

SCHWEDEN aktivell



Jetzt schon vormerken:
Kammertage in Köln
2.-4. Juni 2016

Schwedentourismus
Das Besondere suchen

Hamburg
Schwedens südlichste Stadt

Kammerkompetenz
Mit deutschem Abitur in Schweden studieren?

WWW.SCHWEDENKAMMER.DE





Guter Deal: Geschäftsreisen mit Stena Line

Nutzen Sie die attraktiven Rabatte und Vorteile des Stena Line Business Traveller Programms. Sie erhalten einen eigenen Zugang für schnelle und unkomplizierte Buchungen. Je höher der Umsatz auf Ihrem Stena Line Traveller Konto, desto mehr Rabatt erhalten Sie auf Überfahrten, Pkw- und Kleinbus-Transport sowie auf fast alle Kabinen. Treue zahlt sich aus: **Sparen Sie bis zu 15%**! Noch mehr Vorteile: WLAN auf allen Schiffen, Restaurants und bequeme Rückzugsmöglichkeiten an Bord.

Jetzt anmelden auf www.StenaLine.de/Business-Traveller



**Business
Traveller**
Rewards from Stena Line



Urlaub machen ist aktive Wirtschaftsförderung

Liebe Mitglieder und Freunde der Schwedischen Handelskammer,

in vier Jahren ist der Tourismus einer der wichtigsten Grundpfeiler der schwedischen Wirtschaft. Schweden ist dann die bevorzugte Wahl unter Reisenden und setzt 500 Milliarden Kronen im Tourismus um. Ein abwegiger Traum? Nein, die Vision der nationalen Strategie für den Tourismussektor des Branchenverband Svensk Turism, der gemeinsam mit dem schwedischen Staat VisitSweden betreibt.

Vor zwei Wochen stand auf dem Schwedischen Tourismuskongress in Göteborg die Strategie, die den Tourismus weiter ausbauen soll, im Fokus. Es läuft gut im Segment Schwedenreisen, im dritten Jahr in Folge sind die Übernachtungszahlen gewachsen. Das Ziel der Vision ist eine Verdopplung der Zahlen von 2010 bis 2020. Auch die Regierung nimmt dieses Potential sehr ernst. Nachhaltigkeit im Tourismussektor wird durch die neue Strategie besonders beachtet, das Reiseland Schweden deutlicher positioniert, Anreize für die Integration Zugewanderter ins Gastgewerbe geschaffen und die Destinationsentwicklung in einem neu gegründeten Unternehmen, Svensk Destinationsutveckling AB, vorangetrieben.

Dabei geht es nicht nur um Entspannung im roten Häuschen am einsamen See. Tourismus ist bereits heute ein starker Wirtschaftszweig. Besucher schaffen Arbeitsplätze in strukturschwachen Regionen, für junge Menschen, für Zugewanderte, für Köche, Fremdenführerinnen und Hoteliers. Deutschland hat dabei einen großen Anteil, denn nach Norwegen sind die deutschen Touristen die größte Gruppe, die Schweden bereist. Wie Botschafter Lars Danielsson auf dem Unternehmenspreis 2015 formulierte, haben die deutsche und schwedische Wirtschaft unmittelbare Effekte auf einander. Wächst die deutsche Wirtschaft um ein Prozent, so wird auch die schwedische Konjunktur automatisch mit 0,6 Prozent gesteigert. Die Reisetätigkeit zwischen Deutschland und Schweden ist einer der vielen Momente, die zeigen, wie eng unsere beiden Länder verflochten sind.

Buchen Sie Ihren Urlaub zwischen Lappland und Skåne oder schicken Sie Ihre Mitarbeiter auf eine Incentive-Reise nach Schweden – damit betreiben Sie aktive Wirtschaftsförderung!

Ihre

Helene Berg

8

Tourismus –
Schweden bietet
Ausgefallenes



12

ZOOM –
Der besondere
Augen-Blick

16
Schweden in
Hamburg



22

Kammertage in Köln

Inhalt

- 4 **5 Fragen an** Klas Balkow (Clas Ohlson)
- 5 **Kolumne Lundin | Heiter bis schwedisch**
- 6 **Kurznachrichten**
- 8 **Schwerpunkt Tourismus |** Schweden bietet Ausgefallenes
- 12 **ZOOM – Der besondere Augen-Blick**
- 14 **Portrait ZONISTA |** Interview mit Alfred Becker
- 15 **Kammerkompetenz |** Zur Schule in Deutschland, zum Studieren nach Schweden?
- 16 **Schweden in ...** Hamburg
- 19 **Junior Chamber Club**
- 20 **Aus der Kammer**
- 22 **Ausblick |** Kammertage in Köln
- 23 **Impressum |** Save the Date

„Wir haben in Deutschland eine Marktlücke identifiziert“

Clas Ohlson ist in Deutschland bislang gänzlich unbekannt. Wie würden Sie Ihr Konzept jemandem erklären, der noch nie davon gehört hat?

Wir sind ein Einzelhandelsunternehmen, das eine breite Palette von praktischen Produkten zu erschwinglichen Preisen anbietet, die Sie zur Lösung der kleinen praktischen Probleme im Alltag brauchen. Das Spektrum erstreckt sich über die fünf Kategorien Heimwerken, Elektro, Multimedia, Wohnen und Freizeit. Um es einfach auszudrücken: Wir haben mehr oder weniger alles, was Sie für die kleinen Reparaturen rund ums Haus oder Büro, in der Küche, Garage oder im Garten brauchen. Darüber hinaus bieten wir ein angenehmes und inspirierendes Einkaufserlebnis, von dem wir denken, dass die deutschen Verbraucher es schätzen werden.

Warum denken Sie, dass Deutschland für Ihr Konzept offen ist?

Clas Ohlson ist eine der stärksten Marken in Skandinavien und gehörte seit seiner Gründung im schwedischen Insjön 1918 zu den beliebtesten Kaufhäusern. Schon seit Jahren wollen wir Clas Ohlson nach Deutschland bringen, als Teil unserer internationalen Expansion. Wir haben umfangreiche Marktuntersuchungen durchgeführt und eine Marktlücke identifiziert. Wir sind zuversichtlich, dass der deutsche Verbraucher unser Sortiment cleverer Produkte mögen wird, ebenso wie unsere 40 Millionen Kunden in den nordischen Ländern dies tun. Was wir hier auf den deutschen Markt bringen ist einfach ein starkes und bewährtes Konzept.

Worin unterscheiden Sie sich denn genau von existierenden Wettbewerbern?

Wir sind ein One-Stop-Shop, der eine große Auswahl an smarten Produkten unter einem Dach mit guten Tipps kombiniert, wie Sie Ihre kleinen praktischen Alltagsprobleme lösen. Wir bringen den deutschen Verbrauchern etwas, das sonst niemand anbietet.

Sie haben angekündigt, mit drei Filialen zu starten – alle in Hamburg. Warum ist Ihre Strategie, sich auf eine Stadt zu konzentrieren? Und warum Hamburg?

Für den Markteintritt in Deutschland war Norddeutschland ein natürlicher erster Schritt für uns, einfach aufgrund der Nähe zu unserem Heimatmarkt Schweden. Die Entscheidung, drei Geschäfte in einer Stadt zu bündeln, gibt uns die Chance, eine größere Wirkung zu erzielen, so dass die Verbraucher unsere Marke und unser Konzept gut wahrnehmen und entdecken können. Hamburg



Klas Balkow

Präsident und CEO von Clas Ohlson und Vorstandsmitglied des Schwedischen Handelsverbandes.

wurde aufgrund der Tatsache gewählt, dass es eine Stadt mit vielen interessanten Einzelhandelsplätzen ist. Das passt zu dem, was wir suchen, wenn wir in einer neuen Stadt Clas Ohlson etablieren: Gute Erreichbarkeit und große Nähe zu den Orten, wo die Kunden leben und arbeiten – das ist für uns der Schlüssel. Wir glauben, dass unsere Flaggschiff-Location am Jungfernstieg, kombiniert mit ausgezeichneten Lagen im beliebten Stadtteil Altona und im Alstertal Einkaufszentrum, großartige Standorte für unsere ersten deutschen Clas Ohlson Geschäfte sind.

Denken Sie bereits über andere Städte nach oder wollen Sie die ersten Ergebnisse und Erfahrungen in Hamburg abwarten?

Wir haben Hamburg als unseren ersten Schritt in den deutschen Markt ausgewählt. Wir werden zunächst eine solide Kundenbasis und Markenbekanntheit in Hamburg aufbauen, bevor wir in anderen Teilen von Deutschland weitere Standorte angehen.

**clas
ohlson**

Clas Ohlson Steckbrief

Clas Ohlson wurde 1918 als Versandhandelsunternehmen in Insjön, im schwedischen Dalarna gegründet. Heute bietet das Unternehmen Produkte und Dienste für die kleinen praktischen Probleme des Alltags in fünf Ländern in über 200 Filialen und im Internet an. Das Unternehmen ist an der Nasdaq Stockholm notiert, hat einen Umsatz von über 7,5 Milliarden SEK (ca. 800 Millionen EUR) und ca. 4 700 Angestellte. www.clasohlson.de

Klas Balkow ist seit 2007 Präsident und CEO von Clas Ohlson. Zuvor war er Präsident und CEO von Aximage, einer Tochtergesellschaft der Axel Johnson Gruppe mit mehreren Handelsketten und der Agentur für Fujifilm in Schweden und Norwegen. Er ist derzeit Vorstandsmitglied des Schwedischen Handelsverbandes, dem Arbeitgeberverband für den gesamten Handelssektor. Klas Balkow wurde 1965 in Sandviken geboren.



Tomas Lundin

Happiness ist attraktiv

Wie naiv kann man nur sein! Ich dachte immer es gehe um die unberührte Natur, die Ruhe, die glitzernden Seen, die entspannte Atmosphäre und vielleicht ein bisschen Mode und hipbes Stadt-leben in Stockholm oder Malmö. Ich Idiot. In Wirklichkeit gibt es nur zwei Gründe nach Schweden zu reisen: Gute Fußballmannschaften und schöne Frauen. Ryanairs Vorstandsvorsitzender Michael O'Leary, der dies neulich in Dagens Industri behauptete, müsste es wissen. Er reist um die Welt auf Jagd nach beliebten Reisezielen.

Andererseits hat er auch eine ziemlich große Klappe und ist gerne auf Krawall gebürstet. Die Statistik zeichnet ein ganz anderes Bild. Der schwedische Tourismussektor wuchs im vorigen Jahr mit 10,5 % doppelt so stark wie der EU-Durchschnitt. Wozu die Ergebnisse des schwedischen Fußballs wohl wenig beigetragen haben und die Frauen 2015 nicht schöner als vorher waren. Das Gros der Touristen kommt immer noch aus Deutschland, Norwegen und Dänemark. Ein neuer Trend ist aber, dass zunehmend Touristen aus fernen Ländern das Reiseland Schweden entdeckt habe. Mit einer Steigerungsrate von fast 30 % wuchs die Anzahl

chinesischer Besucher am stärksten. Auf Platz zwei lag Indien mit fast 20 %. Es gibt Touristen, die reisen über tausende von Kilometern an nur wegen des Nordlichts. Stockholm nehmen sie höchstens mit auf der Reise nach Lappland. Das dürfte aber die Ausnahme sein. Dass ein kleines Land wie Schweden es überhaupt schafft ins Bewusstsein asiatischer Touristen zu rücken muss ganz andere Gründe habe.

Selbst glaube ich, ganz unwissenschaftlich, dass es viel mit den grossen schwedischen Exportunternehmen zu tun hat. Also mit Volvo, Ikea, Electrolux, H&M und andere Marken, die ein attraktives Bild von einem modernen Schweden vermitteln. Dazu passt, dass Schweden auf Platz drei liegt in dem jährlichen Ranking des Reputation Institute, welches das weltweite Ansehen von Nationalstaaten misst.

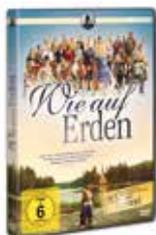
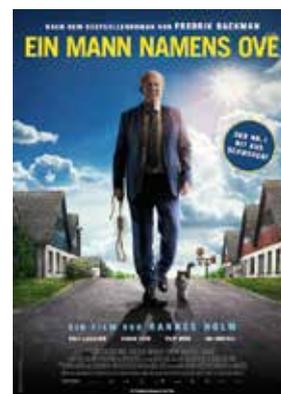
Zufriedenheit in der Bevölkerung könne ein weiterer Faktor zu sein. Denn wer möchte nicht in einem zufriedenen och glücklichen Land seinen Urlaub verbringen? Die Zahlen dazu finden wir in dem World Happiness Report 2015 der UNO. Dort rangiert Schweden auf Platz 8 in der Welt.

Heiter bis
schwedisch

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:

Ein Mann namens Ove

Nach dem Riesenerfolg von Fredrick Backmans Roman startet am 7. April der schwedische Kinofilm „Ein Mann namens Ove“ in den deutschen Kinos. Rolf Lassgård brilliert als Typ des grantigen in die Jahre gekommenen Nachbarn, der jeden Morgen seine Kontrollrunde in der Reihenhaussiedlung macht, Falschparker aufschreibt, Fahrräder an ihren Platz räumt und Mülltonnen auf korrekte Mülltrennung überprüft. Doch hinter der grimmigen Fassade verbirgt sich eigentlich ein großes Herz. Und manchmal braucht es eben nur eine streunende Katze, das richtige Werkzeug und eine unerwartete Freundschaft, um alte Wunden zu heilen...



Gewinnen Sie. E-Mail genügt!

Wir verlosen 3 x je 2 Kinotickets zum aktuellen Film „Ein Mann Namens Ove“ und 1 x die DVD zu „Wie auf Erden“ von Kay Pollack, gesponsort von www.concorde-film.de und www.prokino.de. Wenn Sie teilnehmen möchten, schicken Sie bis zum **6.04.16**. eine E-Mail mit dem Stichwort „Ove“ und Ihrer Adresse an schwedenaktuell@nordis.biz. Über den Kunststoffepich Rime von scandinaviandesigncenter.de aus der letzten Ausgabe freute sich Anke Müller aus Berlin.

Schweden ist Partner des CHIO Aachen



Der CHIO Aachen ist eine der weltweit größten Sportveranstaltungen. 350.000 Zuschauer werden erwartet, wenn vom 8. bis zum 17. Juli mehr als 350 Sportler in den fünf Disziplinen Spring- und Dressur-

reiten, Vielseitigkeit, Vierspännerfahren und Voltigieren um den Sieg kämpfen werden. Als Partnerland des „Weltfests des Pferdesports“ wird sich 2016 Schweden auf dem traditionsreichen Turniergelände in der Aachener Soers präsentieren. Die Schirmherrschaft über das Projekt hat Ihre Majestät Königin Silvia von Schweden übernommen. Sie wird die Eröffnungsfeier am 12. Juli besuchen. Unter anderem werden sich die schwedischen Gäste im „Svenskbyn“, dem schwedischen Dorf, auf dem Turniergelände den CHIO-Besuchern präsentieren. Als offizielles Partnerland ist Schweden auf dem Turniergelände, aber auch in der Stadt selber präsent: Am 11. Juli, wird es den traditionellen Empfang des Partnerlands auf dem Aachener Markt geben. **Tickets und Infos:** www.chioaachen.de

Eintritt frei in Schwedens staatlichen Museen

Ein Schweden-Besuch lohnt sich für Kulturinteressierte noch einmal mehr: 17 staatliche Museen öffnen ihre Türen kostenlos für ihre Gäste. Dazu zählen beliebte Häuser wie das Moderne Museum, das Historische Museum und das Naturhistorische Museum, aber auch solche, die sich ganz spezifischen Themen widmen, wie etwa das Armeemuseum, das Königliche Münzkabinett, das Marinemuseum, das Historische Seefahrtsmuseum oder das Weltkulturmuseum. Der Start dieser Initiative, die sich die schwedische Regierung insgesamt 80 Mio. SEK (ca. 8,7 Mio. Euro) kosten lässt, hat sich zwar um ein Jahr verzögert, aber das Ergebnis kann sich sehen lassen. Mit dieser Maßnahme will die Regierung Menschen aus allen Gesellschaftsschichten den Zugang zu Kunst und Kultur ermöglichen. Eine Entscheidung, von der auch die Touristen maßgeblich profitieren können. Ein Großteil der 17 Museen befindet sich in Stockholm, aber auch der Ableger des Modernen Museums in Malmö wird zum Beispiel kostenlos zugänglich sein.



Eintritt frei: Das Hallwylska Museum in Stockholm

BRYAN CAVE

Providing high quality work product in a very responsive way is only the first step.

Our goal is to work with our clients to develop solutions to complex business challenges facing our clients across industries and geographic boundaries.

bryancave.com
A Global Law Firm

Atlanta	Dallas	Irvine	Miami	Shanghai
Boulder	Denver	Jefferson City	New York	Singapore
Charlotte	Frankfurt	Kansas City	Paris	St. Louis
Chicago	Hamburg	London	Phoenix	Washington
Colorado Springs	Hong Kong	Los Angeles	San Francisco	Affiliated Firm: Milan

Linking the German and Nordic Markets

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

(Auch) an interkulturellen Schnittstellen

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

www.svetys.net

■ Interkulturelles Management
■ Coaching
■ Übersetzungen

Wir heißen folgende neue Mitglieder willkommen

Die **Landesbank Hessen-Thüringen Girozentrale**, kurz Helaba, ist eine Geschäftsbank mit Stammregionen in Hessen und Thüringen sowie Ausrichtung auf das Großkundengeschäft. Mit rund 6.200 Mitarbeitern und einer Bilanzsumme von rund 172 Mrd. Euro gehört die Helaba zu den führenden Banken am Finanzplatz Frankfurt.

EKSJÖHUS AB wurde bereits im Jahr 1941 als Tischlereibetrieb gegründet und seitdem konsequent in Familientradition geführt. Seit 1960 erfolgt der Export der EKSJÖHUS-Fertigteilhäuser nach Deutschland, einem traditionellen und ständig expandierendem Absatzgebiet.

Die **Balco Balkonkonstruktionen GmbH** stellt Balkone, Balkon- und Laubengangverglasungen her und hält in diesem Bereich über 40 Patente. Der Gesamtdienstleister für Fassadenaufwertung gewährleistet dabei mit einer eigenen Produktionsstätte in Växjö, Schweden, eine gleichbleibend hohe Qualität seiner Produkte.

Arnecke Sibeth Siebold ist eine unabhängige Anwaltskanzlei mit 35 Partnern und über 100 Anwälten an vier Standorten (Frankfurt, München, Berlin, Dresden). Die Spezialisten der Kanzlei sind in sechs Praxisgruppen organisiert, die sich mit den Schwerpunkten Corporate/M&A/Tax, Real Estate, Public Law, Employment, IP/IT/Commercial und Transportation befassen.

Dass Schweden auch bei hochwertiger Arbeits- und Schutzkleidung führend sein kann, beweist **Blåkläder Deutschland GmbH**. Der renommierte Hersteller stellt seit 1959 Berufskleidung her und ist heute eine der führenden Marken für Arbeitskleidung in vielen europäischen Ländern. Jährlich werden in Schweden über 1 Million Kleidungsstücke für Blåkläder produziert.

Die **Accesia AB** bietet Komplettlösungen in der Tierzahnpflege für Kliniken. Die Dentalgeräte und Weiterbildungen der Accesia AB bauen auf langjähriger klinischer Arbeit in der Tierzahnpflege auf; außerdem werden laufend neue Produkte und Programme entwickelt. Die Accesia AB ist seit März 2016 Teil des SchwedenCenters der Handelskammer in Düsseldorf.

Design, Qualität und Komfort in jedem noch so kleinem Detail – seit der Gründung im Jahr 1899 wurde **Stenströms** mit dieser Philosophie zu einer der bekanntesten und angesehensten Marken für Herrenbekleidung in Schweden. Angefangen mit Businesshemden, beinhalten die Kollektionen mittlerweile auch Accessoires, Krawatten und Strickwaren. In Hamburg betreibt Stenströms seinen Flagship Store.

Ist auch Ihr Unternehmen Beispiel erfolgreichen schwedischen Wirkens in Deutschland?



Die besten Unternehmen mit schwedischen Wurzeln werden jedes Jahr in Deutschland von der Schwedischen Handelskammer und Business Sweden in Zusammenarbeit mit der Schwedischen Botschaft ausgezeichnet.

Husqvarna, Scandic Hotel, Ericsson, Klarna, H&M, SmartEyes und Atlas Copco sind nur einige der Gewinner der letzten 13 Jahre. Ist auch Ihr Unternehmen ein Beispiel erfolgreichen schwedischen Wirkens in Deutschland? Dann bewerben Sie sich für den

Schwedischen Unternehmenspreis 2016



Die Auszeichnung wird in drei Kategorien vergeben: Großunternehmen, mittelständische Unternehmen und Newcomer auf dem deutschen Markt.

Die festliche Preisverleihung mit umfassendem Tagesprogramm und hochkarätigen Festrednern bietet nicht nur den Preisträgern ausgezeichnete Präsentationsmöglichkeiten. Das Event im November jeden Jahres, das dieses Jahr in Berlin stattfindet, ist auch für andere Unternehmen und Entscheidungsträger aus der deutsch-schwedischen Wirtschaft eine hervorragende Gelegenheit, miteinander in Kontakt zu kommen.



Gerne nehmen wir Ihre Bewerbung bis spätestens **30. April 2016** entgegen. Die Bewerbungskriterien finden Sie unter schwedenkammer.de/unternehmenspreis.

Haben Sie Fragen zur Bewerbung? Wenden Sie sich gern an die Geschäftsstelle unter **Tel. +49-(0)211-8620200** oder **info@schwedenkammer.de**





Das Besondere suchen

von Peter Marx

Schweden erfreut sich als Reiseziel seit Jahren wachsender Zahlen. Noch immer dominiert hierbei der Naturtourismus. Schwedens Natur und die enormen Weiten unberührter Wildnis sind in dichter besiedelten Teilen Europas und der Welt eine große Attraktion. Nach Lappland kommen Menschen aus allen Teilen der Welt, um die überwältigende Natur und ihre exotischen Phänomene wie Mitternachtssonne, Polarlicht, arktische Kälte und völlige Stille zu erleben. Im Sommerhalbjahr reisen Menschen vorrangig nach Schweden, um die Ruhe und die Abgeschiedenheit in der Natur zu genießen. Der Tourismus, der in Schweden in den letzten Jahren das mit Abstand stärkste Wachstum verzeichnen konnte, ist jedoch der Großstadttourismus. Stockholm hat sich zu einer Weltattraktion entwickelt, die mit ihrer einmaligen Mischung aus Naturschönheit, Kulturerbe und moderner, internationaler Großstadtkultur, mit vielseitigen Ausdrucksmöglichkeiten für Design, Mode, Gastronomie, Musik, Kunst und Unterhaltung Touristen aus aller Welt anlockt. Auch Göteborg, ein Knotenpunkt für die Schifffahrt auf der Nordsee, hat sowohl dem Unterhaltungssuchenden als auch dem Kulturinteressierten viel zu bieten. Malmö als drittgrößte Stadt Schwedens wurde durch den Bau der Öresundbrücke mit der dänischen Hauptstadt Kopenhagen zu einer neuen spannenden Großstadtreion verbunden. Der Tourismus ist längst zu einem relevanten Wirtschaftszweig geworden. In der Wertschöpfungskette gibt es viele Arbeitsplätze: in Marketing und Kommunikation, bei den Reiseveranstaltern und Reisevermittlern, im Transportgewerbe und natürlich vor Ort bei Unterkunft, Verpflegung, Aktiv- und Kulturangeboten. Oft sorgt er gerade dort für Chancen und Impulse, wo andere Wirtschaftszweige sich zurückgezogen haben. Gerade in einem Flächenland wie Schweden ist das von

großer Bedeutung für ländliche Regionen. Die Potentiale des Tourismus will das Land in einer strategischen Kraftanstrengung nun noch stärker nutzen und in den kommenden Jahren die Besucherzahlen überdurchschnittlich steigern.

Verantwortlich für die Vermarktung Schwedens in Deutschland ist das Team von VisitSweden in Hamburg. Wir sprachen mit Deutschlandchef Nils John über die aktuelle Entwicklung:



Nils, gerade war die ITB und die Reisemessensaison geht dem Ende zu. Wie ist die Stimmung, wie läuft es für den Schwedentourismus?

Auf der ITB war wieder mal sehr viel „guter Wille“ für Schweden zu spüren. Wir werden nach wie vor von einer Sympathiewelle getragen, die uns natürlich auch im Tourismus hilft.

Die Übernachtungszahlen aus Deutschland sind wie in den beiden Vorjahren auch in 2015 wieder gestiegen (+4,6%). Dementsprechend gut ist die Stimmung bei unseren Partnerregionen in Schweden.

Profitiert Schweden von der zum Teil kritischen Sicherheitslage in südlichen Ländern?

Auch wenn ich dazu keine VisitSweden Untersuchung habe: Ich denke schon. Schweden wird als sicheres Urlaubsland gesehen, in dem Deutsche sehr willkommen sind, in dem die touristische Infrastruktur funktioniert und indem man (außer vielleicht beim Wetter) keine bösen Überraschungen erlebt. Der auf der ITB präsentierte ADAC Reise-Monitor 2016 bestätigt eine Zunahme der Buchungen der Deutschen in Nordeuropa, sowie in Deutschland und im westlichen Mittelmeer. Das östliche Mittelmeer, Nordafrika, Frankreich, Benelux und Fernreiseziele verlieren.

Im Mai findet ja in Stockholm der Eurovision Songcontest statt. Welche Bedeutung haben generell Events und Großereignisse für die Tourismuswirtschaft?

Der ESC hat natürlich eine touristische Bedeutung – insbesondere für Stockholm. Aber auch ganz Schweden erhält eine perfekte Bühne, sich positiv zu präsentieren. Es gibt bestimmt auch einige Deutsche, die den ESC als Reiseanlass für einen Städtetrip nutzen. Damit ist so ein Ereignis eine perfekte Mischung aus Reiseimpuls und Imageaufbau. Auch das EURORANDO 2016, das größte Wanderevent Europas



Photo: Ola Ericson

in Skåne/Südschweden diesen September, kann diesen Mix bieten: Bis zu 7000 Wanderer aus ganz Europa werden erwarten, die Schweden als Wanderland kennenlernen werden.

Apropos besondere Reiseanlässe: Es gab Zeiten, da gehörten Incentive-Reisen für viele Firmen zum Instrument der Mitarbeitermotivation. Nach der Finanzkrise schien das stark nachzulassen. Wie entwickelt sich eigentlich der Markt für Incentive-Reisen?

Seit drei Jahren bearbeiten wir bei VisitSweden aus organisatorischen Gründen dieses Feld nicht mehr. Daher kann ich zur Entwicklung dieses Marktsegments wenig sagen. Unsere nordischen Nachbarländer haben aber begonnen, Ihre Angebote im Incentivebereich auszubauen. Es fühlt sich so an, als ob da etwas spannendes langsam wieder in Fahrt kommt.

Incentive-Reisen wieder gefragt

Das Konzept klingt einleuchtend: man lädt Mitarbeiter oder gute Kunden zu einer Reise ein. Ein besonderes Ziel, ungewöhnliche Erlebnisse und die Gemeinschaftserfahrung dienen als Belohnung für erreichte Ziele oder und als Motivation für die weitere Zusammenarbeit. Das englische Wort „incentive“ stammt von dem lateinischen Adjektiv „incentivus“: „anregend“, „reizend“ ab – Incentives sind also Anreize, die motivieren. Die Branche war nach einem Boom in den 90er Jahren und ab etwa 2010 in einen Abwärtstrend geraten. Dazu trugen wirtschaftlich schwierige Rahmenbedingungen ebenso bei wie der Skandal um die „Lustreisen“ der Ergo-Versicherungen. Einhergehend mit einer wachsenden Sensibilität für Compliance-Fragen strichen viele Unternehmen die Incentive-Budgets zusammen. Doch Brancheninsider sprechen von seit Jahren stabilen Zahlen und aktuell sogar einer spürbaren Aufwärtsbewegung für Incentive-Reisen.

Dabei lassen sich Trends feststellen: Incentive-Reisen werden immer kürzer (oft handelt es sich um ein Wochenende) und finden immer öfter in Europa als in Übersee und häufiger in Deutschland als im Ausland statt. Die Programme werden gleichzeitig intensiver und beinhalten mehr Meetings, Konferenzen, Weiterbildung und geschäftliche Themen in Verbindung mit Freizeit, Spaß und Sport. Vielfalt, Originalität und die Einbeziehung von Lifestyle-Themen wie Bildung und Ernährung werden immer wichtiger.

Der Winter ist für Incentive besser

„Die Unverwechselbarkeit des Programms spielt eine große Rolle“, erläutert Andrea Kling vom Nordlandveranstalter tuja reisen. „Bei Incentive-Reisen müssen die Teilnehmer etwas geboten bekommen, was sie selbst nicht organisieren könnten. Darum sind bei uns Winterprodukte beim Incentive viel wichtiger als Sommerreisen.“ Ob Hunde-, Rentier- oder Motorgetrieben: Schlittenfahrten durch tief verschneite Landschaften, Übernachtungen in Eishotels, eine Lagerfeuerrunde im samischen Lavvu-Zelt: das sind Erlebnisse, die sich gut in zwei Tage packen lassen und die es so nur im Norden gibt. Ein Wochenende in Nordschweden – das ist natürlich eine logistische Herausforderung. Hier kommen die Charterfluggesellschaften ins Spiel, die entsprechende regelmäßige Flüge z.B. nach Arvidsjaur anbieten und so diese Form von Gruppenreisen erst ermöglichen. „Ohne solche Flugangebote wie etwa die von FlyCar geht es nicht – und umgekehrt erzeugen die Angebote auch die Nachfrage“. „Ein bisschen problematisch ist allerdings das Thema Alkohol“, erläutert Andrea Kling. „In südlichen Ländern ist da eine All-Inclusive-Lösung selbstverständlich – das geht in Schweden überhaupt nicht.“

Schwedenerlebnis nutzt dem Firmenimage

Eine stabilisierte Entwicklung und eine steigende Anzahl von Anfragen konstatiert ebenfalls Burckhard Specht von Nordic Holidays. Auch bei ihm sind die Incentivenachfragen vor gut sechs Jahren merklich zurückgegangen, blieben aber stets ein wichtiger Teil des Geschäfts. Für Nordic Holidays ist ebenfalls das Wintergeschäft von besonderer Bedeutung, und auch hier werden meist Wochenenden etwa von Freitag bis Montag gebucht. Gut 1.800 – 2.000 € pro Teilnehmer lassen sich das die Kunden kosten; bei Gruppengrößen zwischen 10 und 80 Teilnehmern eine interessante Umsatzgröße. Wie andere Spezialisten beliefert Nordic Holidays auch Mittler und Agenturen, die zwar vielleicht über andere Vertriebswege, nicht aber über das erforderliche Know How vor Ort verfügen. Lutz Müller vom Oldenburger Spezialisten skandinavientrips.de verzeichnet eine Nachfrage nach authentischen Natur- und Gemeinschaftserlebnissen. „Gemeinsam im Kajak durch die Schären paddeln und anschließend am Lagerfeuer sitzen – das kann ein Team viel nachhaltiger zusammenbringen als eine Tour, bei der Luxus im Vordergrund steht“, erklärt er. Personaler hätten ihm bestätigt, dass ein solches Erlebnis viel länger nachwirken und tatsächlich Dinge positiv verändern könne als eine rein finanzielle Gratifikation.

Für Firmen mit Schwedenbezug kommt bei Incentive-Reisen nach Schweden natürlich noch ein automatischer Zusatzeffekt hinzu: die Mitarbeiter oder Kunden lernen Schweden auf eine ungewöhnliche und sehr positive Weise kennen und verbinden diese Erlebnisse dauerhaft mit ihrem Kunden oder Arbeitgeber. Ein doppelter Bonus – ganz ohne Mehrkosten.





Foto: Ulf Huett-Misson



Foto: Fredrik Broman

Beispiel Incentive-Reise

Seekajak-Wochenende in Westschweden



Ein Abenteuer-Wochenende in der Natur: Tags im Seekajak durch die Inselwelt Westschweden, abends Geschichten am Lagerfeuer. Draußen sein, aktiv sein und miteinander anpacken – das bringt

frischen Wind ins Team. Preis pro Kopf ca 1.000 €.

Anbieter: skandinavientrips.de

Motorschlitten VIP Tour



Nördlich des Polarkreises bietet nordic holidays eine Motorschlittentour für geschlossene Gruppen an: 4 Tage, inkl. Flug, 3 ÜF VP, 200 km-Tour mit „eigenem“ Schlitten, Guide, alle Nebenkosten, Preis

pro Kopf ab 1.299 € / Person bei 4 Personen.

Anbieter: nordic-holidays.de

Besondere Reisen

8seasons4woman



Der Tourismus lebt von besonderen Angeboten und besonderen Menschen. Menschen wie Johanna Heinrich und Katharina Koch-Hartke. Die ehemalige Buchhändlerin aus München und die ehemalige Zahnarzthelferin aus

Borgholzhausen haben ihr Paradies in Schwedisch Lappland gefunden. Sie leben idyllisch im typisch schwedischen Holzhaus am See, umringt von sagenhafter Natur und unendlicher Weite genießen sie das Leben im Hohen Norden zu allen Jahreszeiten. Ihre Hobbies sind so vielseitig wie die Landschaft in Lappland, ob Wandern, Wildnisabenteuer, Gemüsegarten, Hundeschlittensfahrten oder Schneeschuhtouren, Hauptsache naturnah und ökologisch. Mit unerschöpflicher Begeisterung engagieren sie sich im Tourismus für die Nachhaltigkeit, zeigen Reisenden das Land und die Kultur des Nordens hautnah und authentisch. Sie arrangieren die meisten Reisen selbst, nehmen Gäste mit in die Welt, die sie selbst als Gast kennengelernt haben und vermitteln viele weitere Reisen nach Nordskandinavien.

Johanna und Kathi, wie würdet ihr Schwedisch Lappland beschreiben?

Schwedisch Lappland - authentisch, arktisch, Weite und Freiheit.

Seit wann lebt ihr in Överkalix?

In Mieköjärvi bei Överkalix seit 2012. In Lappland seit 2007.

Ihr bietet u. a. Frauenreisen an. Welche Programme sind da gefragt und wer ist die Zielgruppe?

Die Zielgruppe sind Frauen, die in kleinen Gruppen mit anderen Frauen naturnahe Reisen erleben möchten.

Besonders gefragt sind Aktivreisen: Wandern auf den Lofoten, Hundeschlittenreise in Schwedisch Lappland, Skitouren in die Wildnis. Silvester am Polarkreis, aber auch ruhige Reisen mit großem Entspannungsfaktor: Mittsommer im Tornetal, Ruska - Herbst in Lappland mit Beerenpflücken.

Wie wollt Ihr Euer Programm weiter entwickeln?

Wir werden mehr Programme in den schwedischen Bergen anbieten im Winter, nahe Laponia, dem Weltnaturerbe! Natur, Bewegung, traumhafte Unterkunft mit gutem Wohnstandard. Norwegen werden wir weiter ausbauen: Wandern - Lofoten, Vesteralen und Tromsö, sowie Rondane und Jotunheimen und Skilanglauf im Rondane Nationalpark.

ZOOM – der besondere Augen-Blick in Schweden aktuell





Blubbert da was?

Ja richtig, rund um das Bauschiff „Pacific Orca“ steigen Ringe aus Luftblasen auf. Dieser so genannte „Blasenschleier“ sorgt dafür, dass der Lärmpegel bei der Errichtung der Stahlfundamente für den Offshore-Windpark Sandbank 90 Kilometer vor der Insel Sylt mitten in der deutschen Nordsee möglichst gering gehalten wird. Ab Sommer 2016 werden auf den „Füßen aus Stahl“ dann die riesigen Windenergieanlagen errichtet. Sandbank ist bereits der zweite große Offshore-Windpark, den Vattenfall in Deutschland baut und betreibt. Anfang 2017 soll er komplett in Betrieb gehen und so viel Windstrom produzieren wie rund 400.000 durchschnittliche Haushalte pro Jahr benötigen.
www.vattenfall.de



ZONISTA – Destination Travel Experts: Die Skandinavien-Kenner

Zonista entwickelt Reisen in ganz Skandinavien für Firmen und Reiseveranstalter. Hier kann man also komplette Reisepakete buchen – für den eigenen Bedarf oder für den Weiterverkauf an Endkunden.

Die Zonista GmbH pflegt persönliche Kontakte in allen Regionen Skandinaviens. So können die besten Charterflüge und die schönsten Hotels für die Kunden kombiniert werden, Preisvorteile garantiert. Die Repräsentanz vor Ort garantiert einen hohen Standard sowie ständige Qualitätskontrollen. Kontinuierlich produziert das Team neue Reiseideen für die Destination Skandinavien. Einen Teil der Reisen bietet Zonista mit garantierter Durchführung an. Für Gruppenreisen besteht somit eine hohe Sicherheit beim Einstieg in die Destination. Der Vorteil: Die Veranstalter können ihren Kunden mit diesem Angebot z.B. eine wöchentliche Terminserie anbieten, ohne dabei eine Mindestteilnehmerzahl beachten zu müssen.

Herr Becker, herzlich willkommen an die Zonista GmbH als neues Mitglied der Schwedischen Handelskammer! Was ist Ihr Business?

Unser Business ist die Entwicklung, der Aufbau und die Vermarktung von Paketreisen mit Charterflügen aus Deutschland nach Schweden. Unsere Kunden sind in erster Linie Unternehmen und Reiseanbieter in ganz Deutschland.

Was verbindet Sie persönlich mit Schweden?

Seit 1992 bin ich Schweden sehr verbunden und kenne das großartige Land von Malmö bis Kiruna. Meine 18-jährige Tochter lebt in Växjö/Småland.

In dieser Ausgabe schreiben wir über besondere Reiseanlässe nach Schweden. Dazu gehören z.B. Incentive-Reisen, von Firmen für Mitarbeiter oder Kunden durchgeführt. Wie entwickelt sich dieses Feld und sind Sie hier auch aktiv?

In unserem Entwicklungs-Portfolio arbeiten wir derzeit ein neues Incentive-Programm für Unternehmen und deren Mitarbeiter oder Kunden aus. In Verbindung mit den Industrieflügen in den Wintermonaten nach Arvidsjaur in Schwedisch Lapland bieten wir im nächsten Winter spannende Pakete mit interessanten Erlebnissen (z.B. Motorschlitten, Hundeschlitten, Eisbrecher, Eishotel, u.v.m.) an. Im Zeitraum Mai bis September wird es ein abwechslungsreiches Paket für Stockholm und den Schären geben.

Haben Sie aktuell ein Reiseprodukt, das Sie besonders einzigartig und spannend finden?

Derzeit bieten wir mit dem Produkt „Stippvisite zum Polarkreis“ eine einzigartige Erlebnisreise nach Jokkmokk in die atemberaubende Welt der Polarlichter und in die Heimat der Sámi an.

Wie könnten die Mitgliedsfirmen der Kammer mit Ihnen zusammenarbeiten?

Wir bieten den Mitgliedern die komplette Konzeptentwicklung einer eigenen Incentive-Reise bis hin zur Abwicklung mit „Rundum Sorglos-Service“.



Alfred Becker
Geschäftsführer der Zonista GmbH –
Destination Travel Experts
Hamburger Str. 1
D-41540 Dormagen
E-Mail: Alfred.Becker@zonista.de
Telefon: 02133 – 287 28 30

ZONISTA
Destination Travel Experts

„Zur Schule in Deutschland und zum Studieren nach Schweden“

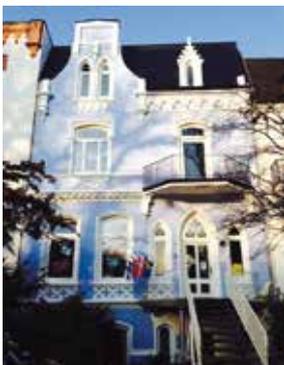
– Geht das so einfach?

Viele schwedische Expats möchten, dass ihre Kinder nach dem Schulabschluss in Deutschland in der Lage sind, in Schweden studieren zu können. Was ist zu beachten, damit dies auch klappt?

Deutsches Abitur – Das deutsche Abitur wird in Schweden grundsätzlich anerkannt. Für ein Vollstudium muss jedoch die grundlegende Qualifikation *grundläggande behörighet* vorhanden sein. Hierzu müssen gute Kenntnisse der schwedischen Sprache nachgewiesen werden. Diese guten Kenntnisse müssen durch die Sprachprüfung TISUS belegt werden. Weiter wird ein Sprachnachweis der englischen Sprache verlangt. Seit dem 1. Januar 2010 müssen auch besondere Kenntnisse im Fach Mathematik nachgewiesen werden. Neben der *grundläggande behörighet* ist abhängig vom gewählten Studienfach auch eine besondere Qualifikation *särskild behörighet* zu erfüllen. Abhängig vom gewählten Studienfach sind erhöhte Kenntnisse in anderen Schulfächern nachzuweisen.

Abschluss von einer Internationalen Schule - Viele Kinder schwedischer Expats besuchen in Deutschland internationale Schulen. Das International Baccalaureate Diploma (IB) wird in Schweden grundsätzlich ebenfalls anerkannt. Die *grundläggande behörighet* verlangt neben guten Kenntnissen der schwedischen Sprache und fortgeschrittenen Mathe-Kenntnissen auch, dass bestimmte Fächer in der Internationalen Schule gewählt wurden. Wie beim deutschen Abitur, muss auch die *särskild behörighet* gegeben sein, abhängig vom gewählten Studienfach.

Schwedisches Abitur in Deutschland erwerben? In Berlin und in Hamburg gibt es vom Schwedischen Schulministerium anerkannte Auslandsschulen. Die „Svenska Skolan i Berlin“ und die „Skandinaviska Skolan i Hamburg“ bieten regulären schwedischen Vorschulunterricht und regulären schwedischen Unterricht in den Klassenstufen 2-6 an. In Zusammenarbeit mit „Sofia Distansundervisning“ („Högstadiet“) und „Värmdö Gymnasiet“ (Gymnasium) ist es im Rahmen eines Fernunterrichts (begleitet durch Lehrer der Schule) an diesen Schulen auch möglich, das schwedische Abitur abzulegen. Der Kontakt zu weiteren Lehrern und anderen Schülern in aller Welt entsteht durch die digitale Vernetzung.



Schwedische Schule in Hamburg

Ergänzender Schwedischunterricht

Gehen die Kinder in deutsche Schulen oder auf eine Internationale Schule erhalten sie Unterstützung durch die „Svenska Skolan i Berlin“ und die „Skandinaviska Skolan i Hamburg“ sowie diverse schwedische Schulvereine, die ergänzenden Schwedischunterricht anbieten. Wenn die Kenntnisse in der schwedischen Sprache nicht ausreichend sind oder ein Studium in der englischen Sprache bevorzugt wird, bieten schwedische Hochschulen und Universitäten auch eine Vielzahl von Bachelor- und Masterstudiengängen in englischer Sprache an.



Dr. Staffan J. Wegdell

Rechtsanwalt in der Kanzlei Bryan Cave LLP. Er ist der Vorsitzende des Schwedischen Clubs in Hamburg, der Träger der „Skandinaviska Skolan i Hamburg“. Außerdem war er über 10 Jahre im Vorstand der Internationalen Schule Hamburg e.V. tätig.

In unserer Rubrik „Kammerkompetenz“ schreiben Mitglieder der Beratergruppen über aktuelle Fragen aus Wirtschaft und Recht.

... Hamburg

Schon die geographische Nähe macht Hamburg traditionell zu einer ersten Wahl, wenn es um die Standortentscheidung für schwedische Unternehmen in Deutschland geht. In unserer Serie mit Blick auf die schwedische Präsenz in wichtigen Wirtschaftsregionen in Deutschland richten wir den Blick auf die Hansestadt und die umgebende Metropolregion.

Schwedische Handelskonzerne starten in Hamburg

In direkter Nachbarschaft gelegen, besteht seit jeher eine enge Beziehung zwischen der Hansestadt und Skandinavien. Hier nimmt insbesondere Schweden einen hohen Stellenwert ein: Allein in Hamburg sind an die 1000 Unternehmen am Außenhandel mit Schweden beteiligt. Aus dieser wirtschaftlichen Verbindung geht das Interesse zahlreicher schwedischer Unternehmen am Standort Hamburg hervor. Hier sind z. B. die Unternehmenszentralen von Alfa Laval, H&M und Vattenfall. Die Hamburger Firma Globetrotter wurde vom schwedischen Fjällräven übernommen. Besonders schwedische Handelskonzerne starten gern ihre Deutschlandaktivitäten in Hamburg, was an der geographischen Nähe, aber auch an der deutschlandweit höchsten Kaufkraft der Hamburger liegen mag: Zuletzt siedelte der schwedische Lifestyle-Konzern Clas Ohlson seine deutsche Zentrale an der Elbe an und will 2016 drei Filialen eröffnen. Der Sportartikelanbieter Stadium startete 2014 in Hamburg und eröffnete soeben sein drittes Geschäft. "Hamburg ähnelt den nordischen Märkten in Bezug auf Logistik, Klima sowie Sport- und Modeinteressen", sagt Stadium-Vorstandschef Gustaf Öhrn. Deshalb habe sich das Unternehmen bewusst für die Hansestadt als Standort entschieden. Die Hamburger gelten als innovativ und trendbewusst, was dem Profil vieler schwedischer Unternehmen entspricht. H&M ist mit 16 Läden einer der größten Filialisten der Stadt, IKEA betreibt in Altona seine einzige Filiale in einer Fußgängerzone. Aber auch kleinere Händler machen Geschäfte an Alster und Elbe. Damenmode gibt es bei Gudrun Sjödén an der Adolfsbrücke, handgebaute Betten von Hästens in Blankenese und in der HafenCity. Wer Farben, Perlen oder Modelliermasse sucht, kann einen der vier Hamburger Bastelläden von Panduro aufsuchen. 2014 kam die Hemdenmarke Stenströms hinzu; in der Kaisergalerie eröffnete der Hoflieferant des schwedischen Königshauses seinen Flagshipstore in Deutschland. "Wir sind sehr zufrieden mit dem Zuspruch der Kunden", sagt Inhaber Anders Bengtsson. "Stenström ist eine gute Marke für Hamburg." Drei Wochen nach Stenströms machte Indiska sein Geschäft in der Hamburger Meile auf.

Der Shop war der erste außerhalb Skandinaviens und der hundertste des 115 Jahre alten Unternehmens. Indiska stellt Modeartikel und Accessoires her. Ihren zweiten Laden in der Bundesrepublik nach Köln eröffnete im März die Einrichtungskette Granit. Sogar ein Fachgeschäft für traditionelles schwedisches Interieur fehlt nicht: Astrid Reinerts „Gustavia“ in der Barnerstraße ist ein Mekka nicht nur für Antiquitätenfans. Insgesamt gibt es 80 schwedische Firmen direkt in Hamburg.

Schwedens südlichste Stadt

Wohl in keiner anderen Stadt in Deutschland lässt es sich so schwedisch leben. Ob beim Shopping, beim Lunch im „Karlsons“ (Alter Steinweg 10) oder bei „Frau Larsson“ (Peter-Marquard-Straße 13) oder beim Übernachten im Scandic Hamburg Emporio. Wer schwedische Angebote in Hamburg auflistet, gerät ins Staunen: vier Cafés gibt es, vier Fachgeschäfte für Interieur und Lifestyle und sieben Modeläden. Aber auch Freunde schwedischer Kachelöfen oder Badarmaturen, Haushaltswaren oder gar schwedischen Tierfutters finden hier, was sie suchen – selbst eine Tierklinik. Ein (skandinavischer) Kindergarten, eine Tanzschule und auch ein Spa und Fitnessstudio bieten Hilfe in fast allen Lebenslagen. Und last but not least – eine schwedische Single Malt Whisky Destillerie. Very swedish, diese Hamburger.

Ein echtes Herzstück des schwedischen Lebens ist die schwedische Gemeinde, die schon 1883 als Seemannskirche gegründet wurde. Sie hat 670 Mitglieder in und um Hamburg, viele sind sehr engagiert dabei. Neben den sonntäglichen Gottesdiensten in der Gustaf-Adolfs-Kirche gibt es Hochzeiten und Taufen, einen Frühlings- und einen Weihnachtsbasar, Chöre, Lesekreise, Handarbeitsgruppen und ein eigenes Café. Natürlich werden hier auch alle schwedischen Festtage gefeiert. Im jüngst renovierten Gebäude befindet sich auch das schwedische Honorarkonsulat und ein Showroom mit Möbeln der JohansonDesign AB. Auch die schwedische Schule ist ein großes Plus für den „Schwedenstandort“ Hamburg. Die Kinder, die nicht nur aus Schweden stammen, lernen in einer gemütlichen Stadtvilla in Harvestehude. Direkt nebenan liegt der Innocentiapark, der von den Schülern auch ausgiebig genutzt wird. Die Schule folgt dem schwedischen Lehrplan und auch die Ferienzeiten sind die gleichen wie in Schweden. Unterrichtet werden Kinder im Alter von 5 bis 12 Jahren, aufgeteilt in Vorschul- und Grundschulklassen. Für Kinder, die bereits eine weiterführende Schule besuchen, wird Fernunterricht angeboten.



Café Karlsons



Gustaf-Adolf-Kirche

Auf eine über 100jährige Tradition blickt auch der „Svenska Klubben“ zurück, dessen Aktivitäten eng mit denen der Gemeinde und der Schule verknüpft sind. Natürlich ist auch die Schwedische Handelskammer in Hamburg vertreten. Die Regionalgruppe Nord ist sehr aktiv und organisiert regelmäßige Netzwerktreffen und Events. Nicht zu unterschätzen ist jedoch auch die „Schweden-Affinität“ der Hamburger, die aufgrund der räumlichen Nähe Schweden als Reiseland lieben oder sich vielleicht sogar den Traum eines eigenen kleinen „Schweden-Häuschens“ erfüllt haben. „Das positive Image, das Schweden in Hamburg genießt macht sich jetzt auch eine Initiative schwedischer Einzelhändler zunutze, indem sie sich unter dem Begriff „Schweden in Hamburg“ einen „Guide“ zu schwedischen Läden

erstellen, Aktionstage zu ausgewählten schwedischen Feiertagen veranstalten oder eventuell auch einen Swedish Day planen“, so Uta Schulz, SveTys, Impulsgeberin der Initiative. „Ziel ist, die deutsch-schwedische Freundschaft zu stärken sowie Facetten schwedischen Lebensstils und der schwedischen Kultur zu pflegen und möglichst vielen Hamburgern möglichst unkompliziert zugänglich zu machen.“ Schweden lebt in Hamburg - und wird nicht ganz von ungefähr manchmal auch „südlichste Stadt Schwedens“ genannt. Wenn man sich als Schwede in Hamburg nicht zu Hause fühlen sollte, dann kann das also höchstens an der geringen Zahl falunroter Sommerhäuser liegen...

Wirtschaftszentrum des Nordens

Die Freie und Hansestadt Hamburg ist als Stadtstaat eine Kommune und zugleich ein Land der Bundesrepublik Deutschland. Hamburg ist mit 1,77 Millionen Einwohnern die zweitgrößte Stadt Deutschlands. Die Stadt bildet das Zentrum der fünf Millionen Einwohner zählenden Metropolregion Hamburg. Der Hamburger Hafen ist der größte Seehafen Deutschlands und gehört zu den zwanzig größten Containerhäfen weltweit. Die gesamte Hansestadt ist einer der bedeutendsten Logistikstandorte in Europa. Sie ist zudem wirtschaftlich und wissenschaftlich im Bereich der Spitzentechnologien wie der Luft- und Raumfahrttechnik (drittgrößter Standort weltweit), den Biowissenschaften und der Informationstechnik, für die Konsumgüterbranche (u. a. DAX-Unternehmen Beiersdorf AG und Unilever), sowie für die Medienlandschaft und die Kreativwirtschaft bedeutend.

Fakten (Metropolregion):

Fläche: 755 km² (26.078 km²)
 Bevölkerung: 1.770.162 (5.012.255)
 BIP: 103 Mrd Euro, Schweden: 430 Mrd Euro
 BIP je Einwohner: 55.772 €
 Bevölkerungsdichte pro km²: 2.331 (Schweden: 21)
 Import von Produkten aus Schweden (Warenwert): 848 Mio. Euro
 Export von Produkten aus Hamburg nach Schweden (Warenwert): 530 Mio. Euro
 Beteiligung Hamburger Firmen am Außenhandel mit Schweden (Anzahl): 986
 Schwedische Besucher in Hamburg pro Jahr (Anzahl): Rund 60.000

Erster Bürgermeister:

Erster Bürgermeister: Olaf Scholz (SPD)

Schwedische Unternehmen (Auswahl):

Alfa Laval, H&M, Stadium, TePe, Vattenfall



Servicepartner für Unternehmen:

Die Hamburgische Gesellschaft für Wirtschaftsförderung

Die HWF Hamburgische Gesellschaft für Wirtschaftsförderung ist die One Stop Agency für Investitionen aus dem In- und Ausland in Hamburg sowie zentraler Partner der Hamburger Wirtschaft zu allen Themen der Wirtschaftsförderung. Mit dem Service der „Mittelstandslotsin“ hilft die HWF besonders kleinen und mittleren Unternehmen. Sie wirbt international und national für den Wirtschaftsstandort Hamburg. Seit mehr als 30 Jahren ist die HWF im Auftrag der Stadt aktiv. Rund 60.000 Arbeitsplätze haben die von ihr unterstützten Unternehmen seitdem neu geschaffen und mehr als 200.000 konnten gesichert werden.

Für Unternehmen, die sich neu in Hamburg ansiedeln wollen oder expandierende Hamburger Firmen, bietet die HWF einen umfassenden kostenlosen Service und vermittelt, wo erforderlich, Kontakt zu Partnern im Netzwerk der Hamburger Wirtschaftsförderung sowie externen Spezialisten.

STARHUB für innovative Technologie- und Medienunternehmen

Für Unternehmen mit digitalen Geschäftsmodellen bietet die Hamburger Wirtschaftsförderung mit dem „StartHub“ nextMedia eine eigene Anlaufstelle. Durch die Verbindung der Startup Szene mit der etablierten Medienlandschaft soll der StartHub den digitalen Transformationsprozess der Contentindustrie aktiv begleiten und so Hamburgs Vorreiterrolle als innovativer Medienstandort stärken. Besonders interessant finden die Hamburger die StartUps in Stockholm oder Malmö, die in einem



zweiten Schritt zusätzliche Aktivitäten in Deutschland starten wollen.

www.nextmedia-hamburg.de

Dr. Rolf Strittmatter

Geschäftsführer

HWF Hamburgische Gesellschaft für

Wirtschaftsförderung mbH

www.hwf-hamburg.de

Hamburg wirbt in Schweden

„Hamburg on Tour“ im September in Göteborg

Rund 12,6 Millionen touristische Übernachtungen zählte Hamburg im letzten Jahr. Davon sind nach Aussage von Michel Molenda vom Hamburg Convention Bureau rund 2,5 Millionen Übernachtungen direkt auf den MICE-Bereich zurückzuführen – also den Teil des Geschäftstourismus, der durch Meetings, Incentives, Conventions und Events generiert wird. Insgesamt werde allein durch Übernachtungen, die durch Tagungen und Kongresse in Hamburg seien, eine potentielle Wertschöpfung von rund 588 Millionen Euro generiert. Die profitierenden Branchen sind das Gastgewerbe, der Kultur- und Freizeitsektor sowie der Einzelhandel. Ein erheblicher Wirtschaftsfaktor also, für den sich die Stadt auch beim Marketing ins Zeug legt. Wir fragten Herrn Molenda:

Sprechen Sie auch gezielt den schwedischen Markt an?

Der schwedische Markt ist gemeinsam mit Dänemark (gebündelt unter dem Begriff Skandinavien) ein ausgemachter Zielmarkt des HCB. Laut unserer jährlich durchgeführten Kongress- und Tagungsmarktstudie rangiert der skandinavische Markt auf Platz zwei knapp hinter Großbritannien. Der Markt wird aktiv bearbeitet sowohl in unserem Geschäftsbereich Conventions (b2b), u.a. durch Kunden Events in Stockholm als auch in unserem Geschäftsbereich Eventmarketing (b2c) und das

Live-Kommunikations-Event „Hamburg on Tour“. Einmal im Jahr packt das HCB den vielleicht größten Koffer der Hansestadt und reist mit dem ideenreichen Format „Hamburg on Tour“ in eine internationale Metropole, um sich dort vor großem Publikum zu präsentieren. Nach Stationen in Wien (2014) und Kopenhagen (2015) präsentiert sich Hamburg in diesem Jahr vom 8. bis zum 10. September mit dem Event in Göteborg. An den drei Veranstaltungstagen bietet Hamburg on Tour außergewöhnliche Inszenierungen und Interaktionen, die mit Hamburg-typischen Impressionen internationale Medien, möglichst viele Zuschauer aus dem Zielmarkt, potenzielle Besucher der Hansestadt sowie Multiplikatoren begeistern. Stets dabei: die bunte und kulturelle Vielfalt der Metropolregion Hamburg sowie viele Hamburger Partnerunternehmen und -institutionen aus den Bereichen Kultur und Wirtschaft. Abgerundet wird das Event mit einem Multiplikatorenabend am 8. September.

<http://hamburg-on-tour.com>



JCC-Brancheneinblick: Tourismus und MICE

„Ohne ausgeprägte Service-Mentalität ist man falsch in der Tourismusbranche“

Helena Videtic, Leiterin Switzerland Convention & Incentive Bureau c/o Schweiz Tourismus

**Müssen alle in der Tourismusbranche erst mal als Reiseleiterin auf einer Kaffeefahrt anfangen?**

Nein, man darf von Anfang an spannende Sachen machen. Ich habe schon in meiner Ausbildung zur Reiseverkehrskauffrau verschiedene Abteilungen eines großen Reiseveranstalters durchlaufen, u.a. war ich in der Abteilung „Special Services“: da ging es darum, z.B. Reisen für allein reisende Kinder zu organisieren oder einem Rollstuhlfahrer eine möglichst barrierefreie Reise zu ermöglichen. Das ist komplizierter, als man es sich vorstellt und es gilt dann, dass alle Akteure Hand in Hand arbeiten. Im Tourismus und

MICE-Segment ist es wichtig, dass man eine ausgeprägte Service- und Hands-on-Mentalität mitbringt. Man muss Menschen und den Kontakt mit ihnen lieben. Das „Dienstleistungsgen“ hat man, diese Eigenschaft kann man nicht lernen. Wenn die Leidenschaft fehlt, ist man in der Branche komplett falsch. Der Wortstamm von „Dienstleistung“ erklärt eigentlich, um was es im Tourismus letzten Endes geht: dienen und leisten.

Weltweit gesehen, welche Stadt ist dein persönlicher Geheimtipp für MICE?

Ich empfehle natürlich immer gern meine Heimat Zürich und die Schweiz im Generellen. Die Schweiz hat viele kleinere Städte, was für Meetings, Events und Conventions perfekt ist, da man kurze Wege hat und auch Veranstaltungen in mehreren Städten leicht miteinander verbinden kann, die politische und wirtschaftliche Lage ist stabil und die Infrastruktur auf allerhöchstem Niveau. Aber natürlich gibt es auch in Stockholm, meiner „zweiten“ Heimat, sehr viele spannende und außergewöhnliche Locations. Grundsätzlich hat man in der schwedischen Hauptstadt gute und vor allem natürliche Voraussetzungen und Ressourcen. Zum Beispiel gibt es unter dem Sitz von Atlas Copco in Nacka einen Stollen, in dem normalerweise Maschinen

getestet werden. Zwanzig Meter unter Stockholm kann man aber auch inszenierte Veranstaltungen organisieren und erleben.

Was ist die seltsamste Frage, die dir von einem Kunden je gestellt wurde?

Als ich im Luxushotelsegment gearbeitet habe, erkundigte sich einmal ein Pärchen im Vorfeld der Reise nach den Farben der Liegestühle und Handtücher im Hotel. Sie wollten ihre Badekleidung entsprechend farblich abstimmen. Grundsätzlich bin ich aber der Meinung, dass es keine „seltsamen“ Fragen und Anliegen im Tourismus und im Veranstaltungsbereich gibt - im Prinzip muss alles möglich sein, sofern keine rechtlichen Gegebenheiten verletzt werden. Wir arbeiten schließlich mit und für Träume.



Im Museum Artipelag im Stockholmer Schären-garten wird der Veranstaltungsort selbst zum Erlebnis

Save the Date

Der Junior Chamber Club feiert 15 Jahre als Netzwerk für Young Professionals

Wir laden euch herzlich ein zum

JUBILÄUMSEVENT

mit frischer Inspiration, einem ausgelassenen Fest, spannende Businesskontakten und einem JCC-Zukunftsworkshop.

Freitag 9. und Samstag 10. September 2016 in Düsseldorf

Eine detaillierte Einladung folgt. Mehr Informationen laufend auf schwedenkammer.de



**JUBILÄUM
15 JAHRE
2001 - 2016**

JCC JUNIOR
CHAMBER CLUB

Mit Sandvik ist überall zu rechnen

JCC Düsseldorf beim Unternehmensbesuch

Nutzen Sie Rasierklingen, telefonieren Sie mit den neuen iPhone, haben Sie Ihre Kinder gewickelt oder sind Sie schon mal durch den Ärmelkanal nach England gefahren? Dann sind Sie schon mit Sandvik in Berührung gekommen. Dass mit dem Weltmarktführer für Schneidwerkzeuge in der metallzerspanenden Industrie überall zu rechnen ist, erklärten Kenneth Sundberg und Karl Thelen anschaulich beim Unternehmensbesuch des Junior Chamber Clubs Düsseldorf.

Sandvik beschäftigt in Deutschland 4000 Mitarbeiter und ist besonders im Fahrzeugbau, Bergbau, Energiesektor und der Bautechnik stark vertreten. Das Fördermitglied der Schwedischen Handelskammer wurde im schwedischen Sandviken im Jahr 1862 gegründet – von einem „sehr sturen Ingenieur“, wie Geschäftsführer Kenneth Sundberg schmunzelnd erzählte. Göran Fredrik Göransson gründete sein Unternehmen mit der Vision, den besten Stahl der Welt zu produzieren. Der Gründer brachte dem Ort Sandvik Wohlstand und Infrastruktur. Sandvik hat in

den letzten 15 Jahren zwei Schulen in Schweden gegründet, um Kompetenz für die Zukunft zu sichern. Das Ziel: Die Hälfte aller Schüler soll später im Unternehmen tätig werden. Der Plan ging auf und heute wird jeder zweite Schüler Sandvik-Mitarbeiter. In Deutschland liefert Sandvik unter anderem besonders der Automobilindustrie zu. „Mit Sandvik-Wendeplatten werden Autoteile von Daimler und Volkswagen gedreht und gefräst“, erklärte Karl Thelen im Coromant Center, dem Vorführzentrum, in dem er jährlich 133 Fortbildungen durchführt. Hier durften die JCCler die Werkzeuge anfassen, die Motorengehäuse fräsen, das iPhone fräsen und Zahnräder für die Windkraftgetriebe generieren und wussten danach sicher: an Sandvik kommt man auch im Alltagsleben kaum vorbei.



Fotos: Florian Bumbales

Kenneth Sundberg und Karl Thelen begrüßten die JCCler beim Sandvik-Besuch, der mit einem Networking-Empfang begann

Erstes Swedish Business Breakfast

Berlin versammelt unterschiedliche Branchen



Frühstücken in bester Gesellschaft: Beim Auftakt zur neuen Veranstaltungsreihe Swedish Business Breakfast Berlin fanden sich Vertreter aus Pharmaindustrie, Medien, Personalwesen, Rechtsberatung und Mode zusammen, um sich in ungezwungener Atmosphäre auszutauschen. Im Berlin Capital Club im Hilton Hotel diskutierten die Teilnehmer das positive Image schwedischer Unternehmen, das allen Gästen in ihrer Arbeit begegnet. Wie verschiedene Firmen das gute Schwedenbild nutzen, um sich auf dem deutschen Markt zu etablieren, war besonders interessant für die Frühstücksteilnehmer. Das nächste Swedish Business Breakfast Berlin, bei dem SHK-Vizepräsidentin Dr. Maria Wolleh einen kleinen Einblick in die Vorstandsarbeit der Kammer gibt, findet am Mittwoch, 13. April zwischen 9.00 – 10.30 Uhr statt.

Da die Anzahl der Plätze begrenzt ist und die Auftaktveranstaltung schnell ausgebucht war, empfiehlt sich eine rechtzeitige Anmeldung auf schwedenkammer.de.

Arbeitsplatz als Motor der Integration

Nordic Talking in Frankfurt mit Mehmet Daimagüler

Jurastudium, Harvard-Universität, Buchautor, Anwalt der Nebenklage im NSU-Prozess: Mehmet Daimagüler hat eine beeindruckende Karriere gemacht. Der Sohn türkischer Arbeitsmigranten gilt als Musterbeispiel der Integration. Im Februar war er beim Frankfurter Nordic Talking zu Gast und sprach über die Rolle der Wirtschaft in der Integrationsfrage. „Der Arbeitsplatz ist der Motor der Integration“, stellte Daimagüler fest. „Hier entstehen die sozialen Bindungen zwischen Einheimischen und Zuwanderern“. Jede Regel, die verhindere, dass Migranten nicht am Arbeitsleben teilnehmen könnten, behindere eine gelingende Integration. Daimagüler regte dazu an, Zuwanderer stärker als Chance zu sehen: „Wenn jemand es schafft, sich in Afrika genug Geld zu beschaffen und dann den langen, beschwerlichen Weg nach Europa bewältigt, deutet das darauf hin, dass ihm unternehmerisches Denken naheliegt und er Engagement mitbringt“.



Kunst schafft Wasser

Scandic eröffnet neue ART Rooms Vernissage in Hamburg



Kann ein Hotelzimmer Kunst sein? Im Scandic Hamburg Emporio schon! Unser Mitgliedsunternehmen präsentierte im Februar seine neuen ART Rooms und lud zur Vernissage ein. „Wasser“ als stilgebendes Designthema zieht sich seit Eröffnung 2012 durch die gesamte Gestaltung des Hotels. Auf der siebten Etage gibt es nun 14 Zimmer, in denen 14 Künstler das Thema Wasser interpretieren. Insgesamt 130 Quadratmeter wurden zu einer einzigartigen Ausstellung gestaltet. Zusammen mit der gemeinnützigen Organisation Viva con Agua de Sankt Pauli e.V. unterstützt das Scandic Hamburg Emporio mit den ART Rooms Trinkwasserprojekte in Entwicklungsländern.



... makes companies better!



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

Willkommen in Köln!

JAHRESMITGLIEDERVERSAMMLUNG – ZUKUNFTSTAG – BUSINESS DINNER - GOLF

Nach dem Erfolg des ersten **SHK-Zukunftstags** im vergangenen Jahr lädt die Handelskammer im Juni erneut zu einem Tag mit interessanten Referaten aus der Praxis, Workshops und Networking-Möglichkeiten. Das Thema des Zukunftstags 2016 steht unter dem Jahresmotto „**Integration in der Wirtschaft**“.

Wird die Chance, die Zugewanderten in die Gesellschaft und Wirtschaft zu integrieren, ausreichend wahrgenommen? Welche Modelle zur Einbindung neuer Arbeitnehmer funktionieren und wo gibt es Nachbesserungsbedarf? Welche Rolle spielen Arbeitgeber und Verbände bei dieser historischen Herausforderung? Das politisch viel diskutierte Thema wird mit best practice Beispielen aus deutschen und schwedischen Unternehmen (u.a. Swedbank und Ericsson (*angefragt*)) beleuchtet und von den Teilnehmenden aktiv diskutiert.

Die **Mitgliederversammlung** wird von Volvo in seine Räumlichkeiten am Rhein eingeladen. Im Anschluss findet das jährliche **Business Dinner** in der Wolkenburg in Anwesenheit des schwedischen Botschafters Lars Danielsson und des Ministers für Bundesangelegenheiten, Europa und Medien des Landes Nordrhein-Westfalen und Chef der Staatskanzlei des Landes Nordrhein-Westfalen, Franz-Josef Lersch-Mense, statt. Nutzen Sie die zahlreichen Möglichkeiten für Networking und Gespräche mit Mitgliedern und Nicht-Mitgliedern! Der Ausklang unseres Sommerauftritts bildet das **Golfturnier** bei dem attraktive Preise winken.

Wir freuen uns auf ein Wiedersehen mit Ihnen in Köln!



// SHK-ZUKUNFTSTAG: INTEGRATION IN DER WIRTSCHAFT

Mit Praxisbeispielen und Impulsreferaten; mit Workshops, Podiumsdiskussion und vielen Gelegenheiten für Austausch und Diskussion.

WANN DONNERSTAG 2. JUNI 2016 // 10.00 UHR

WO LINDNER HOTEL CITY PLAZA

// JAHRESMITGLIEDERVERSAMMLUNG 2016 BEI VOLVO

Treffen Sie andere aus Vorstand, Präsidium und Mitgliederkreis und bringen Sie sich in Sachen Handelskammer auf den neuesten Stand!

WANN FREITAG 3. JUNI 2016 // 14.00 UHR

WO VOLVO CARS GERMANY // SIEGBURGER STRASSE 229 // KÖLN

// EMPFANG + BUSINESS DINNER

Botschafter Lars Danielsson, Minister Franz-Josef Lersch-Mense sowie Mitglieder der Schwedischen Handelskammer und andere Akteure der deutsch-schwedischen Wirtschaft kommen zu

einem Dinner in angenehmer Atmosphäre zusammen.

WANN FREITAG 3. JUNI 2016 // 18.00 UHR

WO WOLKENBURG // KÖLN

// SOMMERLICHES GOLFTURNIER

Körperliche Ertüchtigung und nette Kontakte – genau der richtige Abschluss für so veranstaltungsreiche Tage. Noch dazu winken attraktive Preise!

WANN SAMSTAG 4. JUNI 2016 // 10.00 UHR (REGISTRIERUNG ab 9.00 UHR)

WO GOLF & COUNTRY CLUB VELDERHOF // ZUM VELDERHOF // 50259 PULHEIM-STOMMELN

Alle Informationen und Anmeldemöglichkeiten finden Sie auf www.schwedenkammer.de. Die Dokumente für die Mitgliederversammlung werden den Mitgliedern an die letzte bekannte Mailadresse verschickt. Sie haben nichts erhalten? Melden Sie sich gerne in der Geschäftsstelle unter +49 211 86 20 20 0 oder info@schwedenkammer.de.

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:

Ulf Huett-Nilsson/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 2016

7. April 2016

Frankfurt am Main:
Nordic Talking mit Ikano
Bank „Einfach. Anders.
Ikano Bank.“

13. April 2016

Berlin: Swedish Business
Breakfast



14. April 2016

JCC Hamburg Afterwork



19. April 2016

Köln: Business Break-
fast bei Kinnarps



21. April 2016

JCC Köln: After Work



21. April 2016

Berlin: Nordic Property
Event

11. Mai 2016

Berlin: Swedish Business
Breakfast

24. Mai 2016

Hamburg: Activity Based
Workspace – Das Büro als
Bewegungsraum

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



Jessica Stråät

Regionalgruppen, Mitgliederangelegenheiten
und Projektmanagement
Telefon: +49-(0)211-862020-17
E-Mail: straat@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 3/16.: **Büro-IT/Neue Arbeitsformen**, Schweden in Baden-Württemberg, Das Königshaus. Anzeigenschluss ist der **18.05.2016**. Die Mediadaten mit Anzeigenpreisen und Terminen für 2016 finden Sie unter www.schwedenkammer.de. Reservieren Sie jetzt Ihre Anzeigen unter 02054-9 38 54 17 oder schwedenkammer@nordis.biz.

SAS PLUS: FLEXIBEL UND KOMFORTABEL

UMBUCHUNG • RÜCKERSTATTUNG • FAST TRACK
LOUNGE • SPEISEN UND GETRÄNKE • EUROBONUS-PUNKTE

MEHR ERFAHREN - FLYSAS.DE



SAS

Verantwortung übernehmen.

Gemeinsam.

Gesellschaftliche Verantwortung ist wesentlicher Bestandteil unserer Unternehmenskultur – seit rund 160 Jahren. Wir setzen auf ein nachhaltiges Geschäftsmodell.

Gemeinsam mit unseren Mitarbeitern, Kunden und Geschäftspartnern engagieren wir uns für die Gesellschaft und zum Wohle zukünftiger Generationen.

www.seb.de



SEB