



## Lägre tillväxt bland svenska familjeföretag

**Det är utmanande tider för svenska familjeföretag. Endast 56 procent av dem har upplevt en försäljningsökning under det senaste året, den lägsta nivån på tio år. Trots utmaningarna har svenska familjeföretag en stor förmåga att anpassa sig till nya marknadsförutsättningar, och dessutom ett stort engagemang för hållbarhetsfrågor. Det visar PwC:s senaste globala undersökning där 1 325 familjeföretag har medverkat.**

Undersökningen visar att antalet svenska familjeföretag som rapporterar ökad försäljning har sjunkit till 56 procent från 67 procent i förra mätningen för två år sedan och från 77 procent år 2021. Dessutom rapporterar fler svenska familjeföretag nu även en minskad försäljning – hela 24 procent i år, jämfört med endast fem procent för två år sedan.

– Familjeföretagen har det tufft just nu. När vi blickar framåt är det 59 procent av de svenska företagen som har som mål att växa de kommande två åren, jämfört med 73 procent på global nivå. Istället lägger fler företag nu fokus på att stärka sin kärnverksamhet, säger Annika Svanfeldt som är rådgivare på PwC för familjeägda företag.

### **Stor anpassningsförmåga trots utmaningarna**

Trots utmaningarna visar undersökningen att svenska familjeföretag har en stor förmåga att anpassa sig till nya marknadsförutsättningar. 59 procent uppger att de är agila eller mycket agila, vilket är betydligt högre än det globala snittet. Företagen prioriterar främst att expandera kärnverksamheten, investera i hållbara och miljövänliga alternativ samt stärka interna talanger och ledarskap.

– Den ekonomiska osäkerheten och snabba marknadsförändringar har gjort att tillväxtambitionerna minskat, både bland familjeföretagen i Sverige och globalt. Vi ser samtidigt att många svenska familjeföretag har en stark kultur och förmåga att anpassa sig. Det ger goda förutsättningar för att tillväxten ska kunna ta fart igen när marknadsläget stabiliseras och nya möjligheter uppstår, säger Annika Svanfeldt.

### **Hållbarhetsmål – Sverige sticker ut**

Undersökningen visar att svenska familjeföretag är ledande när det gäller hållbarhetsarbete. En tredjedel av de svenska familjeföretagen har kopplat sitt syfte till de globala hållbarhetsmålen, vilket är nästan dubbelt så många som det globala snittet. Dessutom investerar 68 procent av de svenska företagen i hållbarhets- och ESG-initiativ, att jämföra med 45 procent globalt. Hela 65 procent ser också möjlighet för familjeföretag att bli ledande inom hållbara affärer, vilket är klart högre än det globala snittet.

– Svenska familjeföretag har ett unikt läge att driva utvecklingen mot mer hållbara affärer. Genom att ligga i framkant och investera i hållbarhetsinitiativ kan de både stärka sin konkurrenskraft och bidra till en positiv samhällsutveckling, avslutar Annika Svanfeldt.

### **Övriga intressanta resultat i rapporten**

## **AI – både hot och möjlighet**

Svenska familjeföretag ser generativ AI som ett betydande hot mot försäljningsutvecklingen. 82 procent har angivit AI som ett hot, jämfört med 61 procent globalt. Samtidigt visar rapporten att teknik och digitalisering, inklusive AI, också ses som viktiga drivkrafter för framtida försäljningsutveckling och konkurrenskraft. Drygt en tredjedel (35 procent) av de svenska företagen prioriterar digital transformation och implementering av AI (39 procent globalt).

## **Ekonomiska osäkerheten största hotet**

När företagen får ange vilka faktorer och megatrender som har påverkat dem mest det senaste året, hamnar ekonomisk osäkerhet – såsom inflation och störningar i leverantörskedjor – tydligt i topp. Den här oron är även betydligt större i Sverige där 82 procent ser ekonomin som ett av de största hoten, jämfört med 19 procent globalt. Efter ekonomin nämns förändrade konsumentbeteenden och geopolitiska risker, till exempel handelskonflikter och regional instabilitet.

## **Om rapporten Family Business Survey**

I Family Business Survey 2025 intervjuades 1 325 ägare och ledande beslutsfattare i familjeföretag från 62 länder, varav 34 från Sverige. Syftet med undersökningen är att få deras syn på aktuella frågor som påverkar företagets verksamhet. Intervjuerna genomfördes april - juni 2025. Ta del av den svenska rapporten [här](#).

## **Definition av familjeföretag**

I den här undersökningen har den allmänt vedertagna definitionen använts att familjeföretag antingen är börsnoterade och 30 procent eller mer av aktierna innehas av ägarfamiljen eller ett ej börsnoterat/privat företag där ägarfamiljen kontrollerar mer än 50 procent av företagets röstberättigade aktier.

## **För mer information:**

Annika Svanfeldt, rådgivare för familjeägda företag

[annika.svanfeldt@pwc.com](mailto:annika.svanfeldt@pwc.com)

070-929 41 84

Jenny Lilljeqvist, presschef, PwC Sverige

[jenny.lilljeqvist@pwc.com](mailto:jenny.lilljeqvist@pwc.com)

070-818 82 55

## **Om PwC**

På PwC hjälper vi våra kunder att bygga förtroende och ställa om sin verksamhet för att öka konkurrenskraften. Vi är ledande inom skatt, revision och rådgivning och är en del av ett globalt nätverk med mer än 364 000 medarbetare i 136 länder. Genom att kombinera vår expertis och erfarenhet med den senaste tekniken, hjälper vi våra kunder att bli effektivare, anpassa sig till förändringar och alltid ligga steget före.

PwC Sverige är en självständig och oberoende juridisk enhet med drygt 3000 medarbetare runt om i landet. Vill du veta mer om PwC? Besök oss på [pwc.se](https://pwc.se) eller [LinkedIn](#).