

SCHWEDEN aktivell



Neues Schweden - neue Chancen

Wirtschaftsmotor Neubürger

Do Business with Germany

Schwedenkammer in Stockholm und Linköping

Jahresmitgliederversammlung, Zukunftstag & Business Dinner

Großes Wiedersehen in Hamburg





It takes courage to take on a challenge.

Even when it comes for free.

Together with The Carl Silfvén Foundation, Stockholm School of Economics is proud to present a scholarship, giving you the opportunity to earn an Executive MBA in Stockholm, Sweden. Covering the entire tuition and additional expenses. All you need is courage.

Read more and apply at www.hhs.se/scholarship

Deadline August 31



Deutschland ist der erste Schritt in die globale Wirtschaft

Liebe Mitglieder und Freunde der Schwedischen Handelskammer,

Gerade bin ich in Berlin und Deutschland angekommen, nachdem ich die letzten fünf Jahre als Leiterin von Business Sweden in Indien gearbeitet habe. Die schwedische Wirtschaft hinterlässt in Indien Eindruck: Ericsson hat das indische Mobilfunknetz entwickelt, ABB hat in diesem Jahr ein Riesensystem abgeschlossen, das 80 Millionen Menschen mit sauberer Elektrizität versorgen wird, Volvo hat die Definition von öffentlichen Verkehrsmitteln geprägt, Inder strömen in die H&M-Filialen, die 2016 eröffnet wurden und IKEA öffnet Ende dieses Jahres seine Türen. Noch interessanter ist, dass schwedische Fin-Techs und Start-ups mittlerweile Indien als ihren nächsten Markt sehen. Indische Studierende sind die größte Gruppe von Nicht-EU-Bürgern, die in Schweden für ein Masterstudium zugelassen werden. Die positive Entwicklung für schwedisch-indische Wirtschaftsbeziehungen wird sich also fortsetzen. Ein Wechsel von Indien nach Deutschland ist nicht so weit hergeholt wie es zunächst anmutet. Bei Business Sweden betrachten wir Deutschland als strategischen Startplatz für Unternehmen, die weltweit Geschäftspartner suchen und ihre Internationalisierung voran treiben wollen – auch in Wachstumsmärkten wie Indien. Deswegen ist es noch wichtiger, Deutschland als Schlüsselmoment in der Internationalisierung zu stärken, als zweiten Markt

oder vielleicht sogar den heimische Markt für schwedische Unternehmen. Somit ist es mir auch ein besonderes Anliegen, Ihnen diese Ausgabe von Schweden Aktuell empfehlen zu dürfen, die sich unter anderem damit beschäftigt, dass Menschen sich stärker international bewegen und damit großes Potential in weltweite Unternehmen mitbringen: als Einwanderer, die selbst gründen, oder als Expats, die für ihre Arbeit ins Ausland ziehen. Ein weiterer Schwerpunkt dieser Ausgabe beschäftigt sich mit der Rekrutierung von Personal: Was hat sich verändert und was wird die Zukunft bringen? Außerdem wenden wir den Blick nach Nordost ins Bundesland Mecklenburg-Vorpommern, deren Einwohner von manchen auch Südschweden genannt werden und wo die Schwedenstraße Wismar und Stralsund verbindet und so vom jahrhundertelangen Einfluss Schwedens zeugt.

Ich freue mich darauf, Sie alle kennenzulernen in meiner neuen Funktion im Vorstand und Präsidium der Schwedischen Handelskammer. Lassen wir gemeinsam die schwedisch-deutsche und globale Wirtschaft wachsen!

Ihre

Anna Liberg

Handelsbeauftragte and Country Manager Business Sweden Germany

8
Schwerpunkt
Recruitment



16
Schweden in
Mecklenburg-
Vorpommern

23
JCC in Hamburg



18
Schwedentage in Hamburg

Inhalt

- 4 **5 Fragen an** Quang Evansluong, Uni Jönköping
- 5 **Kolumne Lundin | Heiter bis schwedisch**
- 6 **Rückblick:** Lunchseminar „Do Business with Germany“
- 7 **Kurznachrichten**
- 8 **Schwerpunkt Recruitment**
- 15 **Kammerkompetenz |** Veränderungen im Recruitment
- 16 **Schweden in ...** Mecklenburg-Vorpommern
- 18 **Schwedentage in Hamburg |** JMV | Zukunftstag
- 23 **Junior Chamber Club**
- 25 **Aus der Kammer**
- 26 Impressum | Save the Date

„Immigranten sind erfolgreiche Gründer“



Dr. Quang Evansluong

Jönköping International
Business School

Wie würden Sie das „Neue Schweden“ oder auch die neuen Schweden beschreiben?

Heute leben in Schweden etwa 1,8 Millionen Menschen, deren Wurzeln in anderen Teilen der Welt liegen. Meiner Meinung nach sollten wir uns aufgeschlossen zeigen, neu zu definieren, was und wer wir als Schweden sind. Ein Vorschlag wäre, dass „Schwede“ sich schlicht auf einen schwedischen Staatsbürger bezieht und nicht auf eine ethnisch schwedische oder skandinavische Person. Die neuen Schweden sind also schwedische Bürger mit unterschiedlichen ethnischen und kulturellen Hintergründen. Durch diese Definition minimieren wir das Risiko des Ausschlusses von Personen, die Teil von Schweden, aber eben keine ethnischen Schweden sind.

Welche Rolle spielen die Zuwanderer-Unternehmer in der Wirtschaft?

Nach einem Bericht der schwedischen Agentur für wirtschaftliches und regionales Wachstum werden 15 % der Unternehmen in Schweden von Bürgern mit Migrationshintergrund betrieben. Und unter den Startups sind es sogar 20 %. Ihre 95.000 Firmen erwirtschaften einen Umsatz von elf Milliarden Euro und einen Gewinn von drei Milliarden Euro. Und die Anzahl der Unternehmen steigt rasch weiter an. Unter den im Ausland geborenen Jugendlichen ist die Lust auf eigenes Unternehmertum deutlich ausgeprägter als bei den gebürtigen Schweden: Drei viertel geben an, gerne selbstständig arbeiten zu wollen.

Was würden Sie über die Unternehmertumskultur der Einwanderer in Schweden sagen, wie unterscheidet sich diese vom etablierten Unternehmertum?

Jede Gruppe von Einwanderern hat ihre eigenen Eigenschaften und Normen, die sie von ihren Heimatregionen mitbringen. Das bedeutet, dass Kultur und soziale Struktur die Wirtschaftstätigkeit beeinflussen. Es gibt eine Studie von Oscar Pripp, der schon 2011 syrische Einwanderergruppen in Södertälje untersuchte, um zu verstehen, wie Herkunft als Ressource genutzt wurde und wie Unternehmer in diesen Gruppen ihre Geschäfte aufbauten. Familie, Verwandtschaft und ethnische Netzwerke spielten hier bei der Unternehmensgründung eine besondere Rolle.

Was kann der schwedische Staat tun, um die Arbeitssituation der neu angekommenen Schweden zu verbessern?

Sprachkurse sind ein guter Weg, um den Integrationsprozess zu er-

leichtern. Doch für Immigranten ist die Sprache allein nicht ausreichend. Einwanderer müssen sich in verschiedenen sozialen Aktivitäten und beruflichen Entwicklungsprogrammen engagieren. Das Mitmachen bei Vereinen und Freizeitclubs ist sehr zu empfehlen. Vielleicht sollten wir die Teilnahme an sozialen Aktivitäten sogar zur Voraussetzung für finanzielle Zuwendungen an die neu angekommenen Immigranten machen. Im Hinblick auf die berufliche Entwicklung sollten mehr Praktika, Unternehmensbesuche oder auch Jobmessen für neu angekommene Immigranten organisiert werden.

Welche Firma würden Sie als ein erfolgreiches Beispiel der Integration durch Unternehmertum nennen?

Die Tyeca Technologies AB in Jönköping ist ein gutes Beispiel für Integration durch Unternehmertum. Der Unternehmer Jesus Escandon kam mit 28 Jahren von Mexiko nach Schweden – und fühlte sich zunächst wie ein Kind, dass alle Spielregeln neu lernen muss. Er meldete sich im örtlichen Sportverein an, machte bei den Rotariern mit und gründete eine IT-Firma. Beim unternehmerischen Erfolg hat ihm seine Bereitschaft sehr geholfen, sich auch sozial zu vernetzen – und umgekehrt.

Diese Stärken bringen Migranten mit

- Sie haben oft **spezifische Kenntnisse** und Fähigkeiten, die es in Schweden noch nicht gibt.
- Sie können **Investitionskapital** ins Land bringen.
- Sie verfügen oft über ein **internationales Netzwerk**, das für internationale Geschäfte wertvoll ist. (Quelle: företagsamheten.se)



Linking the German and Nordic Markets

(Auch) an interkulturellen Schnittstellen

- systemische Organisationsberatung
- Organisationsentwicklung
- Führungskräfte-Entwicklung
- Teambildung
- interkulturelle Trainings
- und mehr

www.svetys.net

Weitere Informationen:
SveTys
Schmiedesberg 18 a
21465 Reinbek

Tel.: (+49) 40 72 00 41 93
Fax: (+49) 40 72 00 48 88

info@svetys.net
www.svetys.net

■ Interkulturelles Management ■ Coaching ■ Übersetzungen



Tomas Lundin

Neues Schweden

Den Bezahlendienst „Swish“ kennt jeder in Schweden. Jetzt gibt es „Transfer Galaxy“. Mit diesem neuen Dienst sollen vor allem Einwanderer oder Flüchtlinge schnell und günstig Geld in die alte Heimat schicken können. Also nicht mehr Bargeld zu Western Union bringen oder sich auf Vertrauenspersonen des uralten Hawala-Finanzsystems verlassen. Stattdessen per Handy.

Die Idee kam drei somalischen Jungs im kleinen Örebro. Was fehlte war Geld und vor allem jemand, der an sie glaubte. Jemand wie Susanne Najafi. Als sie 2015 den Risikokapitalfonds Backing Minds gründete, wollte sie in das Potential von Migranten und andere Gruppen der Gesellschaft investieren, die nicht auf dem Radarschirm der großen Investoren sind.

Erfolgsgeschichten wie „Transfer Galaxy“ gibt es viele in Schweden. Nur gehen sie oft unter in dem politischen und medialen Getöse. Über Migration muss man leidenschaftlich diskutieren. Denn die Herausforderungen sind gewaltig. Aber diese Unversöhnlich-

keit, diese Anfeindungen und dieses schwarz-weiß-Denken lassen vergessen, dass sich auch Möglichkeiten eröffnen. Ich weiß, viele finden diese Sicht blauäugig bis hin zu brandgefährlich. Ich weiß es, denn meine Mailbox schwappt über von erbitterten Leserreaktionen, wenn ich in meiner Zeitung über Flüchtlinge berichte. Aber es gibt auch andere Reaktionen. Leser, die wissen wollen wie sie helfen können. Oder davon überzeugt sind, dass Vielfalt gut für das Land ist. Dieser Meinung ist auch Fredrik Reinfeldt, der ehemalige Premierminister, der in seinem letzten Buch vehement für die offene Gesellschaft eintritt.

Für seine Brandrede über die Flüchtlingswelle wurde er im Wahlkampf 2014 hart angegriffen. Damals sagte er: „Ich bitte die schwedische Bevölkerung um Geduld und ich bitte sie darum ihre Herzen zu öffnen.“ Die Wahl verlor er haushoch. Jetzt meldet er sich wieder zu Wort: Die Menschen werden sich gewöhnen. Wie bei der Flüchtlingswelle in den Jugoslawienkriegen. Nach ein paar Jahren verschiebt sich die Perspektive und man wird Schweden als stärker und besser empfinden.



Ob besonders gut designed oder besonders witzig, ob praktisch oder auf nette Weise traditionell: Immer wieder begegnen uns Produkte, die uns ein Lächeln ins Gesicht zaubern und uns heiter stimmen. Und die auf ihre Weise vielleicht mehr zum Schwedenbild beitragen, als uns bewusst ist. Heute:

Schwedische Mitt-Sommergefühle

Midsommar steht vor der Tür, und das lässt sich ja auch im heimischen Garten sehr schön feiern. Die passende Deko in blau-gelb, mit Elchen und Dalapferden gibt's bei „min butik“, einem liebevoll sortierten Onlineshop für Schwedenfans. Zu einer Tischdeko in den schwedischen Nationalfarben sehen diese vier riesig großen Weingläser einfach traumhaft aus. Zwei Weinkelche sind blau, die anderen sind gelb, während Stiel und Fuß bei allen Gläsern transparent sind. Ein paar Flaggen und Servietten dazu; dann fehlen eigentlich nur noch nette Gäste, Sill, Kartoffeln, Lachs und Erdbeeren – und die richtigen Lieder. Helan går!



Gewinnen Sie. E-Mail genügt!

Wir verlosen zwei Dekosets im Wert von je 33 Euro, gesponsert von www.min-butik.de.

Wenn Sie teilnehmen möchten, schicken Sie bis zum **20.6.17** eine E-Mail mit dem Stichwort „**Min Butik**“ und Ihrer Adresse an schwedenaktuell@nordis.biz. Über die Gartenwerkzeugtaschen von Garden Girl aus der letzten Ausgabe freuten sich Sean Patrick Hanbury aus Stendal, Angelina Linnemann aus Tübingen und Johanna Laurin aus Würzburg.

Das Deutschlandgeschäft wird größer als der heimische Markt:

Do Business with Germany – Lunchseminar in Stockholm und Linköping

von Helen Hoffmann und Catharina Dreier

Präsenz, Positionierung und Kommunikation – diese drei Schlagworte standen im Mittelpunkt, als die Gewinner des Schwedischen Unternehmenspreises 2016 Ende März in Stockholm über ihre Erfahrungen auf dem deutschen Markt sprachen. Die Schwedische Handelskammer hatte zusammen mit der Stockholmer Handelskammer in deren Räumlichkeiten in die schwedische Hauptstadt zum Seminar „Do Business with Germany“ eingeladen. Rund 80 Gäste aus der schwedischen Wirtschaft waren vor Ort, als Volvo, Blåkläder und Kongamek berichteten, worauf sich ihr Erfolg in Deutschland gründet. Im Premiumsegment für Autos tobe der Preiskampf, sagte Volker Brien, Director Marketing and Communications bei Volvo. „Es ist unrealistisch, Deutschen erzählen zu wollen, dass Schweden bessere Autos als sie bauen“, erklärte er augenzwinkernd. Stattdessen habe man die Marke strategisch positioniert und die schwedische Herkunft betont. Schwedische

Wälder und Landschaften in der Werbung kämen beim Konsumenten in Deutschland an. Es gelte, die eigene Nische zu finden, um auf dem deutschen Markt erfolgreich zu sein, sagte Brien. Auch Maik Friedrichs, Country Manager für Blåkläder in Deutschland, betonte, wie wichtig die richtige Kommunikation für das Bestehen im Ausland sei. Die Deutschen seien es nicht gewohnt, für Arbeitskleidung hohe Preise zu zahlen und es sei deshalb unerlässlich zu kommunizieren, dass der schwedische Hersteller mit dem Namen, der für Deutsche geradezu unaussprechlich ist, für verlässliche Qualität steht. Blåkläder produziert alle Artikel in eigenen Fabriken und behält so die Kontrolle über die Arbeitsumstände in den Produktionsstätten. Statt Konkurrenten zu kopieren, müsse man verdeutlichen, wofür das eigene Unternehmen steht. „Letzten Endes geht es immer um die richtige Kommunikation“, erklärte Friedrichs. „Wir müssen dem Kunden klarmachen:

Wir sind ein Familienunternehmen, das sind unsere Werte, das sind unsere Traditionen, dafür stehen wir“.

Dass eine Deutschlandinitiative auch klein starten kann, beweist das småländische Unternehmen Kongamek. Nachdem Kongamek lange nur mit Agenten auf dem deutschen Markt gearbeitet hatte, fiel die Entscheidung, eigenes Personal anzustellen. Mit der Gründung der deutschen Tochtergesellschaft kam die Wende für das Unternehmen. „Wir haben nur drei Angestellte, aber verdammt viele neue Kunden“ freute sich Anders Berg, Deutschland-Geschäftsführer. Vor Ort in Deutschland Präsenz zu zeigen sei ein Schlüsselkriterium für den Erfolg, ist er sicher. „Plötzlich nahm man uns viel ernster“, erinnerte Berg sich. Das Deutschlandgeschäft für Kongamek wächst schneller als der heimische Markt: in Zukunft sähe er Deutschland Schweden für sein Unternehmen sogar klar überholen.

Diejenigen, die ebenfalls erfolgreich in Deutschland Geschäfte machen wollen, lud Thomas Ryberg, Präsident der Schwedischen Handelskammer, in das Netzwerk der schwedischen Firmen in Deutschland ein. Auch Expertenfragen konnten bei dieser Veranstaltung beantwortet werden: die offiziellen Berater der Kammer waren anwesend und standen den Gästen für Gespräche rund um den Markteintritt in Deutschland zur Verfügung.

Einige Kilometer weiter südlich stand auch in Linköping kurz darauf das Exportgeschäft auf der Agenda, als Elisabeth Nilsson,

Gouverneurin Östergötlands, den deutschen Botschafter einlud. Gemeinsam mit Business Sweden und der Schwedischen Handelskammer stellte Botschafter Dr. Hans-Jürgen Heimsoeth einem ausgewählten Unternehmerkreis Linköpings Deutschland als Handelspartner vor. In Schwedens ältestem profanen Gebäude, dem Linköpinger Schloss, hörten die Gäste unter anderem vom jüngsten deutsch-schwedischen Projekt der Innovationspartnerschaft, die im Januar begründet wurde. Auch kulturelle Unterschiede und deren Einfluss auf den Markteintritt waren Thema des Seminars. Thomas Ryberg, Präsident der Schwedischen Handelskammer, wies auf die interkulturellen Feinheiten hin: „Vertrauen, das muss man sich in Deutschland über Jahre hart erarbeiten. In Schweden dagegen wird das Vertrauen vorneweg geschenkt und würde erst nach groben Missständen zurückgeholt werden. Das kann dazu führen, dass sich Schweden misstraut fühlen und die Deutschen andererseits überfordert fühlen.“

Drei regional verankerte Unternehmen, NIRA Dynamics, Spotscale und XM Reality, berichteten von ihren eigenen Erfahrungen auf dem deutschen Markt. Catharina Dreier, Business Sweden Berlin, ermunterte potentielle Neulinge, den Schritt nach Deutschland zu wagen: „Neben der bereits angesprochenen Digitalisierung ergeben sich auch aus dem demografischen Wandel und der Energiewende interessante Geschäftsmöglichkeiten in Bereichen, zu denen die schwedische Wirtschaft gute Kompetenz besitzt“.



Festliche Verleihung des Schwedischen Unternehmenspreises 2017

Auch in diesem November trifft sich die deutsch-schwedische Wirtschaft zur Verleihung des Schwedischen Unternehmenspreises. Am 23. November 2017 lädt die Schwedische Handelskammer gemeinsam mit der Schwedischen Botschaft und Business Sweden nach Leipzig. Merken Sie sich den Termin jetzt schon vor!



Sponsoren 2017





Wirtschaftsmotor Neubürger

Was Zuwanderer für die schwedische Wirtschaft bedeuten

Von Filip Westerlund

Przasnysz, ein kleines Städtchen nördlich von Warschau: Dort wird 1960 ein kleines Mädchen in den Sozialismus geboren. Knapp 60 Jahre später wird sie in Schweden Immobilien im Wert von 100 Millionen Euro besitzen. Ihr Name: Wonna Iwona de Jong. Sie ist eine von vielen Einwandererinnen, die in Schweden ihr Glück gemacht haben, jährliche Millionen Kronen in die Steuerkasse eingezahlt und den „unbeachteten schwedischen Motor“ mitgebaut haben. So nennen die Autoren Nima Sanandaji und Erik Sjölander das Phänomen, das Schwedens Wirtschaft prägt. Schweden war immer in Veränderung – und ist im Grunde traditionell ein „Einwanderungsland“. Die Holländer und Deutschen zum Beispiel, die im 16. Jahrhundert wegen ihrer beruflichen Kompetenzen nach Schweden kamen, haben viele Spuren hinterlassen. Aber welche Spuren gestalten die „Neuen Schweden“, die in den letzten beiden Jahrzehnten nach Schweden gekommen sind? Die Einwanderung nach Schweden hat in dieser Zeit stark zugenommen und 2015 im Zuge der Flüchtlingskrise mit fast 170.000 Menschen einen Höhepunkt erreicht.

95.000 Unternehmen

Die in den 2000er Jahren nach Schweden eingewanderten Personen sind offenbar besonders kreativ. Heute betreiben sie gut 95.000 Firmen in Schweden und beschäftigen 300.000 Menschen. Damit sind die neuen Schweden eine große Arbeitgebergruppe. Die Statistik zeigt auch, dass Unternehmer mit ausländischer Herkunft durchschnittlich mehr Angestellte beschäftigen als andere. In einem Artikel der schwedischen Statistikbehörde wird aber auch dargestellt, dass jeder Dritte im Ausland geborene Staatsbürger sich für seinen aktuellen Arbeitsplatz überqualifiziert fühlt.

Wenn man diese beiden Statistiken zusammenführt, rundet sich das Bild. Die Geschichte des Akademikers, der in der Heimat erfolgreich ist, aber im neuen Land keinen adäquaten Job bekommt, ist ein häufiges Phänomen. Die eigene Firma ist dann eine naheliegende Wahl, die nicht nur die reelle Kompetenz der früheren

Akademiker nutzt, sondern der Wirtschaft auch neue Impulse zuführt. Wenn sich diese neuen Unternehmen in Schweden entwickeln, profitiert auch die gesamte Wirtschaft davon – und so lässt sich tatsächlich von einem neuen schwedischen Motor sprechen.

Vom Sprachkurs zum Medienkonzern

Beispiele dazu gibt es in fast jedem schwedischen Dorf, aber einige sind national bekannt geworden. Der Engländer Paul Rapacioli, der sich in eine schwedische Frau verliebte und spornstreichs nach Stockholm zog, bekam eine Idee, als er am Kurs „Schwedisch für Fremdsprachige“ teilnahm: Es gab keine Möglichkeit, schwedische Neuigkeiten in Englisch zu bekommen. „Ich wollte was Neues ausprobieren und raus aus dem alten Trott“ erinnert sich der Engländer. Rapacioli entwickelte



Die gebürtige Polin Wonna Iwona de Jong baute ein Millionenvermögen auf und wurde unter anderem durch TV-Shows berühmt.

einen Newsletter, der bald sehr populär wurde. Heute besitzt er einen großen Medienkonzern der in neun Ländern aktiv ist – darunter Deutschland. 4,5 Millionen Leser folgen seiner Nachrichtenseite „The Local“ mit relevanten Informationen aus dem jeweiligen Land in englischer Sprache.

„Ich mache Business aus allem“, sagt die Multimillionärin Wonna Iwona de Jong. Schon mit 6 Jahren startet sie der Legende nach als Unternehmerin, indem sie auf dem Marktplatz in Polen Gemüse und Obst verkaufte. Später macht sie Geschäfte mit polnischen Kleidern und Make-up. Vor 18 Jahren kam sie nach Schweden und besitzt eins der größten Immobilienunternehmen Schwedens. Ihr Rezept? Sie ist immer noch eine Einzelunternehmerin, lehnt eine Börsennotierung ab. „Ich reguliere und kontrolliere das Geld und die Investments selbst. Wir hätten schneller erfolgreicher sein können, wenn ich mich an der Börse notieren würde oder wir Investoren reinlassen würden, aber das passt nicht zu meiner Arbeitsweise.“



Unbekannter ist Muhittin Tayli, der 1989 aus der Türkei nach Schweden kam. Er startete seine eigene Firma, mit der er Olivenöl aus seiner Heimat importierte. Der zunächst kleine Import wuchs, und heute bestreitet er 20 Prozent des schwedischen Speiseölmarktes. Gleichzeitig hat er auch ein kleines Supermarkt-Imperium in den Vororten Stockholms aufgebaut. Unter der Marke „Vivo“ wächst der Umsatz kontinuierlich. Der Millionär hat erkannt: In den bunten Vororten Stockholms werden auch



Di Luca & Di Luca

Fernando di Luca langweilte sich als italienischer Banker und fuhr daher 1961 auf seiner Vespa durch Europa bis nach Schweden. Dort verliebte er sich in die „wunderschöne Louise mit den Augen“ – und blieb. In Schweden vermisste er aber das Essen seiner Mutter und die Vision war geboren, Italien Stück für Stück nach Schweden zu bringen. Heute ist Di Luca Schwedens bekannteste italienische Familie, die Produkte ihrer Marke „ZETA“ stehen in fast jeder Küche. ZETA setzt mit Speiseöl, Pasta, Bohnen und Antipasti gut hundert Millionen Euro um.



Di Lucas schwedisch-italienische Familie

vielfältige Lebensmittel nachgefragt. Bei Vivo in Rinkeby und Tensta findet man nicht nur türkisches Olivenöl, sondern Nahrungsmittel aus der ganzen Welt.

Auch sehr bekannte schwedische Unternehmen wurden von schwedischen Staatsbürgern mit anderen Herkunftsländern gegründet, etwa Securitas, Marabou, Bonniers oder Glerups. Jeder kennt diese Namen, und mancher wäre sicher überrascht, dass sie von Einwanderern gegründet wurden. Der Sicherheitskonzern Securitas, Fördermitglied der Kammer, ist heute das größte Unternehmen Schwedens – ein besonders eindrückliches Beispiel für den Erfolg des Einwandererunternehmertums in Schweden.

Die schwedische Regierung möchte, dass sich neue Staatsbürger schnell etablieren und meint, dass man idealerweise nach spätestens zwei Jahren ein Studium aufnehmen oder arbeiten sollte. Unternehmertum als ein Katalysator des Integrationsprozess gehört noch nicht zu den offiziellen Empfehlungen. Dabei würde eine eigene Firma wahrscheinlich die Integration deutlich effektiver machen. Dr. Quang Evansluong hat in seiner Dissertation an der Universität Jönköping diese Theorie aufgestellt. Ein wechselseitiger Effekt: Unternehmertum beflügelt die Integration. Zugleich ist der Integrationsprozess immer ein notwendiger Teil des Unternehmenskonzeptes, sagt Dr. Quang Evansluong. Durch den ganzen Prozess kooperieren die eingewanderten Unternehmer mit verschiedenen Teilen des Gastlands. „Schritt für

Schritt gehen sie den Weg aus der sozialen Ausgrenzung zu einem Leben, in dem sie total integriert sind. Das Unternehmertum wird dadurch Teil des Integrationsprozesses“, erklärt Dr. Quang Evansluong.

Impulse für die ganze Gesellschaft

Das Unternehmertum des neuen Schweden schafft eine ganze Palette von multikulturellen Firmen. Das erfordert auch Veränderung auf der Verwaltungsseite, das System verständlicher für Unternehmen zu machen. Der Staat muss Regeln anpassen und vereinfachen, um verständlich für die neuen Unternehmer zu werden. Davon profitiert dann wieder die ganze Gesellschaft.

Es wird spannend sein, zu beobachten, wie sich das „Neue Schweden“ in den kommenden Jahren weiter entwickelt. Der neue Motor ist für das Unternehmertum und die Gesellschaft nicht nur wichtig, sondern auch notwendig. Neue Zeiten brauchen neue Ideen und Gedanken. Genau diese werden von Einwanderern bewusst und unbewusst nach Schweden mitgebracht. Denn wer sich neu in Schweden etabliert, sieht das Land mit frischen Augen und erkennt of leichter, woran es noch mangelt.

WILLKOMMEN BEI UNS



VOLVO CENTRUM RHEIN RUHR GMBH



Frank Uwe Werner
Geschäftsführer der Volvo Centrum Rhein Ruhr GmbH

Es ist diese Mischung aus Unabhängigkeit, Stil und Gelassenheit. Es ist dieser individuelle Charakter, der fasziniert. Es ist an der Zeit, das alles auch beim Fahren zu spüren.

„Wir nennen das ganz einfach schwedisches Lebensgefühl. Die Marke Volvo verleiht diesem auf eine ganz besondere Art und Weise Ausdruck – in Qualität, im Design, im Umweltbewusstsein und mit einem Vorbild an Sicherheit. Und wir sind stolz, diese Marke im Herzen des Ruhrgebietes als autorisierter Volvo Vertragspartner vertreten zu dürfen.“

Ich lade Sie ein, sich ein eigenes Bild davon zu machen.

Herzlich willkommen bei uns, oder wie die Schweden sagen:

Välkommen. Ihr Frank Uwe Werner

VOLVO KOMPETENZ IM RUHRGEBIET

Zwei Standorte. Ein starker Partner.

Die Volvo Centrum Rhein Ruhr GmbH zählt zu den führenden Mobilitätsunternehmen unserer Region. Als 100 %ige Tochtergesellschaft der Fahrzeug-Werke LUEG AG mit mehr als 30 Standorten und rund 1.400 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, präsentieren wir in unseren beiden Volvo Centren Mülheim und Bochum schwedische Premium-Qualität. Unser VC in Mülheim ist nicht nur das größte Volvo Autohaus im Revier, sondern auch einer der größten eigenständigen Volvo Standorte in Deutschland. Und davon profitieren unsere Kunden: Denn hier erhalten sie Volvo Kompetenz aus einer Hand und ein Leistungsangebot, das keinen Vergleich scheuen muss.

Beide Volvo Centren sind konsequent als Ein-Marken-Autohaus ausgerichtet. Das heißt, hier dreht sich alles nur um die Marke Volvo. Der Grund dafür ist erlebbar. Allein die einmalige Markenpräsentation beeindruckt mit einem faszinierenden Ambiente im skandinavischen Design.

Für das technische Know-how sorgen unsere hochmodernen Werkstattbereiche mit Direktannahmen und der neuesten Diagnosetechnik. Unsere qualifizierten und engagierten Volvo Experten sorgen für eine hervorragende Kundenorientierung und Servicequalität. Das beginnt bei einer ausführlichen Beratung und setzt sich in einem umfassenden Produkt- und Betreuungsangebot fort, bei dem wir ganz auf die individuellen Wünsche unserer Kunden und Interessenten eingehen.

Ob Volvo Neu- oder Jahreswagen, Gebrauchtfahrzeuge, Leasing, Finanzierung, Reparaturservice, Teile oder Zubehör – unsere Volvo Centren bieten alle Leistungen rundum Volvo aus einer Hand – und dies zu einem fairen Preis-Leistungsverhältnis.



Volvo Centrum Mülheim/Ruhr



Volvo Centrum Bochum



Abbildung zeigt Sonderausstattung.

UNSERE VOLVO XC60 LIMITED EDITION

Erstklassiger Luxus.

- SENSUS NAVIGATIONSSYSTEM
- KLIMA-AUTOMATIK • RÜCKFAHRKAMERA
- EINPARKHILFE VORN + HINTEN
- FAHRERSITZ ELEKTRISCH EINSTELLBAR
- DUAL-XENON-SCHEINWERFER
- LEDER KOMFORTSITZE
- SITZHEIZUNG VORN • TEMPOMAT
- REGENSENSOR • METALLIC
- LEICHTMETALLRÄDER TUCAN 7,5 X 18"
- HECKKLAPPENAUTOMATIK • U.V.M.

Unser Leasingangebot für den Volvo XC60 D4 AWD Geartronic Summum (140 kW)

Laufzeit	36 Monate
Gesamtfahrleistung pro Jahr	10.000 km
Leasing-Sonderzahlung	0,00 Euro
Unverbindliche Netto-Preisempfehlung	45.966,39 Euro

Kraftstoffverbrauch 6,7 l/100 km (innerorts), 5,1 l/100 km (außerorts), 5,7 l/100 km kombiniert). CO₂-Emissionen kombiniert 149 g/km. Effizienzklasse: A (gem. vorgeschriebenem Messverfahren VO715/ 2007/EWG).

¹Ein Gewerbliches-Leasing-Angebot der Volvo Car Financial Services – ein Service der Santander Consumer Leasing GmbH (Leasinggeber), Santander-Platz 1, 41061 Mönchengladbach, gem. Bedingungen Sonderkunden Rahmenvertrag Volvo Car Germany GmbH und Vorlage eines gültigen Bezugsscheines über die Schwedische Handelskammer, für den Modelljahr 2017 Volvo XC60 D4 AWD 8-Gang Geartronic Automatikgetriebe Summum mit 140 kW (190 PS) bei einer Laufzeit von 36 Monaten, 10.000 km Gesamtfahrleistung pro Jahr, einer Leasingsonderzahlung von 0,00 Euro. Angebot zzgl. gesetzlicher Mehrwertsteuer, Überführungs- und Zulassungskosten. Bonität vorausgesetzt. Die Händler-Überführungskosten in Höhe von 798,32 Euro (netto) sind im Angebot nicht enthalten und müssen separat an die Volvo Centrum Rhein Ruhr GmbH entrichtet werden. Das Angebot gilt nur für gewerbliche Bezugsberechtigte und nur solange der Vorrat reicht. Zwischenverkauf vorbehalten. ²Optional kann die Full-Service-Mobilität im Rahmen des Schwedenleasings für monatlich ab 9,00 Euro netto vereinbart werden. Umfang des Service „Wartung und Verschleißreparaturen“ gemäß den Regelungen zu Leistungen im Rahmen des Full-Service-Leasings.

VOLVO CENTRUM RHEIN RUHR GMBH

Anbieter: Volvo Centrum Rhein Ruhr GmbH, Bochum, HRB 15782

Sie haben Fragen oder Wünsche? Wir beraten Sie gern. Hotline: 02 08 / 82870-210

Volvo Centrum Mülheim
An der Seilfahrt 2 · 45472 Mülheim/Ruhr

Volvo Centrum Bochum
Hofsteder Str. 182 · 44809 Bochum

www.vc-rhein-ruhr.de

Mythen des Arbeitsmarkts:

Was ist wirklich wichtig bei der Jobsuche?

Praxisreport: Wie Stellensuchende und Arbeitgeber tatsächlich zusammenkommen



Bettina Pelikan
Head of Human Resources
bei Handelsbanken Deutschland

Tanja Groetzner
HR Business Partner Human
Resources LC & FI Germany SEB AG

Jede Woche einen Tag netzwerken? Oder lieber die Zeit nutzen, um das LinkedIn-Profil zu pflegen? Zum Thema Stellensuche gibt es viele gute Tipps – und ebenso viele Mythen. Was zählt wirklich? Wir fragten die Personalchefinnen zweier schwedischer Banken in Deutschland.

Ist es wirklich so wichtig...

...ein tolles LinkedIn/Xing-Profil zu haben oder schaut sich das ein potentieller Arbeitgeber gar nicht an?

Bettina Pelikan: Wie immer, so auch hier – es kommt darauf an: Wer sich zeigen will, persönlich oder in der digitalen Welt, präsentiert sich, so dass er im Netzwerk getroffen bzw. gefunden werden kann.

Mit allen bestehenden Onlineauftritten oder -Einträgen präsentiert man sich Dritten, damit auch tatsächlich interessierten oder potenziellen Arbeitgebern – aber eben auch mit allen nicht-bestehenden Auftritten.

Heutzutage ist es für jeden interessierten Dritten selbstverständlich, zur Verfügung stehende Informationen im Netz auch zu nutzen. Wer also im beruflichen Kontext – nicht nur als potenzieller Bewerber, sondern vielleicht auch als Experte wahrgenommen werden möchte – sollte auf jeden Fall in den bekannten Online-Plattformen vertreten sein.

Hilfreich ist es in diesem Zusammenhang, wenn das Profil aktuell und aussagekräftig ist. Allerdings würde ich auf zu viele Details verzichten. Diese formuliert man am besten situations- und adressatengerecht.

Tanja Groetzner: Es ist definitiv ein Pluspunkt, ein Profil auf LinkedIn oder Xing zu haben. Es wird als ergänzende Information gern heran gezogen und das Profil sollte deshalb gut gepflegt sein. Noch sprechen wir Kandidaten nicht aktiv über diese Netzwerke an. Die Bedeutung wird in den kommenden Jahren aber sicher weiter zunehmen.

Ist es wirklich so wichtig...

...sich persönlich bekannt zu machen und zu netzwerken?

B.P.: Entscheidungen werden von Menschen getroffen. Insofern ist es immer hilfreich, jemanden zu kennen, vielleicht auch jemanden, der wiederum andere kennt, die bei einem Anliegen von Nutzen sein können.

Die Herausforderung ist, die richtigen Personen zum richtigen Zeitpunkt sowohl in der virtuellen Welt als auch persönlich zu erreichen. Wer aktiv und unterwegs ist, verbreitert seine Optionen ins Gespräch zu kommen, empfohlen zu werden oder einen neuen Kontakt herzustellen.

Die gewählten Aktivitäten sollten in Bezug von Aufwand und Ertrag immer zielorientiert ausgewählt werden.

T.G.: Networking wird immer wichtiger. Wir stellen intern in der SEB fest, dass Networking ein entscheidender Faktor für Karrieren sein kann. Analoges gilt aus meiner Sicht auch für den externen Arbeitsmarkt. Ein persönlicher Kontakt in einem Unternehmen kann entscheidend sein für eine Einstellung, aber auch die Karriere innerhalb eines Unternehmens.

Ist es wirklich so wichtig...

...als Unternehmen Employer Branding zu betreiben, also die Attraktivität des Unternehmens für Mitarbeiter darzustellen oder dient das nur der Imagepflege?

B.P.: Bewerber informieren sich sehr intensiv über mögliche Arbeitgeber. Die Generationen Y und Z haben hohe Ansprüche was bestimmte Werte angeht, die sie bei ihrem Arbeitgeber vorfinden wollen; die Vereinbarkeit von Beruf und Familie, Diversität und Flexibilität. Eine gute Passung mit dem Unternehmen ist hier sehr wichtig. Insofern sollte Employer Branding langfristiger angelegt sein als eine Imagekampagne.

Jeder Bewerber ist ein Multiplikator, besonders dann, wenn man ein Arbeitsverhältnis eingeht. Denn jeder erzählt gerne seinen Freunden von dem „neuem“ oder sogar dem „ersten“ Arbeitgeber. Auch vor dem Hintergrund des demographischen Wandels und der permanenten Veränderungen am Markt sowie in den nachgefragten Profilen ist eine nachhaltige Markenbildung erforderlich, um die Attraktivität als Arbeitgeber beständig darzustellen und auch morgen die richtigen Bewerber anzusprechen.

Employer Branding steht in enger Relation mit der Unternehmenskultur. Wesentliches Element der Unternehmenskultur bei Handelsbanken ist die Dezentralisierung. Zu uns passen Mitarbeiter, die daran interessiert sind, eigenverantwortlich, eigeninitiativ und motiviert Aufgabenverantwortung zu übernehmen.

T.G.: Meine Erfahrung ist: Employer Branding dient beidem. In der Zukunft wird Employer Branding weiter an Bedeutung gewinnen, denn der „War of Talents“ steht uns zum großen Teil noch bevor

und gerade für junge Absolventen spielt es bei der Wahl ihres Arbeitgebers eine immer größere Rolle, wofür ihr künftiger Arbeitgeber steht. Noch wichtiger ist aus meiner Sicht aber, dass das geschaffene Branding authentisch ist und ein Unternehmen wirklich für das steht, was es als Marke aufbaut.

Wie operieren Sie ganz konkret, wenn Sie Stellen zu besetzen haben?

B.P.: Das ist abhängig von der Position und der jeweiligen Marktsituation. Je speziellere Kenntnisse und Fähigkeiten erfüllt werden sollen, desto mehr Quellen werden in die Personalbeschaffung einbezogen. Generell gilt für die Besetzung der Grundsatz „intern vor extern“. Das setzt darin fort, dass auch Mitarbeiter angesprochen werden, aus dem eigenen Netzwerk mögliche Bewerber zu empfehlen. Neben online-Stellenanzeigen kann auch ein Headhunter beauftragt werden.

T.G.: Das kommt immer ein bisschen auf die zu besetzende Stelle an. Generell ist einer unserer Grundsätze, dass wir zunächst intern nach passenden Talenten für offene Vakanzen suchen, um unsere Mitarbeiter zu fördern und weiterzuentwickeln. Wenn es keinen geeigneten Kandidaten gibt, greifen wir tatsächlich gern auf externe Kontakte und die Netzwerke unserer Mitarbeiter zu. Daneben nutzen wir die gängigen Jobbörsen und bei anspruchsvolleren Positionen auch Personalberater.

Haben Sie persönliche Tipps für Jobsuchende?

B.P.: Eine berufliche Neuorientierung empfehle ich, als Projekt zu verstehen, planvoll und diszipliniert heranzugehen, umzusetzen und alternative Szenarien zu entwickeln. Ich würde zu Beginn sehr intensiv überlegen, was ich wirklich erreichen möchte, anhand dessen Kriterien definieren, um zu klären wie gut ich zu möglichen Unternehmen passe oder sie zu mir. Vor allem würde ich klar herausarbeiten, was einen selbst in Bezug auf die Suche des Unternehmens auszeichnet, um sich von anderen Bewerbern abzuheben und zu differenzieren.

T.G.: Netzwerken, Xing und LinkedIn – wer auf Jobsuche ist, sollte diese Kanäle unbedingt nutzen. Außerdem kann es hilfreich sein, sich mit Personalberatern in Verbindung zu setzen, um in deren Kandidatenpool aufgenommen zu werden. Wenn diese eine passende Stelle zu besetzen haben, kommen sie dann auf die Jobsuchenden zu. Bei Bewerbungen auf konkrete Positionen sollte man darauf achten, dass die Bewerbung maßgeschneidert auf die Position passt. Das fängt damit an, den in der Anzeige genannten Ansprechpartner namentlich und fehlerfrei anzuschreiben und die Motivation für das Unternehmen und die Position zu erklären. Blindbewerbungen machen nach meiner Erfahrung nicht viel Sinn, da sich der Bewerber so im Zweifel eine Absage einfängt, die mit seiner Qualifikation gar nicht unbedingt etwas zu tun hat. Besser ist es, vor einer solchen Bewerbung im Unternehmen anzurufen und zu fragen, ob es ggf. eine passende Stelle gibt.

WIR BRINGEN MENSCHEN UND UNTERNEHMEN ZUSAMMEN – JEDEN TAG!

Sie haben Fragen zur AÜG-Reform? Wir haben die Antworten!

HAMBURG | HANNOVER | DÜSSELDORF | KÖLN | FRANKFURT/MAIN | MANNHEIM | STUTTGART | MÜNCHEN

ARBEITNEHMERÜBERLASSUNG | VERMITTLUNG AUS ÜBERLASSUNG | DIREKTVERMITTLUNG
FREECALL 0800 7665423 | INFO@POOLIA.DE | WWW.POOLIA.DE



SPEZIALISTEN FÜR FACH- UND FÜHRUNGSKRÄFTE



AXELENT

Rekordweltmeister der nordischen Kombination mit schwedischer Unterstützung

JOHANNES RYDZEK
 2015 zwei Gold-Medaillen in Falun
 2017 vier Gold-Medaillen in Lahti

Erfahren Sie mehr über diese Partnerschaft sowie Schutzzaunsysteme und Schutzeinrichtungen für Maschinen, Lager und Logistik unter www.axelent.de

Was hat sich in den letzten zehn Jahren im Recruitment verändert?

Vor zehn Jahren wie heute gilt: die richtigen Menschen für die richtigen Aufgaben zu finden, ist von entscheidender Bedeutung für den Unternehmenserfolg. Doch in der Art, wie das geschieht, hat sich einiges verändert – durch die technische Entwicklung, aber eben nicht nur durch diese. Lassen Sie mich drei Dinge herausgreifen:

Digitalisierung. Vor zehn Jahren war es noch ein Zeichen der Seriösität, wenn ein Bewerber seine Bewerbungsmappe postalisch in Papierform gesendet hat. Heute kommt das nicht mehr vor. Das erhöht die Schnelligkeit und erleichtert es, intern und extern die Unterlagen in elektronischer Form weiterzureichen.

Recruitment in Form von Direktansprache hat sehr an Bedeutung gewonnen. Früher haben Personalvermittler fast nur Toppositionen wie Vorstände, Geschäftsführer etc. direkt ansprechen müssen. Heute gilt das auch für Spezialisten und das Mittelmanagement und natürlich auch Vertriebsleute. Zum Glück haben wir sehr gute Headhunter, die nicht nur ein gutes Netzwerk in ihrer Branche und Region haben, sondern auch das richtige Fingerspitzengefühl bei der Ansprache.

Wir reden manchmal vom „War for Talents“ und in der Tat ist es generell schwieriger geworden, neue Kollegen zu finden, die in die Unternehmenskultur passen, die richtigen Qualifikationen mitbringen und auch die Bereitschaft, einen Wechsel vorzunehmen. Viele Unternehmen haben verstanden, dass der Kandidat ein Partner ist, der auch gewonnen werden muss. Menschen kommen nur zusammen und arbeiten langjährig zusammen, wenn sie sich auf gleicher Augenhöhe gegenseitig schätzen.



Thomas Ryberg
 RYBERG-CONSULTING
 Tel: 06192-95 84 53-0
info.de@ryberg-consulting.com



Wussten Sie schon: Auf www.schwedenkammer.de bietet die Schwedische Handelskammer eine Jobbörse für den deutsch-schwedischen Arbeitsmarkt. Als Arbeitgeber veröffentlichen Sie hier kostenlos Ihre Stellen mit Bezug zum bilateralen Arbeitsmarkt!

A STAR ALLIANCE MEMBER

HEISSEN SIE UNSEREN A320neo WILLKOMMEN

NEUES KABINENDESIGN MIT ENTSPANNTER ATMOSPHÄRE DURCH ANGENEHME KABINENBELEUCHTUNG UND MEHR BEINFREIHEIT

USB ANSCHLUSS AN JEDEM SITZ
 WIFI IN KÜRZE
 15-20% WENIGER TREIBSTOFFVERBRAUCH
 FLYSAS.DE

SAS

... Mecklenburg-Vorpommern

Von Filip Westerlund

„Unter den drei Kronen ließ es sich gut wohnen.“ Dieses hübsch gereimte Wort stammt aus der Zeit, als Mecklenburg-Vorpommern noch Schwedisch-Pommern hieß. Mit den Kronen meinte man natürlich das schwedische Wappen und das Zitat lebt noch heute, mehr als 200 Jahre später, in Mecklenburg-Vorpommern weiter. Die schwedischen Wurzeln des Bundeslandes sind tatsächlich einzigartig, weil das heutige Bundesland zwischen 1630 und 1815 zu Schweden gehörte – als Folge des dreißigjährigen Kriegs.

Hier in Schwedisch-Pommern wurde auch ein für Schweden sehr wichtiger Mann geboren - Curt von Stedingk. Der 1746 in Lentchow geborene Pommern-Schwede war Diplomat und Feldmarschall. Nach dem Schwedisch-Russischen Krieg, bei dem Finnland an Russland fiel, verhandelte er 1809 trotz einer schwachen Position sehr erfolgreich mit den Russen. Ohne Curt von Stedingk läge die nordschwedisch-finnische Grenze heute am Kalixfluss und nicht am Torne Fluss bei Haparanda.

Wer sich für diese Wurzeln interessiert, kann auf über 700 Kilometer die kulturhistorische Ferienstrasse „Schwedenstraße“ erkunden. Das Konzept wurde im Jahr 2000 durch Kooperation zwischen Schweden, Mecklenburg-Vorpommern, Brandenburg und den Städten Greifswald, Stralsund, Wismar und Wittstock/Dosse entwickelt und ganz aktuell von der Deutschen Zentrale für Tourismus übernommen (siehe Kasten). Die Tour lohnt sich auch deshalb, weil Mecklenburg-Vorpommern ohne Zweifel eines der schönsten Bundesländer Deutschlands ist. Hier gibt es endlose lange Ostseestrände, wunderbare Altstädte und Deutschlands größte Insel Rügen, die mit zwei Brücken mit Stralsund und der Schwedenstraße verbunden ist. Der Tourismus ist für das Bundesland wirtschaftlich von großer Bedeutung.

Kulturell eng verbunden

Bis heute gibt es besondere Verbindungen nach Schweden. Ein Knotenpunkt ist die Universität Greifswald, die seit jeher in engem Kontakt mit Schweden steht. Hier wird „Skandinavistik und Fennistik“ unterrichtet. Lektorin Malin Tollin berichtet: „Jeder Einwohner kennt hier die schwedische Geschichte, und als Schwede in Mecklenburg-Vorpommern wird man immer liebevoll begrüßt.“ Auch während der Zeit der DDR pflegte Greifswald den Austausch mit Schweden. Olof Palme besuchte Greifswald in den Achtzigern. Die Schulsysteme beider Länder hatten Ähnlichkeit und waren damals ein Austauschthema zwischen Schweden und der DDR. In Greifswald kann man nicht nur schwedische Sprache und Literatur studieren, sondern auch das kulturelle Skandinavien feiern. „Nordischer Klang“, heißt das Festival, das in Zusammenarbeit mit der Universität Musik, Kunst und mehr bietet und sich seit 1991 zu einem der größten Festivals Deutschlands entwickelt hat.

Die räumliche Nähe sorgt für viele schwedische Touristen im Land – und viele wählen den Weg mit der Fähre über Rostock, wo die Stena Line ihren Deutschlandsitz hat und auch die TT-Line Passagen anbietet. In der Nähe von Rostock hat auch Benders Dachstein seinen Sitz. Das Unternehmen wurde 1960 in Schweden gegründet, seit 1998 wird von hier aus der deutsche Markt beliefert.

Auch in vielen anderen Städten Mecklenburg-Vorpommerns wird die schwedische Fahne hochgehalten. Wismar, Partnerstadt von Kalmar, etwa feiert vom 17.-20. August sein „Schwedenfest“, mit Umzügen in historischen Kostümen, Konzerten, dem Schwedenlauf und vielem mehr ist es das größte Schwedenfest außerhalb Schwedens (www.schwedenfest-wismar.de).

Schwedenstraße

Die Schwedenstraße besteht aus einer Küstenroute, einer West- und einer Ostroute. Sie erstreckt sich von der Ostseeinsel Insel Rügen bis nach Großbeeren südlich von Berlin, von Gadebusch im Westen bis Peenemünde und Insel Usedom im Osten.

Schwedische Traditionen und ganz viel Natur

Die vielen Museen entlang der Strecke machen die deutsch-schwedische Geschichte anschaulich. Das barocke Schloss- und Parkensemble Griebenow gilt als Sinnbild der schwedischen Großmachtzeit in Pommern. Eine Reise auf den Spuren der „alten Schweden“ entlang der Schwedenstraße durch deutsch-schwedische Geschichte ist Kultur und Natur pur. In einigen Gemeinden entlang der Vorpommerschen Küste wird noch heute schwedische Tradition bewahrt und alljährlich das Luciafest gefeiert.

Highlights:

- Anklam: Otto-Lilienthal-Museum
- Gadebusch: Schloss
- Greifswald: Pommersches Landesmuseum, Seifen-Siederei
- Insel Rügen: Kreidefelsen, Schloss Spyker
- Peenemünde: historische Altstadt, Museen
- Prenzlau: Marienkirche, Schloss Boitzenburg, Dominikaner-Kloster
- Schlatkow: Schwedenmuseum
- Schwedt: Schwedenschanze
- Hansestadt Stralsund: Unesco-Welterbe, Commandantenhus, Meeresmuseum
- Usedom: Bäderarchitektur
- Wolgast: historische Altstadt, Museen



Museum Stralsund



Geschichtsstunde vor dem Rathaus Stralsund



Rathaus Greifswald



Universität Greifswald



Das Team des Festivals „Nordischer Klang“



Eine Band aus Göteborg beim Festival



Speicher am Ostseehafen in Rostock

Im Industriesektor haben die maritime Industrie, der Maschinenbau, die Energiewirtschaft und die Lebensmittelindustrie einen großen Anteil. Die Landwirtschaft ist in der Fläche sehr präsent. Darüber hinaus spielen der Tourismus, der Gesundheitssektor, die Immobilienwirtschaft, Dienstleistungsbetriebe und die Hochtechnologie eine zunehmend große Rolle für die Wirtschaft in Mecklenburg-Vorpommern.

Fakten:

- Fläche: 23.174 km²
- Bevölkerung: 1,612 Millionen
- Bevölkerungsdichte pro km²: 69 (Schweden 21)
- BIP je Einwohner: 24.909 Euro

Größte Städte:

- Rostock: 206.011
- Schwerin: 96.800 (Landeshauptstadt)
- Neubrandenburg: 63.602

Ministerpräsident:

Erwin Sellering (SPD), ab Juli Manuela Schwesig



Schwedentage in Hamburg



Die **Jahresmitgliederversammlung** gastierte 2017 bei IKEA in Hamburg-Altona. Auf der Versammlung wurden Helene Berg und Göran Ottosson verabschiedet, die nicht zur Wiederwahl standen. Das Mandat von Präsident Thomas Ryberg wurde um zwei weitere Jahre verlängert, auch Dr. Maria Wolleh, Hans Jannö, Manfred Buhl, Gunnar Groebler, Michael Mette, Elin Krepper, Detlef Jöhnk und Christian Stielow wurden bis 2019 gewählt. Neu im Vorstand sind Sebastian Groesselhuber (Kinnarps), Andreas Schindler (Nordea), Nils John (Visit Sweden), Thomas Burkhardt (SKF) und Anna Liberg (Business Sweden).

Hamburg vom Wasser aus erleben: das konnten die über 100 Gäste des diesjährigen **Business Dinners** der Schwedischen Handelskammer. Im ältesten Ruderclub Deutschlands, dem Hamburger und Germania Ruderclub, trafen sich die Vertreter der schwedischen Wirtschaft nach der Mitgliederversammlung und dem Zukunftstag.



Jenny Sofia Hoegen, Maya Kiesewetter (Junior Chamber Club)



Maria Rankka (Handelskammer Stockholm), Dr. Klaus Werner (Werner, Luger und Partner)



Siv Ejnar, Tomas Ejnar, Carolin Stöckmann (Handelsbanken)



Jan Valentin Deichsel (legalpartner), Nader Afshari (Svea Ekonomi) und Kristina Ekelund (Schwedische Kirche Hamburg)



Botschafter Per Thöresson, Oliver Cleblad (kallan)



Botschafter Per Thöresson, Präsident Thomas Ryberg



Daniel Hökfelt (Junior Chamber Club Düsseldorf), Helen Hoffmann und Ulrik Pershagen (Schwedische Handelskammer)



Teresa Kuntze, Jascha Aust (Junior Chamber Club)



Ina und Thomas Ryberg



Per Thöresson, Dr. Klaus Werner (Werner, Luger und Partner)



Achim und Doris Scholtzysek mit Ina Ryberg



Matthias Martens, Kristina Brüggmann (Hans Brüggmann GmbH & Co)



Hans Jannö (ARC Werkzeugtechnik)



Michaela Seitz (Kongamek), Silke Wiegand (Kongamek), Hanna Fritz (Academic Work)



Carolin Stöckmann (Handelsbanken), Detlef Jöhnk (SEB), Nader Afshari (Svea Ekonomi)



Dr. Sven I. Oksaar (ALP Rechtsanwälte), Anna Liberg (Business Sweden)



Carmela Mellström (CCM Kanelbullen & Nordic Catering), Isaac Larbi und Maike Frölich (Visual Art)



Der neue Botschafter Per Thöresson begrüßte die Gäste und betonte die Bedeutung der Handelskammer für die schwedische Wirtschaft. Er sehe der weiteren Zusammenarbeit zwischen Kammer und Botschaft zuversichtlich entgegen. Von Hamburger Seite sprach Stefan Matz von der Hamburger Wirtschaftsförderung ein Grußwort. Er zeigte sich erfreut, dass immer mehr schwedische Unternehmen die Hansestadt als Standort wählen.

Die Geschäftsführerin der Stockholmer Handelskammer, Maria Rankka, hielt die Hauptrede des Abends. Sie sprach besonders das Jahresthema der Kammer, Digitalisierung in der Wirtschaft, an. Entgegen der landläufigen Meinung, dass die Digitalisierung dazu führe, dass geografische Orte an Bedeutung verlieren, pointierte sie das Gewicht von Städten, allen voran Stockholm und Hamburg.



Daniel Hökfelt (Junior Chamber Club), dr. Klaus Werner (Werner, Luger und Partner)



Peter Matz, Anna Liberg (Business Sweden)



Maria Rankka, Stockholmer Handelskammer



Traditionsgemäß brachte Präsident Thomas Ryberg einen Toast auf Kronprinzessin Victoria, Schirmherrin der Handelskammer, aus.



Stefan Matz (Hamburger Wirtschaftsförderung)



Botschafter Per Thöresson



Gunnar Groebler (Vattenfall), Henrik Rinnert (Icomera)



Rickard Axén (Junior Chamber Club), Jenny Nyberg (Linklaters), Wilfried Große-Berg (infoKONTOR)



Ulrik Pershagen (Schwedische Handelskammer)



Zukunftstag: Digitalisierung schafft neue Geschäftsfelder

Ende des Jahres wird es mehr Smartphones als Menschen auf der Erde geben, prognostizieren Experten. Was bedeutet das für die Wirtschaft? Diese Frage beleuchteten die vier Redner beim Zukunftstag der Handelskammer. Im IKEA-Haus Altona, dem ersten Innenstadt-Store weltweit, konnten die über siebzig Teilnehmer von Google, Sandvik, Icomera und IKEA erfahren, wie vier sehr verschiedene Branchen die Digitalisierung meistern.

Thorsten Hermes, Head of Strategy & Digital Innovation bei Google, stellte gleich zu Beginn klar: „Google kann die Zukunft nicht vorhersagen“. Was die Suchmaschine aber weiß, ist, dass der Begriff „digitale Transformation“ seit März 2013 rekordartig in den Suchen der Nutzer anstieg – das Thema ist brandaktuell und das branchenübergreifend.

So berichtete Dr. Niklas Kramer vom schwedischen Industrieriesen Sandvik, wie digitale Lösungen das traditionelle Business aufwerten und erleichtern. In der Bergbausparte des Unternehmens führte man mehr als 150 automatisierte Maschinen mit über 25 Systemen weltweit ein. Das Resultat: nach einer Million Betriebsstunden musste Sandvik keinen Unfall verzeichnen, der unangenehme Arbeitsplatz unter Tage wurde durch einen Schreibtisch im Kontrollraum ersetzt.

Arbeiten wollten auch vier Studenten der Göteborger Technikhochschule Chalmers, die nach Stockholm pendelten. Doch im Zug gab es kein Internet, erzählte Henrik Rinnert, Beirat, die Geschichte seiner Icomera AB. Aus der Not wurde eine digitale Geschäftsidee geboren, heute setzt Icomera die Wifi-Lösung der Deutschen Bahn um und arbeitet mit verschiedenen Transportunternehmen in der ganzen Welt zusammen.

Die Reisenden in Zügen in Deutschland und Schweden könnten sich so beispielsweise schon auf ihren Einkauf bei IKEA vorbereiten. Deren Website fungiert als Multichannel-Hub, erklärte Christian Möhring, Web Channel Manager des schwedischen Möbelhauses. Vom Schlafyptest auf der Website bis hin zur Virtual Reality Brille in der Möbelausstellung durchzieht die Digitalisierung auch den Einzelhandel bei IKEA. Dabei sei es wichtig, Angebote zu machen, die einfach nutzbar sind und intuitiv bedienbar, stellte Möhring fest.

Genutzt werden diese mit großer Wahrscheinlichkeit: die Vorhersagen sehen in Zukunft 50 Milliarden Geräte, vom Fernseher bis zur Glühbirne, die ans Internet angeschlossen sein werden. Thorsten Hermes sah darin viele Chancen für die Wirtschaft, das Wachstum von morgen zu sichern: „Die Unternehmen, die dann erfolgreich sind, werden die sei, die einen wahrnehmbaren Nutzen mit ihren digitalen Produkten anbieten“.



Thomas Ryberg, Dr. Niklas Kramer (Sandvik), Peter Marx (Moderation), Christian Möhring (IKEA), Henrik Rinnert (Icomera) und Michael Mette (IKEA)



Christian Möhring (IKEA)



Dr. Niklas Kramer (Sandvik)

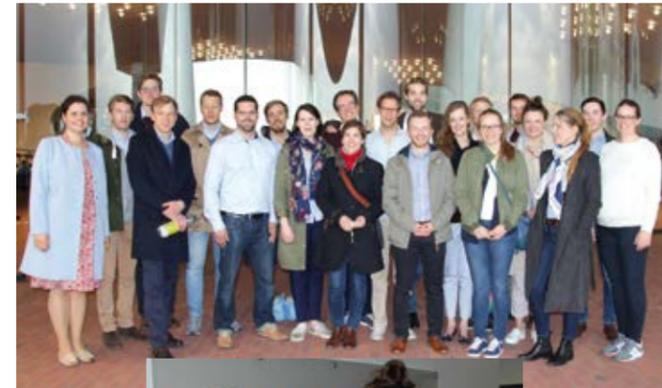


Thorsten Hermes (Google)



Henrik Rinnert (Icomera)

Junior Chamber Club goes Hamburg



Am Folgetag des Business Dinner bot der JCC erstmals einen ganzen Tag Aktivitäten für seine Mitglieder. Hannover, München, Frankfurt, Berlin: Aus allen Himmelsrichtungen kamen JCCler nach Hamburg, um gemeinsam ihr Netzwerk weiterzuentwickeln. Beim Workshop in den Räumen von Handelsbanken sammelten die Junioren Ideen für die Zukunft. Am Nachmittag lernten die JCCler die HafenCity und Elbphilharmonie kennen, durch die JCC-Komitee-Mitglied Christoph Hinz führte. Echte schwedische kanelbullar gab es im Anschluss in der Schwedischen Kirche. Der ereignisreiche Tag, der viele neue Bekanntschaften ermöglichte, klang beim gemeinsamen Gang auf die Reeperbahn aus.



Der JCC dankt den Sponsoren des JCC-Tages:



Berlin: Warum gründen Frauen Start-Ups?

Mut zum Handeln und Erfolgsmessung über das Geld hinaus: diese gemeinsamen Nenner formulierten die Rednerinnen der Podiumsdiskussion, zu der der JCC Berlin gemeinsam mit SWEA e.V. im April einlud. Keynote Speaker Prof. Dr. Stephanie Birkner, Professorin für Female Entrepreneurship, eröffnete die Veranstaltung mit Hintergründen und Zahlen zur deutschen weiblichen Gründerszene. Nach dem wissenschaftlichen Einblick sprachen fünf internationale Gründerinnen, darunter auch JCC-Mitglied Hanna Adén, über ihre Erfahrungen. Sie waren sich einig: Anfängliche Zweifel werden durch den endgültigen Schritt der Gründung zwar nicht gänzlich zerstreut aber mit jedem Erfolgserlebnis wächst das Vertrauen in sich selbst und das gegründete Unternehmen. Die Lust zum Ausprobieren, das Fördern von Teamgeist und der Mut, vielfältige Ideen einfließen zu lassen legen den Grundstein für ein erfolgreiches eigenes Unternehmen.

„Frühlingsdinner“ in Düsseldorf

Im April lud der JCC Düsseldorf Mitglieder und Interessierte zu einer echt schwedischen „sittning“. Die Schwedische Handelskammer verwandelte sich zum Dinnersaal, das Komitee bereitete ein Dreigängemenü vor und in besonderer Atmosphäre konnten neue Kontakte geknüpft werden.



JCC-Brancheneinblick

„Gehen muss man, wenn die Persönlichkeit nicht passt“



Denise Metzger, Mercuri Urval

Du arbeitest als Consultant mit Change Management bei Mercuri Urval – was müssen wir uns darunter vorstellen, wie sieht ein Arbeitstag bei dir aus?

Wir rekrutieren Fach- und Führungskräfte für unsere Kunden in allen Branchen. Dies ist vor allem mit sehr viel Kommunikation verbunden. Einerseits gilt es in den Gesprächen mit den Unternehmen herauszufinden, welche Aufgaben den

Stelleninhaber erwarten und welche Ziele er erreichen soll. Andererseits prüfen wir, welche Fähigkeiten und Entwicklungspotentiale die Kandidaten mitbringen. Indem wir die komplette Rekrutierung von Anzeigenschaltung bis zum finalen Gespräch übernehmen und begleiten, können wir sehr genau vorhersagen, ob die Persönlichkeit des Kandidaten zur Aufgabe und dem Unternehmen passt und somit in der Position erfolgreich wird.

Einer Deiner Beratungsschwerpunkte ist die Potentialanalyse. Wie geht man bei einer solchen Analyse vor und welche Ergebnisse lassen sich dabei ableiten?

Bei unseren Kunden heißt es: Sie stellen die Leute wegen ihrer Fähigkeiten ein und trennen sich aufgrund ihrer Persönlichkeit wieder. Deshalb ist es so wichtig, durch kognitive Tests und ausführliche Gespräche herauszufinden, welche Persönlichkeitsmerkmale ein Mensch mitbringt und vor allem welche Motivation ihn oder sie antreibt. Wo ein schneller Entscheider ge-

sucht wird, könnte ein Mensch mit niedrigen kognitiven Werten oft die falsche Entscheidung treffen. Übrigens liegen wir mit 94 Prozent unserer Vorhersagen richtig, das heißt unsere Kandidaten sind in ihren Unternehmen erfolgreich.

Welche Kompetenzen werden Deiner Einschätzung nach in der Zukunft auf dem Arbeitsmarkt besonders rar und deswegen stärker nachgefragt sein?

Eigenschaften wie Flexibilität, Geschwindigkeit und Agilität werden immer wichtiger, sowohl bei kleinen Start-Ups als auch bei traditionellen Unternehmen. Heutzutage müssen alle gut mit Veränderungen umgehen können. Auch eine sehr gute Ausbildung werden immer wichtiger, denn Unternehmen setzen vermehrt darauf, fertig geformte und ausgebildete Mitarbeiter zu rekrutieren anstatt selbst zu entwickeln. Und es werden Teamplayer gesucht, weil die nächste Generation demokratischer und weniger hierarchisch führt.

Klug anlegen als Young Professional – Seminar in Düsseldorf

„Die Zeit ist euer bester Freund“, war eine der zentralen Botschaften von Adam Thelander, der im Mai vor den Düsseldorfer JCClern das Seminar „Let your money work for you – How to invest as a young professional“ abhielt. Auf Einladung des Düsseldorfer Komitees war Adam, der das Frankfurter Komitee leitet und beim Kammerfördermitglied Handelsbanken tätig ist, in die Geschäftsstelle gekommen, um den JCClern zu erklären, was ein Bullen – und was ein Bärenmarkt ist und ob Aktieninvestment wirklich riskant ist. Trotz der komplizierten Begriffe und Zusammenhänge war die Begeisterung bei den JCClern groß, die den Experten mit zahlreichen Fragen zu P/E Ratio, ETFs und der Frage, ob man sein Geld besser in Schweden oder Deutschland deponieren sollte, löcherten. Nach einem langen Abend gingen die JCCler mit neuem Input und Adams Rat im Ohr nachhause: Wer klüger spart, geht früher in Rente.



Välkomna! Wir begrüßen unsere neuen Mitglieder



Die **UBE Erichsen Beteiligungs GmbH** wurde 1990 als eines der ersten Private-Equity Unternehmen für den deutschen Mittelstand gegründet. Das Hamburger Unternehmen hat seine Aufgabenschwerpunkte seitdem in den Bereichen Beteiligungen und Beratung mit aktiver, unternehmerischer Mitverantwortung für die Unternehmen, in denen die UBE Erichsen engagiert ist. www.ubeerichsen.de

Daymaker ist der professioneller Partner beim Beobachten und Bewerten von Kunden-Erfahrungen im Ladengeschäft, beim Telefongespräch und beim Online-Service. Mit dem Anliegen, die Kundenzufriedenheit zu erhöhen bietet Daymaker, die den Kontakt mit den Kunden auf allen Ebenen verbessern, was der jeweiligen Firma hilft, sich zu entwickeln und ihre Marktposition zu stärken. www.daymaker.com.

Shearman & Sterling ist eine globale Anwaltskanzlei mit rund 850 Anwälten, die weltweit Mandanten in allen Fragen des Wirtschaftsrechts beraten. Für internationale Konzerngesellschaft ebenso wie für große mittelständische Unternehmen arbeiten die Praxisgruppen und Büros in Deutschland, Europa und der Welt eng zusammen. www.shearman.com

Die **Scienta Omicron GmbH** stellt Geräte für die Nanotechnologie und Oberflächenphysik her. Die Firmengruppe ist ein deutsch-schwedischer Zusammenschluss mit Sitz in Uppsala und Taunusstein und gilt als Hightech-Schwergewicht im Bereich der Oberflächenanalytik. www.scientaomicron.com

Linklaters LLP ist eine weltweit tätige Wirtschaftskanzlei mit Büros in Düsseldorf, Frankfurt am Main, München und Berlin. Gemeinsam mit dem Stockholmer Büro begleitet Linklaters seine Mandanten auch im deutsch-skandinavischen Rechtsverkehr. Der etablierte Nordic Desk in Deutschland stellt die Expertise zur schwedischen Wirtschaft sicher. www.linklaters.de

Smart @ solutions ist Partner für die Transformation zu

Customer Service Excellency und positiver Produktdifferenzierung. Die international erfahrenen Experten für strategische und kundenorientierte Lösungen beraten Akteure zur digitalen Transformation. In Deutschland begleitet Smart @ solutions die schwedische FinTech "Dreams" bei der Markteinführung in Deutschland. www.smartsolutions.com

Fieldfisher Germany LLP ist eine europäische Wirtschaftskanzlei mit international ausgerichteter Praxis. Mit einem Team aus über 400 Anwälten hat sich Fieldfisher seit seiner Gründung 1835 zu einer international anerkannten Adresse für grenzüberschreitende spezialisierte Rechtsberatung entwickelt und berät internationale Konzerne und innovative deutsche Mittelständler ebenso wie ambitionierte Gründer. www.fieldfisher.com

KaschCon agiert als Multiplikator bei besonderen Immobilienprojekten: Die Berater von KaschCon begleiten bei Bau, Modernisierung oder der Entwicklung von Bauflächen und deren Finanzierung und prüfen diese auf Realisierbarkeit. Ein breites Portfolio an hochklassigen Objekten, fachliches Know How und ein hochwertiges Netzwerk in Berlin-Brandenburg helfen bei der Erstellung eines Finanzierungskonzeptes. www.kaschcon.de

MCF Corporate Finance ist eine führende unabhängige und international tätige Corporate Finance Beratung mit eigenen Standorten in Hamburg, Helsinki, London und Stockholm. MCF ist auf mittelgroße inländische und grenzüberschreitende M&A Transaktionen im europäischen Raum spezialisiert und betreut für seine Kunden den gesamten M&A-Prozess von der ersten Kontaktaufnahme bis zum Vertragsabschluss. www.mfccorpfin.com

Telenor Connexion entwickelt und betreibt vernetzte Business-Lösungen. Dabei stützt sich das Unternehmen auf mehr als 15 Jahre Erfahrung, um möglichst einfach den Wert vernetzter Services für Unternehmen realisieren zu können. Zu Telenor Connexions Kunden gehören unter anderem Volvo, Nissan, Scania, Hitachi, Securitas Direct und Telcare. www.telenorconnexion.de

Mehr lernen übers Reinheitsgebot: Brauereiführung in Stuttgart



Braukunst hautnah konnte die Regionalgruppe Baden-Württemberg erleben, als der Schwedische Salon in die Stuttgarter Familienbrauerei Dinkelacker verlegt wurde. Im Mai traf man sich dort zur „Brauereiführung mit allen Sinnen“. Fühlen, riechen und schmecken der frischen Rohstoffe und auch die Live-Beobachtung des Brauvorgangs waren Teil der Führung. Nach einer Bierverkostung durften die stolzen Teilnehmer ihr Bierkennerdiplom in Empfang nehmen. Skål!

Schirmherrin:



Kronprinzessin Victoria von Schweden

Fördermitglieder:



Handelsbanken

Impressum

Herausgeber:

Schwedische Handelskammer in der Bundesrepublik Deutschland e.V.
Berliner Allee 32
40212 Düsseldorf
Tel. 0211-86 20 20-0
Fax 0211-32 44 88
www.schwedenkammer.de

V.i.S.d.P.:

Thomas Ryberg, Präsident

Titelbild: imagebank.sweden.se

Koordination, Anzeigen, Produktion:

Nordis – Agentur für Kommunikation
Werdener Straße 28
45219 Essen
Tel. 02054-938 54 0
schwedenkammer@nordis.biz
www.nordis.biz

Kammerkalender 2017

8. Juni

JCC Hamburg: After Work in der „Factory“

13. Juni:

JCC Berlin: Spotify



14. Juni

Berlin: Swedish Business Breakfast

18. Juni

JCC Düsseldorf: Midsommar

20. Juni

München: SWIFO – Intelligent Vehicle and Mobility Solutions from Finland

1. Juli

JCC Berlin: Midsommarfest



6. Juli

Berlin: Schwedisches Design verkauft sich! Preview des neuen Volvo XC60



12. Juli

Berlin: Sommerliche Bootsfahrt

14. Juli

JCC Düsseldorf: Geburtstag der Schirmherrin Kronprinzessin Victoria



21. September

Stuttgart: Schwedischer Salon

Diese und weitere Veranstaltungen finden Sie auf www.schwedenkammer.de

Ihr Kontakt in die Geschäftsstelle

Die Schwedische Handelskammer wird von der Geschäftsstelle in Düsseldorf aus geleitet. Hier sind wir Ihre Ansprechpartnerinnen für Fragen, Ideen und Anregungen. Melden Sie sich gern per Telefon, E-Mail oder Post bei uns!



Helen Hoffmann

Veranstaltungen, Öffentlichkeitsarbeit und JCC
Telefon: +49-(0)211-862020-15
E-Mail: hoffmann@schwedenkammer.de



Kerstin Nordström

Regionalgruppen, Mitgliederangelegenheiten und Projektmanagement
Telefon: +49-(0)211-862020-14
E-Mail: nordstroem@schwedenkammer.de

In unserem zentral gelegenen SchwedenCenter in Düsseldorf können Sie Büros und unseren Konferenzraum mieten!

Nutzen Sie Schweden aktuell für Ihre Kommunikation!

Die „Schweden aktuell“ erscheint 6 Mal im Jahr. Dies sind die Schwerpunkte der kommenden Ausgabe 4/17.: **Forschung/Wissenschaft**, Schweden in Niedersachsen, Sprache und Literatur. Anzeigenschluss ist der **11.08.2017**. Die Mediadaten mit Anzeigenpreisen und Terminen für 2017 finden Sie unter www.schwedenkammer.de. Reservieren Sie jetzt Ihre Anzeigen unter 02054-938 54 17 oder schwedenkammer@nordis.biz.



... makes companies better!



Recruitment von Führungskräften & Spezialisten

Beratung: Mit unserer Erfahrung und unseren Analysen erstellen wir zusammen mit Ihnen das Kandidatenprofil.

Suche: Datenbank, Anzeigen und Head-Hunting. Mit unserem Netzwerk finden wir die richtigen Kandidaten für die verschiedensten Branchen und Positionen in ganz Europa mit den Schwerpunkten Deutschland, Österreich, Schweiz und Skandinavien.

Auswahl: Wir stellen sicher, dass Ihre neuen Kollegen sowohl fachlich als auch persönlich Ihren Anforderungen entsprechen.

Einarbeitung: Wir haben die Methodik und Kompetenz, dass Ihre neuen Kollegen und das vorhandene Team in kürzester Zeit zu einander finden.

www.ryberg-consulting.com

RYBERG-CONSULTING
Germany
Postfach 1386
DE-65703 Hofheim
Tel: +49-(0)6192 – 958 453 – 0
info.de@ryberg-consulting.com

RYBERG-CONSULTING
Hamburg
Europaallee 3
DE-22850 Norderstedt
Tel: +49(0)40 – 646 868 58
info.hamburg@ryberg-consulting.com

RYBERG-CONSULTING
Sweden
Kungssportsavenyn 3
SE-41136 Göteborg
Tel: +46(0)31 – 417 430
info.se@ryberg-consulting.com



MEHR AUSZEIT WAGEN.

DER NEUE VOLVO V90 CROSS COUNTRY.

JETZT ENTDECKEN AUF
VOLVOCARS.DE/V90CC



INNOVATION MADE BY SWEDEN.