontor. En erfaren affärsjurist kan också hjälpa Dig att undvika de värsta fällorna.

Kreditrisker

Företagets kreditrisker kan hanteras på olika sätt. Försäkring kan vara ett sådant. Bland övriga sätt kan nämnas så kallad **factoring**. Factoring innebär att Du överlåter eller belånar Ditt företags fakturor (kundfordringar). När Du belånar fakturor innebär detta att Du förstärker företagets likviditet. Risken för kreditförluster ligger emellertid kvar i företaget. Om Du i stället överlåter fakturorna, övergår risken för kundförlusterna till det företag (faktorn) som förvärvar dessa. Faktorn betalar dock ett lägre pris än fakturabeloppet för

att bland annat kompensera sig för dessa risker. Ett annat sätt att begränsa kreditrisken är att göra ett så kallat **äganderättsförbehåll** när Du säljer en vara. Ett sådant förbehåll innebär att Du behåller äganderätten till varan tills dess att varan är slutbetald. Förbehållet bör finnas med i Dina ”Allmänna villkor” om Du upprättat sådana.

Förbehållet saknar emellertid verkan om den vara Du har sålt, ska vidareförsäljas eller monteras in som en del i en annan, större produkt. Innan Du beviljar krediter till nya kunder, bör Du alltid kreditpröva dessa. Många friska företag har hamnat på obestånd på grund av stora kreditförluster på en eller ett fåtal kunder.

5. Medarbetarna

Den svenska arbetsrätten präglas av ett stort antal lagar, förordningar, föreskrifter och avtal, som reglerar arbetsmarknaden och relationen mellan arbetsgivaren och arbetstagaren. Kortfattat kan man säga att den svenska arbetsrätten är anpassad efter den för närvarande vanligaste formen av anställning, tillsvidareanställningen (fast anställning), med de traditionella storföretagens strukturer som utgångspunkt. De nya arbetstillfällena skapas emellertid i huvudsak i nya små tjänsteföretag, och andra anställnings- eller samarbetsformer blir vanligare i takt med en allt mer uppdragsbaserad arbetsmarknad. Det finns inte utrymme att i denna skrift redogöra för alla regler som en arbetsgivare förutsätts känna till. Några av de väsentligaste lagarna och begreppen bör emellertid nämnas, och några av dessa kommenteras också kortfattat. Betydelsen av delägarskap för medarbetare i tillväxtföretag och vad detta innebär berörs också kortfattat i detta kapitel. Mer utförlig information om delägarskap och resultatbaserade belöningsystem kan Du finna i den tidigare nämnda CONNECT-skriften *Att belöna och motivera medarbetare i tillväxtföretag* (IVA-R 431).

NÅGRA VIKTIGA LAGAR OCH BEGREPP

- Lagen om anställningsskydd (LAS)
- Medbestämmandelagen (MBL)
- Arbetstidslagen
- Semesterlagen
- Föräldraledighetslagen
- Studieleighetslagen
- Lagen om rätt till ledighet för att bedriva näringsverksamhet
- Arbetsmiljölagen
- Lagen om jämställdhet i arbete

- Lagen om facklig förtroendemans ställning på arbetsplatsen
- Lagen om rätt till arbetstagares uppfinningar
- Lagen om privat arbetsförmedling och uthyrning av arbetskraft.

Lagen om anställningsskydd

Lagen om anställningsskydd (LAS) är en av de viktigaste lagarna som Du som arbetsgivare måste känna till. Lagen gäller med några få undantag till förmån för alla arbetstagare. De viktigaste undantagen är arbetstagare som tillhör Din familj samt arbetstagare med företagsledande funktioner. Bestämmelserna i LAS är tvingande, vilket innebär att bestämmelser i ett anställningsavtal som inskränker en arbetstagares rätt enligt LAS är ogiltiga. Vissa avvikelser från LAS kan emellertid göras i *kollektivavtal* mellan arbetsgivare och arbetstagarorganisationer. LAS ger närmare föreskrifter om bland annat vilka olika anställningsformer som är tillåtna, under vilka förutsättningar arbetstagare kan sägas upp eller avskedas, uppsägningstider, turordningsregler vid uppsägning, företrädesrätt till återanställning, permittering samt skadestånd om en arbetsgivare bryter mot bestämmelserna.

De anställningsformer som kan förekomma enligt LAS är:

- Tillsvidareanställning (fast anställning)
- Visstidsanställning (tidsbegränsad anställning)
- Provanställning.

Tillsvidareanställningen är den vanligaste anställningsformen även om det på senare år blivit vanligare med visstidsanställningar, framför allt inom tjänstesektorn. LAS innehåller emellertid regler som begränsar arbetsgivares möjligheter att viss-

tidsanställa medarbetare. Det är viktigt att komma ihåg att om ingen särskild anställningsform har angivits i ett anställningsavtal avser avtalet tillsvidareanställning. Det är också viktigt att ha i minnet att LAS gäller arbetstagare i *alla* typer av företag, det vill säga även i unga tillväxtföretag i till exempel IT-branschen.

Arbetsgivare samt arbets- och uppdragstagare

LAS (och annan arbetsrättslig lagstiftning) reglerar endast relationen mellan *arbetsgivare* och *arbetstagare*. Den allt större gruppen av *uppdragstagare* omfattas i princip inte, eftersom uppdragstagare i regel är egna företagare. Det kan emellertid vara svårt att dra en skarp juridisk gräns mellan arbets- och uppdragstagare i det enskilda fallet – särskilt när uppdragstagaren utför arbete hos uppdragsgivaren. Utgångspunkt för den juridiska klassificeringen av en uppdragstagare är den grad av självständighet en medarbetare har i förhållande till arbets-/uppdragsgivaren. Graden av självständighet bedöms bland annat med utgångspunkt från om medarbetaren håller sig med egna arbetsverktyg, bestämmer sina arbetstider själv, har flera uppdragsgivare och innehar F-skattebevis (betalar skatt och sociala avgifter själv). Som arbetsgivare är det viktigt att Du är medveten om gränsdragningsproblematiken. En felbedömning kan bli dyrbar. Dels på grund av att en förmodad självständig uppdragstagare kan anses vara fast anställd (ett anställningsavtal behöver inte vara skriftligt), dels på grund av att Du kan riskera att betala skatt och sociala avgifter om den förmodade uppdragstagaren har underlåtit att göra detta. Kontrollera därför alltid att Dina uppdragstagare har F-skattebevis.

Medbestämmandelagen

Medbestämmandelagen (MBL) är en annan mycket viktig lag som Du måste känna till. Lagen innehåller ett stort antal tvingande regler avseende förhållandet mellan arbetsgivare och arbetsta-

gare. MBL slår bland annat fast den i svensk rätt okränkbara föreningsrätten samt innehåller bestämmelser om kollektivavtal, arbetstagarorganisationers förhandlingsrätt med arbetsgivare, arbetsgivares informationsskyldighet, arbetstagares medbestämmanderätt, tvistlösning, skadestånd med mera.

Lagen om rätt till ledighet för att bedriva näringsverksamhet

Arbetstagares rätt att få ledigt för att försöka starta eget är ett av de konkreta resultaten från den intensiva debatten under 1990-talet avseende arbetslösheten och behovet av nyföretagande. Lagen innebär i korthet att en arbetstagare under vissa villkor har rätt till högst sex månaders ledighet från sitt arbete för att bedriva näringsverksamhet. Verksamheten får emellertid inte konkurrera med arbetsgivarens.

Lagen om privat arbetsförmedling och uthyrning av arbetskraft

Lagen innebär en uppluckring av de strikta reglerna i LAS och MBL och har öppnat vägen för den närvarande mycket expansiva privata uthyrningsmarknaden. Uthyrningsföretagen hyr ut egen anställd personal till beställarföretag för längre eller kortare tid. Detta är en fördel för beställaren, som kan möta tillfälliga eller säsongsbetonade toppar i sin verksamhet utan att behöva anställa ytterligare personal. Ett stort antal yrkeskategorier finns i dag representerade hos uthyrningsföretagen. En anställd som sagt upp sig och tar anställning hos ett uthyrningsföretag får inte hyras ut till sin förra arbetsgivare inom sex månader från det att anställningen upphörde. Uthyrningsföretaget får heller inte hindra en uthyrd anställd att ta anställning hos en beställare.

Arbetsmiljölagen

Arbetsmiljölagen reglerar på ett övergripande sätt hur arbetsmiljön i nästan all verksamhet i Sverige ska utformas. Syftet med lagen är att förebygga

ohälsa och olycksfall i arbetslivet samt att uppnå en i övrigt god arbetsmiljö. Lagen berör alltså inte endast den fysiska miljön. Sociala förhållanden, personlig utveckling och meningsfulla arbetsuppgifter är också viktiga aspekter. Närmare föreskrifter meddelas av *Arbetskyddsstyrelsen* i samarbete med arbetsmarknadens parter. Varje arbetsgivare är skyldig att planera och kontrollera sin verksamhet så att arbetsmiljökraven uppfylls. Anställda på en arbetsplats eller deras lokala arbetstagarorganisation ska i regel också utse ett skyddsombud, som företräder arbetstagarna och deltar i planeringen av arbetsmiljön.

DELÄGARSKAP

I kapitel 3 påpekades att utan tillräckligt med kapital kan inte tillväxtföretaget utnyttja medarbetarnas kompetens på ett effektivt sätt. Omvänt kan sägas att utan kompetenta medarbetare utnyttjas inte kapitalet effektivt. Att rekrytera, motivera och behålla kompetenta medarbetare är därför tillväxtföretagets viktigaste strategiska fråga. Eftersom framför allt belöningsystem som innebär delägarskap för medarbetarna även nödvändiggör en del överväganden av juridisk natur, är det lämpligt att också i denna skrift nämna något om detta. Du bör vidare vara observant på att dessa frågor är ganska snåriga och har stor betydelse för såväl arbetsgivaren som medarbetaren.

Syftet med resultatbaserade belöningsystem är bland annat att få medarbetarna att tänka mer som ägare och mindre som enbart anställda. För att uppnå detta syfte torde de aktierelaterade belöningsystemen vara de effektivaste. Dessa kan delas upp i följande fem kategorier:

- Konvertibla skuldebrev (konvertibler)
- Personaloptioner
- Köpoptioner
- Teckningsoptioner (optionslån)
- Syntetiska optioner.

Vad är en aktieoption?

En aktieoption innebär en rätt men inte en skyldighet att någon gång i framtiden köpa en aktie till ett förutbestämt pris. För denna rätt betalar optionsinnehavaren i regel ett pris (optionspremie). Samtliga ovan nämnda system, med undantag av konvertibla skuldebrev och syntetiska optioner, innebär att medarbetarna får sådana optioner att förvärva aktier. De konvertibla skuldebrev innebär att medarbetarna lånar pengar till företaget med rätt att i framtiden byta ut (konvertera) fordran mot aktier, också här till ett förutbestämt pris. Den största skillnaden mellan syntetiska optioner och de övriga optionstyperna är att medarbetarna har rätt att erhålla ett kontantbelopp vid optionstidens utgång i stället för aktier.

Bolagsformalia

Beslut om konvertibla skuldebrev, personaloptioner och teckningsoptioner måste fattas av aktieägarna på bolagsstämma. Eventuellt måste också bolagsstämman fatta beslut om att ändra företagets bolagsordning, eftersom denna måste innehålla bestämmelser om aktiekapitalets storlek. Även aktieägaravtalet kan innehålla bestämmelser, som måste observeras. Syntetiska aktieoptioner behöver inga sådana beslut, eftersom en syntetisk option inte ger innehavaren någon rätt att förvärva aktier. Köpoptioner avser rätt att förvärva redan utgivna aktier och kräver heller inte några beslut på bolagsstämma.

Medverkan av utomstående part

Som nämnts ovan avser köpoptioner befintliga aktier. Medverkan krävs därför av någon annan än företaget, som givit ut aktierna. I regel är detta de befintliga aktieägarna. Avtal om förvärv av köpoptioner måste därför träffas mellan dessa aktieägare och medarbetarna.

Ägarkontroll och exit-aspekter

När ett erbjudande om delägarskap för medarbetarna planeras är det viktigt att aktieägarna fun-

derar igenom syftet med erbjudandet samt vilka legala effekter en ägarspridning kan få i framtiden vad avser ägarnas målsättning med företagandet. Det är också viktigt att medarbetarna noga tänker igenom sin egen situation: Har jag råd att riskera insatsen? Vad händer om jag lämnar min anställning? Hur kan jag sälja mina optioner eller aktier? Om de ursprungliga aktieägarna har för avsikt att någon gång i framtiden sälja företaget eller dess rörelse, kan en ägarspridning skapa problem, om till exempel en grupp nya aktieägare skulle motsätta sig detta. Detta problem skulle emellertid kunna lösas genom att även de nya aktieägarna ingår ett aktieägaravtal med de ursprungliga ägarna. Är emellertid målet för företagandet en marknadsintroduktion, torde ägarspridningen inte spela någon roll, eftersom målet just är att åstadkomma en ägarspridning. Aktieoptionsavtal med anställda får av skatteskäl inte innehålla några villkor som knyter innehavet av optioner till anställningen. Bestämmelser avseende lösningsrätt vid försäljning av optioner eller när anställningen upphör, liksom en rätt för medarbetare att sälja tillbaka optioner är emellertid i princip tillåtna. Du måste emellertid vara försiktig med hur dessa tillåtna villkor tillämpas. Skattekonsekvenserna är ofta förbisedda och kan vara oönskade. För att någorlunda rättvist kunna fastställa priset vid lösen av optioner, bör vidare aktieoptionsavtalen innehålla värderingsbestämmelser.

Skatteaspekter och fåmansföretagsregler

För att undvika negativa skattekonsekvenser (inkomstskatt i stället för kapitalskatt), måste bland annat priset på en aktieoption baseras på företagets marknadsvärde. Att fastställa priset på optioner är mycket svårt. För att undvika problem med skattemyndigheterna bör sådan värdering normalt göras av extern expertis på företagsvärdering.

En ständig källa till komplikationer i de flesta

småföretag är de så kallade fåmansföretagsreglerna. Reglerna är alldeles för komplicerade för att kortfattat beskrivas i denna skrift. Det är emellertid viktigt att påpeka att ett erbjudande om delägarskap också bör belysas med utgångspunkt från dessa regler.

Extern expertis

För att genomföra ett erbjudande om förvärv av aktieoptioner (och även konvertibla skuldebrev) är det i regel nödvändigt att anlita erfarna externa experter. De experter Du behöver anlita är:

- Värderingsman, för marknadsvärdering av företaget
- Skatteexpert, för skattemässig belysning av samtliga villkor
- Affärsjurist, för avtalsskrivning och bolagsformalia.

En erfaren affärsjurist vid någon av de största advokatbyråerna kan hjälpa Dig med att ta hand om alla tre frågorna. Du bör dock vara medveten om att den expertis Du behöver kostar en hel del pengar. Du bör också vara medveten om att varje erbjudande är unikt och att det inte finns några enkla standardlösningar.

Utländska medarbetare

En fråga som ibland ställs av tillväxtföretagare är hur ett rättvist program för delägarskap ska kunna införas som också tar hänsyn till medarbetare i utländska dotterbolag. Något enkelt svar på denna fråga finns tyvärr inte. Varje företag och erbjudande om delägarskap är unikt, varför erbjudandet måste skraddarsys för det enskilda företaget. Likaså är lagstiftningen i varje land unik och det är lika lätt att trampa fel i skattereglerna utomlands som i Sverige. Du måste därför noga diskutera igenom Ditt specifika erbjudande om delägarskap med experter både i Sverige och utomlands.

Nedanstående schematiska jämförelse mellan de svenska aktierelaterade belöningsystemen utgör en kraftig förenkling av verkligheten. Jäm-

förelsen kan emellertid fungera som ett hjälpmedel för att öka Din förståelse av dessa system.

En jämförelse mellan de svenska aktierelaterade belöningsystemen

	Konvertibler	Personaloptioner	Köpoptioner	Teckningsoptioner	Syntetiska optioner
Kräver medverkan av annan än arbetsgivaren	Nej	Nej	Ja	Nej	Nej
Marknadspris	Ja	Nej	Ja	Ja	Ja
Kan överlätas	Ja	Nej	Ja	Ja	Ja
Knuten till anställningen	Nej	Ja	Nej	Nej	Nej
Lösningrätt m m	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
Skyldighet att köpa aktie	Nej	Nej	Nej	Nej	Nej
Insats- eller kreditrisk	Ja	Ej krav	Ja	Ja	Ja
Utspädning av aktie	Ja	Ja	Nej	Ja	Nej
Anstränger likviditeten	Nej	Nej	Nej	Nej	Ja
Omfattande reglering i lag	Ja	Ja	Nej	Ja	Nej
Enkelt	Nej	Nej	Ja	Nej	Ja
Utdelning under löptid	Nej	Nej	Nej	Nej	Nej
Ränta under löptid	Ja	Nej	Nej	Nej	Nej
Rösträtt m m under löptid	Nej	Nej	Nej	Nej	Nej
Kapitaltillskott	Ja	Ja	Nej	Ja	Nej
Emissionslikvid aktier	Nej	Ja	Nej	Ja	Nej
Kapitalskatt	Ja	Nej	Ja	Ja	Ja
Inkomstskatt	Nej	Ja	Nej	Nej	Nej

Källa: Att belöna och motivera medarbetare i tillväxtföretag (IVA-R 431).

6. Några ord om Internet och juridik

Informationsteknologins utveckling under framför allt det senaste decenniet har lett till en dynamisk affärsutveckling inom hela näringslivet såväl i Sverige som i utlandet. Många nya innovativa tjänsteföretag har också uppstått som ett resultat av informationsteknologiens utveckling, särskilt med anknytning till Internet. Inte minst Internethandeln förväntas öka kraftigt under de närmaste åren. Detta har också påverkat rättsutvecklingen. Juridiken måste anpassas till nya förhållanden och affärskoncept. I detta kapitel görs ett försök att kortfattat förklara några viktiga juridiska aspekter som gäller framför allt Internethandel. Utgångspunkten är emellertid att de juridiska regler, som gäller för handeln med varor och tjänster i allmänhet, även gäller för Internethandeln. De huvudsakliga aspekterna avseende detta har tagits upp i kapitel 4.*

Att beställa en hemsida

När Du beställer en hemsida från en leverantör, i regel en *webbyrå*, är det viktigt att avtalet innehåller en ordentlig kravspecifikation och tidsplan för leverans. Specifikationen bör innehålla beskrivning av bland annat hemsidans design, hur den ska användas och om länkning ska kunna ske till andras hemsidor. Även upphovsrättsliga aspekter bör regleras, till exempel om leverantören ska få använda resultatet åt andra kunder, om beställaren ska få tillgång till *källkoden* för att själv kunna göra ändringar i programmet eller hur så kallade *metataggar* (dolda sökord) ska användas för att undvika intrång i andras rättigheter. Garantiataganden och bestämmelser om support bör också tas in i avtalet. Specifikationen bör också

innehålla bestämmelser som reglerar vilka åtaganden Du som beställare ska ha gentemot leverantören.

För att göra hemsidan tillgänglig för allmänheten kan Du använda antingen en egen server eller träffa avtal med ett så kallat *webbhotell* (ett företag specialiserat på att tillhandahålla marknadsplats och administrera hemsidor åt andra). Ofta kan den webbyrå Du anlitar tillhandahålla eller förmedla denna tjänst. Det är emellertid viktigt att webbyrån eller webbhotellet bland annat garanterar viss servicenivå, prestanda och säkerhet.

Upphovsrätt

En kortfattad beskrivning av upphovsrättens innebörd har gjorts i kapitel 4. Det är viktigt att understryka att reglerna om upphovsrätt också är tillämpliga på Internettjänster. Digitalt material är lätt att kopiera och sprida, varför det också är lätt att kanske oavsiktligt göra intrång i annans upphovsrätt. I regel krävs tillstånd av upphovsmannen för att kopiera till exempel texter, ljud- och bildmaterial, programfiler samt program- och html-koder eller för att sprida detta på nätet. Länkning till andras hemsidor kan också resultera i intrång i annans upphovsrätt. Rättsläget är emellertid oklart, varför det kan vara lämpligt att be om tillstånd från innehavarna av hemsidorna, som man vill länka till.

Databaser kan också vara föremål för upphovsrätt eller en närstående rättighet (så kallat katalogskydd). I det senare fallet är det själva sammanställandet av uppgifter som skyddas, inte de enskilda faktauppgifterna. Skyddstiden är 50 år.

* Avsnittet baseras på skriften *Internetpublicering* (Edmar, Stockholm 1999) och Advokatfirman Vingens skrift *IT-Nytt Special* (Vinge 1999)

Varumärken och domännamn

På samma sätt som Du behöver firmanamn och varumärke för att särskilja ditt företag och Dina produkter eller tjänster från andras, behöver Du ett särskilt igenkänningskännetecken – **domännamn** – för Din hemsida på Internet. Domännamnet består av ett särskiljande mellanled (jämför firmanamn) och en avslutande så kallad toppdomän. I Sverige är det organisationen NIC-SE som registrerar domännamn under toppdomänen **.se**. Du kan även registrera domännamn i andra länder under andra toppdomäner. Domännamn kan emellertid komma i konflikt med andras firmanamn eller varumärken. Enbart det faktum att ett registrerat domännamn kan vara förväxlingsbart med annans firmanamn eller varumärke torde inte innebära ett intrång i den senares rättigheter. Om ett domännamn, som är förväxlingsbart med annans varumärke, används för att marknadsföra varor eller tjänster av liknande slag, kan användandet emellertid anses vara otillåtet enligt varumärkeslagen. Även användandet av andras varumärken i metataggar och hypertextlänkar kan resultera i varumärkesintrång. Det är därför lämpligt att inhämta samtycke från innehavarna av sådana varumärken.

Marknadsföring och konsumentskydd

Svenska näringsidkare som bedriver marknadsföring på Internet bör tänka på att även andra länders marknadsförings- och konsumentlagstiftning än den svenska kan bli gällande för marknadsföringen. Omvänt gäller att utländska näringsidkare kan komma att hållas ansvariga enligt svensk lagstiftning. Lagvalsfrågan är emellertid inte helt lätt och kommenteras lite mer nedan. På det internationella planet har bland annat Internationella handelskammaren (ICC) tagit fram ett antal riktlinjer för interaktiv marknadskommunikation, vilka ger anvisningar om vad som är god marknadsföringssed på Internet. Dessa anvisningar utgör också en bedömningsgrund för vad som ska anses vara god marknadsföringssed enligt svensk

lag och innehåller också anvisningar för skydd åt konsumenterna. Under år 2000 kommer också ett nytt EG-direktiv att bli gällande i Sverige som innebär att liknande regler om ångervecka, som finns i den svenska hemförsäljningslagen, kommer att gälla även för försäljning över Internet.

Sannolikt kommer också ångerfristen att ökas från en till två veckor.

Elektroniska avtal

Enligt svensk rätt krävs ett anbud och en accept för att ett avtal ska anses ha kommit till stånd mellan två parter samt att parterna har rättslig handlingsförmåga. I regel finns inga särskilda formkrav och även muntliga avtal är bindande. Särskilda problem kan emellertid uppstå ur bevis-synpunkt avseende avtal som träffats över Internet. Vilket lands lag som ska gälla är heller inte självklart. Om möjligt bör därför ett erbjudande över Internet formuleras som en uppmaning till kunden att lämna ett anbud (hemsidan fungerar då som ett skyltfönster). Det är vidare viktigt att kunden intygar sin behörighet, till exempel att kunden inte är underårig. Ofta måste emellertid ett erbjudande över Internet formuleras som ett anbud. Det är då viktigt att det anges hur ett bindande avtal kommer till stånd. En variant, som är vanlig vid försäljning av mjukvara över Internet, är så kallade **click-wrapavtal**. Detta innebär att kunden måste bekräfta att licensvillkoren för att få använda varan accepteras, innan mjukvaran laddas ner. Kunden bekräftar genom att klicka ja på en sådan direkt fråga på hemsidan. Det är emellertid mycket viktigt att Du alltid är observant på att kunden måste få en möjlighet att ta del av Dina standardvillkor innan kunden avger accept.

Elektroniska signaturer

Som nämnts ovan kan bevisproblem uppstå avseende vilka som ingått avtal som träffats över Internet och vad som avtalats. Krypteringsteknik och elektroniska signaturer kan bidra till att lösa

detta problem. För att ett helt öppet system med elektroniska signaturer över Internet ska kunna fungera på ett betryggande sätt, krävs det emellertid medverkan av en neutral utomstående part eller organisation. Särskild lagstiftning avseende detta förbereds såväl i Sverige som på europeisk nivå. Lagstiftningen är tänkt att reglera bland annat ansvarsfrågor rörande så kallade *TTP* (trusted third parties) eller *CA* (certification authorities).

Betalning via Internet

Även betalning via Internet ger upphov till särskilda problem. Det finns ett system med så kallade elektroniska pengar, men rättsläget för dessa är ännu oklart. Ett vanligt sätt för betalning är att utnyttja betal- eller kreditkort. För att kunna ta betalt på detta sätt krävs emellertid tillstånd från de inblandande bankerna, vilket svenska banker hittills varit restriktiva med att ge. Vid leverans av varor, framför allt inom Sverige, kan också postförskott användas.

Vilken lag gäller på Internet?

Internet är ett medium som är tillgängligt över hela världen. Detta innebär att konflikter kan uppstå mellan olika länders rättssystem. Att på förhand kunna veta vilket lands lag som ska tillämpas på en affärstransaktion eller i vilket land en tvist ska avgöras är naturligtvis mycket viktiga frågor för alla företagare. På grund av Internet-handelns globala karaktär kan det emellertid vara svårt att med någon större grad av säkerhet förutse detta. Lagvalsfrågan gäller inte bara avtalsrätten utan omfattar även till exempel marknadsföring, konsumentskyddslagstiftning, produktansvar och straffrätt. Ämnet är mycket komplicerat och kan därför endast kortfattat beröras här. Utgångspunkten är emellertid att lagen i det land som en tvist har starkast anknytning till ska tillämpas.

När det gäller lagval på Internet kan grovt sett två alternativa principer nämnas. Den ena ut-

går från vem ett erbjudande riktar sig till, den så kallade *effektlands-* eller *mottagarlandsprincipen*. Viktiga omständigheter vid bedömningen är bland annat vilket språk eller vilken valuta som används. Den andra principen är den så kallade *ursprungslandsprincipen* och utgår från det land, som materialet sänds ut från. I USA är vidare, till skillnad från Sverige, serverns placering av betydelse vid lagvalet. Den princip som huvudsakligen tillämpas av svenska domstolar torde vara effektlandsprincipen. Det är viktigt att komma ihåg att även internationellt gäller särskilda skyddsregler för konsumenter vad avser tillämplig lag och domstol. Ett EG-direktiv, som mer tydligt reglerar dessa frågor, håller på att utarbetas.

Lag om personuppgifter

Denna lag (PUL), som bygger på ett EG-direktiv, ersätter den tidigare svenska datalagen och innebär en kraftig skärpning avseende bland annat användande och publicering av personuppgifter på Internet. Huvudregeln enligt PUL är att all slags hantering av personuppgifter, som direkt eller indirekt kan hänföras till en levande fysisk person, kräver tillstånd av denne. Lagen öppnar emellertid möjlighet till undantag för journalistiska ändamål eller om yttrandefrihetsrättsliga aspekter skulle väga tyngre än personliga integritetshänsyn.

I korthet

- Specificera noga Dina krav när Du beställer en hemsida.
- Fundera över vilket domännamn Du vill använda och lämplig toppdomän.
- Tänk igenom vilka utländska marknader Du tänker bearbeta.
- Var observant på lagstiftningen i sådana länder.
- Låt alltid en jurist göra en allsidig belysning av Din hemsida med utgångspunkt från vilken produkt eller tjänst du tänker erbjuda och vilka länder som omfattas av erbjudandet.
- Se upp med hur Du använder personuppgifter.

7. Något om utlandsetablering

Marknadsstrategi

Eftersom den svenska hemmamarknaden är förhållandevis liten, sneglar många svenska tillväxtföretagare redan på ett tidigt stadium på tänkbara utlandsmarknader för sin expansion. Det är därför viktigt att också tidigt fundera igenom vilken marknadsstrategi som ska väljas. Strategin varierar självklart från företag till företag beroende på bland annat vilka produkter eller tjänster som produceras, medarbetarnas kompetens, kontaktnät samt tillgången på kapital och marknadsinformation.

- Arbetet med marknadsstrategin är en viktig del av Ditt arbete med Din affärsplan.

Du kan läsa mera om marknadsstrategi och hur man gör en affärsplan i CONNECT-skrifterna *Att starta och driva tillväxtföretag* (IVA-R 429) samt *Så skriver Du en vinnande affärsplan* (IVA-R 428).

Rådgivare

Utöver affärsmässiga överväganden innebär en utlandsetablering att Du också måste göra ett antal mycket komplicerade skattemässiga och juridiska överväganden, eftersom bolagsformer och regelverk varierar från land till land. Förutom Din svenska affärsjurist och skatterådgivare, kommer Du också att bli beroende av lokala kompetenta rådgivare. De större svenska advokatbyråerna har egna skatteavdelningar och ingår ofta i internationella juristnätverk, varför Du i regel kan få nödvändig hjälp genom att anlita en sådan byrå. Kompetent hjälp och rådgivning kan Du också få i vissa frågor genom bland annat de svenska ambassaderna, konsulaten och handelskamrarna samt Exportrådets lokalkontor.

- Utlandsexpansion kräver att Du har tillgång till kompetenta rådgivare såväl i Sverige som utomlands.
- Juridiska tjänster utomlands kan vara mycket dyra.
- Begär därför alltid uppgift om priset i förväg.

Hur etablerar jag mig?

Du kan etablera Din verksamhet antingen själv eller i samarbete med lokala partners. De vanligaste formerna för etablering eller expansion utomlands är:

- Helägt dotterbolag
- Filial
- Joint venture
- Distributionsavtal
- Licensavtal.

Dotterbolag och filial

Genom att etablera ett helägt dotterbolag eller en filial behåller Du hela kontrollen av Din verksamhet också i utlandet. I regel innebär detta att Du också måste investera en hel del pengar för att bland annat bygga upp en lokal organisation. Ett dotterbolag utgör ett självständigt rättssubjekt enligt etableringslandets lagstiftning. Några juridiska oklarheter blir det därför sällan fråga om vad gäller dotterbolag. Läget avseende filialer är dock annorlunda. En filial är inte ett självständigt rättssubjekt och omfattas i princip av de svenska bolags- och skattereglerna. Begreppet filial är emellertid inte ett enhetligt begrepp och definitionen av detta kan variera från land till land, vilket kan ge upphov till oklarheter och problem med skattemyndigheter såväl i Sverige som i utlandet. En filial kan bli betraktad som ett så kallat *fast*

driftställe i ett enskilt land, vilket medför skatteplikt både lokalt och i Sverige.

Joint venture

Att etablera en egen verksamhet och bygga upp en organisation från grunden utomlands kräver såväl stora investeringar som goda kunskaper om lokala förhållanden. En effektiv genväg kan därför vara att etablera ett samarbete, så kallat joint venture, med en lokal, etablerad partner. Vanligast är att detta sker genom bildandet av ett samägt bolag, ofta på 50/50-basis. Aktieägaravtalet, som kommenterats tidigare i denna skrift, blir i sådana fall av utomordentligt stor betydelse liksom valet av partner.

Distributions- och licensavtal

Ett ungt tillväxtföretag, som på ett tidigt stadium snabbt och utan stora investeringar vill öka sin försäljning utomlands, kan lämpligen göra detta genom att antingen sluta avtal om marknadsföring och försäljning med lokala agenter eller återförsäljare eller träffa licensavtal med lokala aktörer. Sådana lösningar innebär emellertid inte någon egentlig utlandsetablering och något behov av att bygga upp en egen lokal organisation föreligger i regel inte. Innebörden av agent-, återförsäljar- och licensavtal har berörts ovan i kapitel 4 och ska inte kommenteras mer här. Vikten av att omsorgsfullt välja rätt samarbetspartner bör emellertid återigen understrykas, liksom vikten av att undersöka lokal skyddslagstiftning för agenter samt lagstiftningen avseende patent, varumärken och produktansvar. Låt vidare alltid en lokal jurist upprätta eller belysa distributions- eller licensavtal innan Du skriver under.

Lagen om europeiska ekonomiska intressegrupperingar

En ny, men hittills mindre uppmärksam, lämplig form för tillväxtföretag att etablera verksamhet utomlands är genom en ny bolagsform, *europeisk ekonomisk intressegruppering (EEIG)*.

En EEIG är ett självständigt rättssubjekt och påminner närmast om ett svenskt handelsbolag, med den huvudsakliga skillnaden att bolaget inte har ett eget vinstsyfte. Syftet med bolaget är att stödja och utveckla medlemmarnas respektive verksamheter. Bolagsformen bygger på EG-lagstiftning och för att bilda en EEIG krävs två medlemmar (juridiska eller fysiska) från två olika medlemsstater i Europeiska ekonomiska samarbetsområdet (EES). En stor fördel med en EEIG är att bolaget inte har någon rättslig hemvist eller är underkastad lagstiftning i ett specifikt europeiskt land.

Medlemmarna är i dessa avseenden helt jämlika. Bolagsformen innebär stor flexibilitet för medlemmarna och kan vara lämplig för europeiska småföretag som vill samarbeta internationellt inom till exempel marknadsföring, inköp, distribution eller produktutveckling. Som ett intressant konkret exempel på en EEIG kan nämnas ett antal mindre riskkapitalbolag som gått samman och etablerat ett antal regionkontor i Sydeuropa för att bland annat samfinansiera projekt.

Hemvist

En fråga som är av stor betydelse är i vilket land ett företags huvudkontor bör ha sitt hemvist. Denna fråga torde i praktiken oftast bli relevant först när ett företag har nått en viss mognad och etablerat verksamhet utomlands, men bör ändå observeras på ett tidigt stadium. I regel gäller frågan var moderbolaget i en koncern ska placeras. Såväl den civil- som skatterättsliga lagstiftningen varierar från land till land, även om en viss harmonisering har påbörjats inom EU. Det är därför frestande för många företagare att försöka utnyttja olikheter i lagstiftningen i olika länder för att minimera den totala skatten. Förekomsten av *dubbelbeskattningsavtal* mellan ett eventuellt etableringsland och andra länder är också av stor betydelse vid val av hemvist. Sådana avtal finns mellan ett stort antal länder, i synnerhet mellan de västliga industriländerna. Avtalen har till syfte

att undvika att inkomster och förmögenheter beskattas mer än en gång och reglerar – enkelt uttryckt – hur beskattningsrätten ska fördelas mellan avtalsländerna. Förekomsten av många dubbelbeskattningsavtal är en fördel vid val av hemvist. Även om de skattemässiga aspekterna är av stor betydelse, är det emellertid viktigt att inte glömma politiska, strategiska och kommersiella aspekter. En av de viktigaste av dessa är möjligheten att rekrytera och belöna kompetenta medarbetare. Ett huvudkontors placering kan också påverka företagets image på marknaden, varför pla-

ceringen bör framstå som logisk med hänsyn till företagets ursprung och verksamhet.

Några tumregler vid val av hemvist:

- Politisk och ekonomisk stabilitet
- Industriell logik
- Tillgång till kompetenta medarbetare
- Tillgång på kapital
- Skattelagstiftning
- Dubbelbeskattningsavtal.

CONNECT i Sverige

CONNECT har till uppgift att genom frivilliga insatser sammanföra entreprenörer med de finansiella, tekniska och företagsutvecklande resurser de behöver för att skapa och utveckla tillväxtföretag i Sverige. Detta sker genom aktiviteter som de regionala CONNECT-nätverken utför samt genom större aktiviteter som nätverken genomför tillsammans med CONNECT Sverige.

CONNECT-verksamheten i Sverige består i dag av de regionala nätverken CONNECT Stockholm, CONNECT Väst, CONNECT Skåne, CONNECT Uppsala och CONNECT Norr samt av CONNECT Sverige, en projektgrupp inom Kungl. Ingenjörsvetenskapsakademien (IVA).

CONNECT Sverige fungerar som ett stöd och en resurs för de regionala nätverken. Dessutom organiserar projektgruppen aktiviteter på riksplanet i samarbete med nätverken när det krävs fler aktörer än vad dessa vanligtvis kan mobilisera. Vidare producerar CONNECT Sverige en skriftserie på aktuella teman för tillväxtföretag.

De aktiviteter CONNECT regelbundet genomför inkluderar:

- Möt en forskare
- Möt en entreprenör
- Möten kring CONNECT-skrifterna
- Språngbrädor
- Finansieringsfora
- Partnerskapsfora
- Kurser och konferenser.

De regionala nätverken finansieras genom medlemsavgifter från professionella tjänsteföretag, industriföretag, riskkapitalbolag och enskilda medlemmar samt genom avgifter på olika servicepaket som medlemmarna erbjuds att köpa. Entreprenörer och nya tillväxtföretag behöver inte vara medlemmar för att få hjälp i nätverken. CONNECT Sverige finansieras av Stiftelsen för Kunskaps- och Kompetensutveckling samt Industrifonden.

För ytterligare information, se CONNECT:s hemsida: www.iva.se/connect.

Kungl. Ingenjörsvetenskapsakademien (IVA) är en fristående akademi med uppgift att främja tekniska och ekonomiska vetenskaper samt näringslivets utveckling. I samarbete med näringsliv och högskola initierar och föreslår IVA åtgärder som stärker Sveriges industriella kompetens och konkurrenskraft. För ytterligare information, se IVA:s hemsida: www.iva.se.



Industrifonden verkar för lönsam tillväxt och förnyelse av det svenska näringslivet. Detta sker genom finansiering via olika typer av lån eller ägarkapital till främst små och medelstora företag. En finansiering från Industrifonden är skräddarsydd för varje enskilt företags eller projekts behov och kombineras alltid med kompetent rådgivning. För ytterligare information, se Industrifondens hemsida: www.industrifonden.se.