

# SCHWEDEN aktuell

SCHWERPUNKT BANKEN,  
FINANZEN & VERSICHERUNGEN

Dialog als skandinavische Stärke

BERATUNG AKTUELL

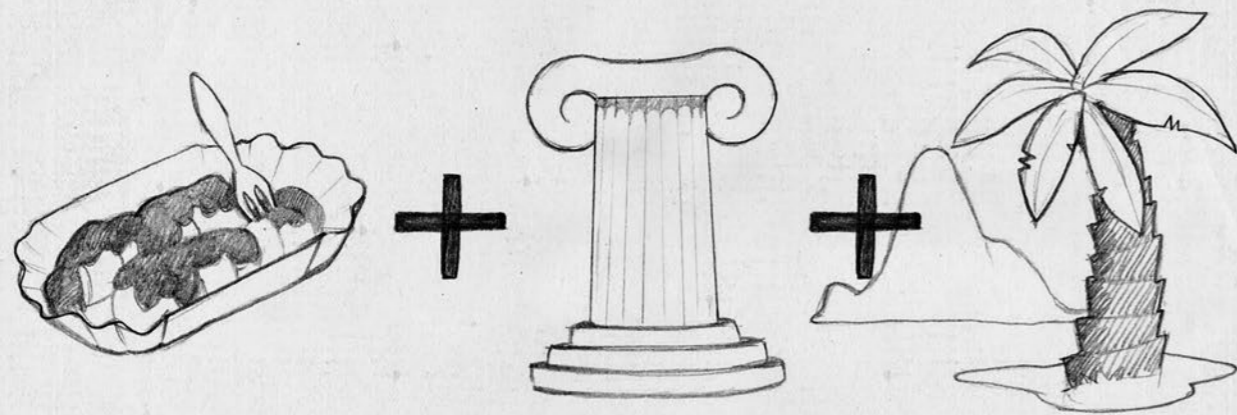
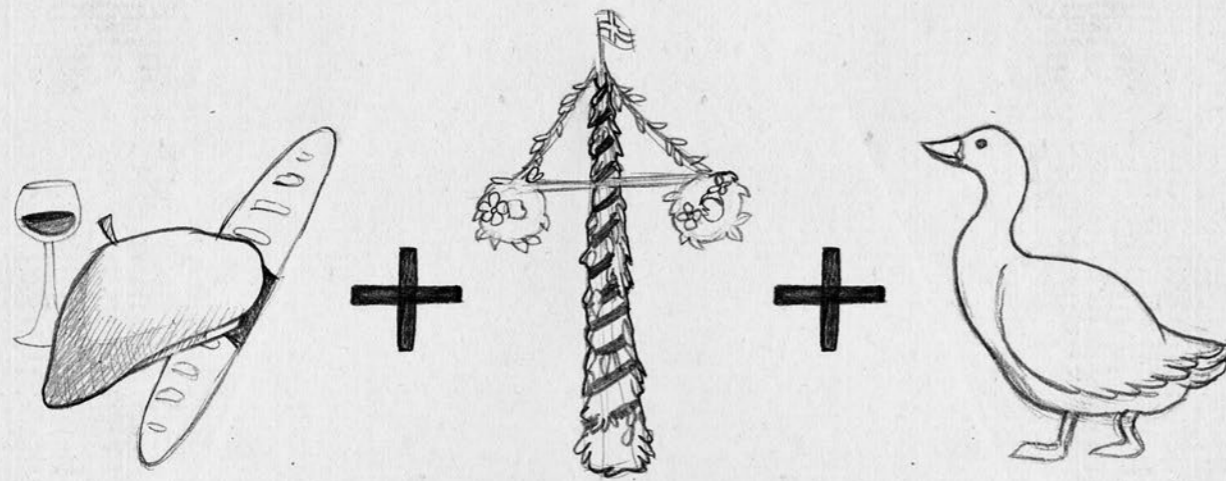
Rote Beete, Schleifstein und  
Schrammelmusik

Übersetzt du noch oder verstehst du schon?

KULTUR & LEBENSART

Schwedens Musikexport-Meister





**HELDISCH**  
Werbeagentur

Unterschiede machen Berlin aus.  
Wir sind Berlin.  
www.heldisch.com



Liebe Mitglieder,

auf der Jahresmitgliederversammlung habe ich darüber informiert, dass Mats Hultberg uns zum 30. Juni 2014 verlässt. An dieser Stelle danke ich Mats nochmals ausdrücklich im Namen der Schwedischen Handelskammer für seinen Einsatz in den vergangenen Jahren und seinen wertvollen Beitrag zur strategischen Neuausrichtung der Kammer. Alles Gute und viel Erfolg für die Zukunft, lieber Mats!

Der Vorstand wird diese Veränderung nun dafür nutzen, neue Möglichkeiten für die Schwedische Handelskammer auch durch neue Strukturen zu besprechen. Die seit dem vergangenen Jahr deutlich verstärkten Aktivitäten des Vorstandes, der Vorstandsausschüsse sowie des Präsidiums im Hinblick auf die Beratergruppen, die Regionalgruppen, die Fördermitglieder sowie die neue Homepage sind hierzu erste wichtige Schritte. Diese Arbeiten werden in diesem Jahr durch den Vorstand und das Präsidium weitergeführt und zugleich werden wir uns mit der angesprochenen strukturellen Aufstellung der Kammer befassen. In diese Beratungen wollen wir auch Sie als unsere Mitglieder aktiv einbinden.

Das Präsidium ist bereits seit einiger Zeit sehr aktiv in die laufende Geschäftstätigkeit der Kammer eingebunden und wird dies ab dem 1. Juli 2014 noch weiter verstärken. Auch die Repräsentationsaufgaben haben wir im Präsidium aufgeteilt, so dass wir die Kammer in Deutschland und Schweden weiterhin im vollen Umfang vertreten können. Wir sind sehr zuversichtlich, dass wir durch die Aktivitäten und den Austausch in den kommenden Monaten viel für die Schwedische Handelskammer erreichen können.

Am Abend nach der Jahresmitgliederversammlung hatte ein neues Format Premiere, das Business Dinner. Es war ein voller Erfolg und wird in Zukunft ein fester Bestandteil der Jahresmitgliederversammlung. Also: Tragen Sie den 8. Mai 2015 in Frankfurt schon jetzt fest in Ihren Kalender ein!

Ihr

Thomas Ryberg  
Präsident der Schwedischen Handelskammer

## Inhalt

5 FRAGEN AN   Jesper Thorsson, Export Music Sweden	4
KOLUMNE   „Papa sitzt auf dem Schrank“	5
HEITER BIS SCHWEDISCH	5
KURZNACHRICHTEN	6
Jahresmitgliederversammlung in München	8
SCHWERPUNKT BANKEN & FINANZEN	10
MITGLIEDERPORTRAIT   Danske Bank	12
BERATUNG AKTUELL   Übersetzen und Dolmetschen	13
MUSIK   Schwedens Musikexport-Meister	18
AUS DER KAMMER	20
SAVE THE DATE	21
Fördermitglieder & Impressum	22



## „Deutschland ist ganz klar unsere Nummer eins.“

Jesper Thorsson, Geschäftsführer Export Music Sweden

### 1. Was sind die Aufgaben von Export Music Sweden und wie fördern Sie den schwedischen Musikexport?

Export Music Sweden AB ist von den Branchen-, Künstler- und Urheberrechtsverbänden IFPI/SOM, SAMI und STIM gegründet worden und setzt sich für höhere Exporteinnahmen in der ganzen Musikbranche ein. Wir arbeiten dafür, Unternehmen, Musiker, Künstler und Musikschaffende fit für den Export zu machen. Wir unterstützen und koordinieren schwedische Stände auf Branchenmessen, Seminaren, Festivals und anderen Aktivitäten in Schweden und im Ausland. Der Schwerpunkt unserer Arbeit liegt aber in Schweden, wo wir der Branche helfen, „exportklar“ zu werden, wie wir das nennen. Dazu bieten wir u.a. eine Seminarreihe an. Insgesamt konzentrieren wir uns heute auf weniger Gebiete als zuvor; wir sind eine kleine Organisation und wollen uns nicht verzetteln. Weitere Schwerpunkte sind aber die Stärkung des Urheberrechts als Voraussetzung für erhöhten Musikexport und für funktionierende Einnahmen. Wir sollten auch mit anderen kreativen Branchen enger zusammenarbeiten. Ein Beispiel ist die Spielebranche. Wir haben das früher schon sehr erfolgreich gemacht.

### 2. Welche Bedeutung hat der deutsche Markt für die schwedische Musikindustrie?

Er ist sehr wichtig. Wir haben voriges Jahr im Rahmen einer großen Untersuchung zur Exportstrategie die schwedische Musikindustrie befragt und es zeigte sich, dass Deutschland klar die Nummer eins ist. Andere wichtige Länder sind die USA, Großbritannien, Japan und die anderen skandinavischen Länder. Alle diese Länder unterscheiden sich in der Art des Musikkonsums, aber ihnen gemeinsam sind ein funktionierendes Urheberrecht und eine gute Infrastruktur dafür.

### 3. Wie hat die Digitalisierung des Musikmarktes, zum Beispiel durch Spotify, den Musikexport verändert?

Nie zuvor gab es so viele Arten, eingespielte Musik zu konsumieren. In Schweden werden heute 62% der Einnahmen durch Streaming generiert und nur 32% durch physische Tonträger. In Deutschland machen physische Tonträger ungefähr 75% aus. In Großbritannien und den USA dagegen waren Downloads dominierend, zum Beispiel iTunes.

Die meisten Experten stimmen darin überein, dass wir uns in Richtung der „gestreamten“ Welt bewegen. Aber die verschiedenen Märkte entwickeln sich unterschiedlich und wir im Exportbüro müssen uns dem anpassen. Wegen all dieser Unterschiede im Vertrieb haben wir im letzten Herbst unter dem Titel „Die digitale Landkarte“ ein Seminar für die schwedische

Musikbranche durchgeführt. Wir haben Ifpi, Spotify, Wimp, X5 und Phonofile eingeladen und sie haben erzählt, wie sie auf verschiedenen Märkten arbeiten.

### 4. Wie groß ist die schwedische Musikproduktion im Vergleich zu anderen Ländern heute? Und wie war die Entwicklung in den letzten Jahren – hat der Export zu- oder abgenommen?

Der Export wächst. 2012 waren es ungefähr 135 Millionen Euro netto. Schweden ist ein kleines Land mit 9,5 Millionen Einwohnern, aber gemessen pro Kopf sind wir sehr stark im Musikexport, und nie zuvor gab es eine solche Bandbreite. Songwriter führen die Charts auf der ganzen Welt an, Hardrock-Bands sind im Grunde das ganze Jahr lang auf allen Kontinenten auf Tour, und auch in der klassischen Musik und im Jazz gibt es schwedische Weltstars. Auch die technische Entwicklung mit zum Beispiel Spotify und Soundcloud begünstigt die schwedische Musikbranche.

### 5. Was denken Sie über die Zukunft der schwedischen Musikindustrie? Wie sieht die Entwicklung in den kommenden fünf Jahren aus? Welche Länder werden wichtig sein?

Ich bin überzeugt, dass der Musikexport weiter wachsen kann. Alles deutet darauf hin, dass wir noch mehr schwedische Liedproduzenten in internationalem Zusammenhang sehen werden. Hoffentlich wird das Urheberrecht in mehr Gebieten funktionieren, das wäre positiv. Mit neuen Einnahmen zum Beispiel aus den BRIC-Ländern Brasilien, Russland, Indien und China könnten die Einnahmen ganz radikal wachsen.



Ein Beispiel für den Erfolg schwedischer Musik ist Sanna Nielsen, die beim Eurovision Song Contest in Kopenhagen den dritten Platz belegte. Sanna begann ihre Karriere mit nur elf Jahren, eroberte als jüngste Sängerin die schwedische Hitparade „Svensktoppen“ und ist bis heute in ihrem Metier sehr beliebt und erfolgreich.

## Papa sitzt auf dem Schrank



Tomas Lundin

Das Telefon klingelt. Mein damals achtjähriger Sohn nimmt ab. Es ist die Auslandsredaktion von Svenska Dagbladet, mein schwedischer Arbeitgeber. „Nein, Papa ist nicht zu Hause, er sitzt auf dem Schrank“. Langes Schweigen. Dann zögerlich: „Ach so, dann rufen wir später noch mal an.“ Es war eine schlichte Wortverwechslung: Das Büro, im schwedischen „kontor“, wechselt mit dem schwedischen Wort „byrå“, auf dem man keinesfalls sitzt, sondern in dem man Sachen verwahrt. Obwohl – ganz so einfach ist die Sache auch nicht. Die Werbeagentur heißt in Schweden „reklambyrå“, genauso wie die Kanzlei eines Rechtsanwalts ein „advokatbyrå“ ist. Ganz zu schweigen von der staatlichen Verwaltung, in der es nur so wimmelt von „byrå“, die hier jedoch eher als Abteilungen zu sehen sind. Ähnlich wird es in allen anderen mehrsprachigen Familien zugehen. Allerdings gibt es in der schwedischen Sprache besondere Tücken und Besonderheiten, die man zum einen beherrschen muss – die zum anderen aber auch etwas über die Gesellschaft, die Mentalität und die Geschichte der Nation aussagen. Der Klassiker ist das schwedische

Wort „lagom“. Es ist nicht kalt und nicht warm, sondern genau richtig. Nicht wahnsinnig schön und auch nicht schrecklich, sondern etwas undefinierbares dazwischen. Schweden als Nation ist mit diesem „Lagom-Bewusstsein“ geimpft. Dessen einzige Forderung heißt: nicht aus der Menge herausstechen und nicht glauben, man sei etwas Besseres als die anderen. Ohne dieses Wort ist Schweden nicht zu verstehen, auch wenn es unübersetzbar ist. Vermintes Gelände betritt man, wenn es um Bezeichnungen geht, die in weitestem Sinne mit dem schwedischen Verständnis von Gleichberechtigung zu tun haben. Behinderte sind in Schweden selbstverständlich als Personen mit Funktionseinschränkungen zu bezeichnen. Von Homosexuellen sollte man am besten gar nicht reden, und schon gar nicht schreiben, wie ich durch ein Flut von E-Mails habe lernen müssen, als ich mich mal so unpräzise ausdrückte. Wenn ich auf der sicheren Seite sein will, benutze ich inzwischen den Begriff HBTQ, der für Homosexuelle, Bisexuelle, Trans- und Queerpersonen steht. Nur einer Entwicklung verweigere ich mich: den Kunstbegriff „hen“ anzuwenden. Es handelt sich dabei um eine Zusammenlegung der Begriffe Er und Sie, auf Schwedisch „han“ und „hon“. Die Absicht ist eine Geschlechtsfestlegung zu vermeiden, um Diskriminierung aus dem Weg zu gehen. Das ist politische Korrektheit in schwedischer Reinkultur. Geopfert wird dabei die Sprache.

## 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:

### Midsommar-DeKo



Nach Weihnachten ist Mittsommer das wichtigste Ereignis im Kalender eines Schweden. Und für manch einen ist es vielleicht sogar noch wichtiger. Das Erfolgsrezept für die nicht enden wollende Mittsommerparty sind Blumen im Haar, der Tanz um die Mittsommerstange, das Singen von Trinkliedern beim Konsumieren enormer Mengen herber Kräuterschnäpse und der Verzehr von eingelegtem Hering (Sill), der mit neuen Kartoffeln, Frühlingszwiebeln und saurer Sahne serviert wird. Richtig heiter (bis schwedisch) wird es mit der richtigen Deko. Und die haben wir bei dem von Marie Mihatsch liebevoll betriebenen Onlineshop [www.nordicfeeling.de](http://www.nordicfeeling.de) gefunden.

### Gewinnen Sie. E-Mail genügt!

Wir verlosen 1 Midsommar-Dekopaket, gesponsert von [www.nordicfeeling.de](http://www.nordicfeeling.de). Wenn Sie teilnehmen möchten, schicken Sie bis zum 12.6.14. eine E-Mail mit dem Stichwort „Midsommar“ an [schwedenaktuell@nordis.biz](mailto:schwedenaktuell@nordis.biz). Über die Stockholm-Kissen von [www.designhousestockholm.com](http://www.designhousestockholm.com) aus der letzten Ausgabe freuen sich Katring Sperling aus Hamburg und Tjark Weber aus Karlsruhe.

## Kurznachrichten



### VW übernimmt Scania

Europas größter Autobauer Volkswagen befreit sich in seiner Nutzfahrzeugsparte von einem entscheidenden Bremsklotz. Die Wolfsburger

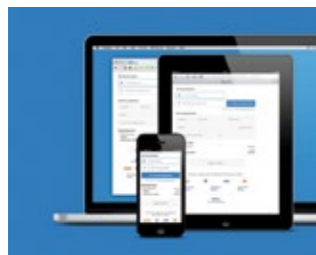
schlucken ihre schwedische Lkw-Tochter Scania wie geplant komplett und dürfen sie von der Börse nehmen. Damit sichert sich der Konzern den vollen Zugriff auf Scania, er hat in Schweden künftig ohne die restlichen Minderheitsaktionäre das alleinige Sagen. Mit der geglückten Komplettübernahme ist der Weg nun frei für eine engere Allianz im VW-Nutzfahrzeuggeschäft, zu dem neben Scania auch der Münchner Lkw-Bauer MAN und die Marke VW-Nutzfahrzeuge gehören.

### IS Düsseldorf 2014

Die Berliner Allee 32 ist nicht nur der Sitz der Schwedischen Handelskammer, sondern durch IS Düsseldorf auch ein echtes Schwedisch-Kompetenzzentrum. Neben den regulären Abendkursen (Schwedisch) auf allen Niveaustufen bietet IS Düsseldorf ab Herbst wieder einen Kurs in Geschäftsschwedisch an. Eine weitere Neuerung ist die TELC-Lizenz, IS bietet ab sofort für den Bereich Deutsch als Fremdsprache, der zunehmend ausgebaut wird, die Prüfung auf den Niveaustufen B1-C1 gemäß des GER an. Wieder im Programm ist die Sprachreise Schwedisch auf Visingsö, die Anfang September stattfinden wird. [www.is-duesseldorf.com](http://www.is-duesseldorf.com)

### Ölförderung auf Gotland?

Ein Erkundungsunternehmen möchte nach erfolgreichen Probebohrungen auf der Ostseeinsel Gotland Öl fördern. Nach Angaben des Schwedischen Rundfunks plant das Unternehmen die Erschließung von bis zu neun Quellen auf drei Ölfeldern. Dazu wird jedoch eine Genehmigung durch die Grubenbehörde (Bergsstaten) benötigt. Bereits in den 1990er Jahren wurde auf Gotland nach Öl gebohrt. Wegen der damals niedrigen Weltmarktpreise schwand das Interesse jedoch schnell. Jetzt sind sowohl die Preise als auch das Interesse wieder gestiegen.



### Klarna: Einkaufen ohne sensible Daten

Der Zahlungsdienstleister Klarna startet seine in Schweden erprobte Zahlungslösung „Klarna Checkout“ auch in Deutschland. Damit benötigt der Kunde in jedem Online-Shop, der den Klarna Checkout anbietet, lediglich seine E-Mail-Adresse und seine Postleitzahl. Die Rechnungsadresse ist bei Klarna hinterlegt. Für Online-Shop-Betreiber bedeutet dies, dass sie auf Log-in-Eingaben und Passwortvergabe zukünftig

verzichten und so dem Kunden das Einkaufen stark vereinfachen können. Zudem übernimmt Klarna das vollständige Zahlungsausfall- und Betrugsrisiko für den Händler. Möglichst einfache Zahlverfahren sind nach Einschätzung von Klarna von großer Bedeutung für den Erfolg von Online-Shops. Denn Nur 33 % der Shop-Besucher brächten ihren befüllten Warenkorb zur Kasse und schlossen den Kauf ab; bei mobilen Geräten seien es sogar nur 16 %. Klarna, 2005 in Stockholm gegründet, ist seit dem Ende 2013 erfolgten Zusammenschluss mit der SOFORT AG Europas führender Anbieter alternativer Zahlungslösungen.

### Weniger Einkommensunterschiede erwünscht

Gut zwei Drittel (70 %) der Schweden befürworten Maßnahmen, damit die Einkommensunterschiede wieder geringer werden. Dies belegt eine Studie des Meinungsforschungsinstitutes Sifo im Auftrag des Schwedischen Fernsehens. Ein Viertel findet, dass die Einkommensunterschiede unverändert bleiben können. In den letzten 20 Jahren hat sich das Einkommen der ärmsten zehn Prozent nicht erhöht, wogegen die Einkommen der Reichen spürbar gestiegen sind. Ein Forscher der Universität in Stockholm weist in diesem Zusammenhang darauf hin, dass in keinem Land der OECD die Einkommensunterschiede so stark gestiegen sind wie in Schweden. Für die Studie wurden 1.000 Personen befragt.

### Volvo: 16 % Rabatt für Kammermitglieder

Die Volvo Car Germany GmbH hat mit der Schwedischen Handelskammer exklusiv für alle Mitglieder eine Vereinbarung über den Bezug von Volvo-Neufahrzeugen zu Großkunden-Sonderkonditionen geschlossen. Mitglieder erhalten einen bundesweit gültigen Sondernachlass von 16% auf den Listenpreis sowie ab Werk bestellbare Optionen und können darüber hinaus von attraktiven Großkundenpaketen und Sondermodellen profitieren. Die Zulassung des neuen Volvo muss dafür auf das Mitglied persönlich oder auf die Mitgliedsfirma erfolgen. Erste Ansprechpartnerin für Anfragen ist Kerstin Nordström von der Schwedischen Handelskammer unter der Rufnummer 0211-86 20 20 0 oder per E-Mail unter [nordstroem@schwedenkammer.de](mailto:nordstroem@schwedenkammer.de).

### Erneute Senkung der Körperschaftssteuer in Schweden?

Experten der Schwedischen Regierung haben eine Reduzierung der Körperschaftssteuer auf unter 20 % vorgeschlagen. Gleichzeitig sollten Risikokapital- und Immobilienunternehmen mehr Steuern bezahlen. Bereits 2013 hat die Regierung die Unternehmensteuer von 26 % auf 22 % gesenkt. Hintergrund für den Vorschlag ist die Tendenz, dass Industrieunternehmen im Besitz von Risikokapitalgebern durch strategische Steuerplanung und die Ausnutzung der Möglichkeit, Zinszahlungen von der Steuer abzusetzen, oft nur sehr geringe oder keine Steuern zahlen. Die Veränderung des Steuerrechts solle hier gegensteuern. Die Ermäßigung der allgemeinen Unternehmenssteuer würde dem-

nach durch eine Einschränkung des Zinsabzugs auf maximal 25 % des Betriebsgewinns gegenfinanziert.

### Mehr Schweden mögen die EU

Die Schweden stehen der Europäischen Union immer positiver gegenüber, zeigt eine neue Umfrage. Fast 40 % sind laut dem Meinungsforschungsinstitut Eurobarometer für die EU – 8 % mehr als noch in der letzten Umfrage im Herbst. Etwa dieselbe Anzahl stellt sich neutral, während etwas mehr als 20 % der EU negativ gegenüberstehen. Schweden liegt damit auf Platz neun auf der Liste EU-freundlicher Länder. Angeführt wird das Ranking von Rumänien und Bulgarien. Die stärkste EU-Kritik wird in Zypern und Griechenland zum Ausdruck gebracht.



### Bootsmotoren begehrte Beute

Zu Beginn der Bootsaison hat der Diebstahl von Bootsmotoren deutlich zugenommen. Wie die Tageszeitung Dagens Nyheter berichtet, wurden allein in

Stockholm im ersten Quartal dieses Jahres 117 Diebstähle gemeldet, im Vergleichszeitraum des Vorjahres waren es 81. In ganz Schweden wurden 278 Diebstähle Anfang dieses Jahres registriert, 2013 waren es 234. Die Polizei vermutet organisierte Banden aus dem osteuropäischen Raum hinter den Diebstählen. In den letzten Jahren konnte die Polizei mehrere solcher Banden dingfest machen. In Göteborg haben Maßnahmen zur Verbrechensverhütung Früchte getragen. Überwachungskameras und bessere Beleuchtung in den Häfen zusammen

mit häufigen Kontrollen von privaten Sicherheitsdiensten haben die Zahl der Diebstähle dort deutlich verringert.

### Das schwedische Königshaus hat 2013 mit Verlust gearbeitet



Erstmals hat das Königshaus, als Folge eines Beschlusses des Parlaments aus dem Jahr 2011, einen Jahresbericht über die wirtschaftliche Bilanz vorgelegt. Das Ergebnis: Ein Defizit von umgerechnet knapp 233.000 Euro. Das Ergebnis rühre daher, dass der Königshof im vergangenen Jahr zahlreiche Aktivitäten veranstaltet habe, sagte Jan Lindman vom Königshof der Nachrichtenagentur TT. Eine königliche Hochzeit, das 40-jährige Jubiläum des Königs, die Beerdigung von Prinzessin Lilian und der Besuch von US-Präsident Barack Obama – es sei positiv, dass dem Hof angesichts dieses intensiven Jahres nur ein Defizit von 233.000 Euro entstanden sei, so Lindman.

## Jetzt anmelden: Die neuen Beratergruppen der Schwedischen Handelskammer

Um die hervorragenden Kompetenzen und die vielfältige Expertise unserer Mitglieder noch stärker präsentieren und vernetzen zu können, wurden im Zuge der strategischen Neuausrichtung der Kammer neue Beratergruppen geschaffen.

Allen ordentlichen Mitgliedern, welche die Aufnahmekriterien erfüllen und vom Präsidium gutgeheißen werden, steht ein Platz in den neuen Beratergruppen nichts mehr im Wege. Die neuen Beratergruppen werden ab 1. Juni 2014 in hervorgehobener Weise über die Homepage und Schweden Aktuell vermarktet. Daneben wird die Handelskammer ihren potentiellen Kunden auf Anfrage ein maßgeschneidertes Paket mit einer kleineren Auswahl von Mitgliedern aus den Beratergruppen zur Verfügung stellen, die zu diesen Kunden besonders gut passt und das Qualitätsprofil erfüllt.

In folgenden Bereichen gibt es Beratergruppen:

- Steuerberatung/Wirtschaftsprüfung
- Recht
- Personal/HR
- Kommunikation/Marketing
- Dolmetscher /Übersetzer
- Unternehmensberatung
- Sonstige Berater

Auf Nachfrage in der Geschäftsstelle, Tel.: 0211 – 86 20 20 0 oder E-Mail [info@schwedenkammer.de](mailto:info@schwedenkammer.de), schicken wir Ihnen gerne weitere Informationen, die Aufnahmekriterien sowie ein Antragsformular zu.

# Jahresmitgliederversammlung 2014

von Mats Hultberg



Die 55. Jahresmitgliederversammlung der Schwedischen Handelskammer fand am 16. Mai 2014 in München im Rahmen eines umfangreichen Schwedentages statt. Ein Tag voller interessanter Gespräche, mit viel Austausch, neuen Ideen und Kontakten.

Schon zur Mittagszeit trafen sich zum ersten Mal Vertreter der Regionalgruppen der Kammer, um Ideen und Erfahrungen auszutauschen, so wie es auch beim Junior Chamber Club seit Jahren Tradition ist. Intensiv diskutiert wurde über erfolgreiche Veranstaltungen und über das neue Profil für Regionalgruppenvertreter, das von dem Ausschuss Veranstaltungen und Regionalgruppen ausgearbeitet worden war. Nach lebhaftem und inspirierendem Austausch einigte sich die Gruppe, dieses Treffen nächstes Jahr zu wiederholen.

Die Mitgliederversammlung fand diesmal im Gelben Salon des Bayrischen Hofes in München statt. Präsident Thomas Ryberg gab einen Rückblick auf das vergangene Handelskammerjahr und berichtete über die Arbeit in dem neuen Präsidium und in den sechs Vorstandsausschüssen; insbesondere im Hinblick auf die neuen Beratergruppen, die Regionalgruppen, die Fördermitglieder sowie die neue Homepage. Er bedankte sich anschließend für das Engagement im Vorstand und in der Geschäftsstelle.

Er berichtete auch, dass Geschäftsführer Mats Hultberg zum 30. Juni die Kammer verlässt und sagte, dass das Präsidium diese Veränderung dafür nutzen will, neue Strukturen für die Kammer zu entwickeln. Hier sollen auch die Mitglieder aktiv eingebunden werden. Die Ergebnisse werden in der Klausurtagung 2015 ausgewertet. Das Präsidium möchte dieser Auswertung nicht vorgreifen und so wird zunächst kein neuer Geschäftsführer rekrutiert. Schon jetzt ist das Präsidium in das laufende Geschäft der Kammer eingebunden. Dies wird ab Juli noch verstärkt der Fall sein. Eine grafische Darstellung der neuen Aufgabenverteilung wurde vorgestellt und ist auch auf Seite 21 in diesem Heft zu sehen.

Vize-Präsident Gunnar Groebler, im Präsidium verantwortlich für strategische Aspekte, fügte hinzu, dass die neue Strategie und die neue Mitgliedsstruktur mit niedrigeren Beiträgen für ordentliche Mitglieder jetzt greift und die Gewinnung neuer Mitglieder erleichtert hat.

Die Versammlung beschloss, die Mitgliederbeiträge unverändert zu behalten.

Thomas Ejnar, Country Manager bei Svenska Handelsbanken in Frankfurt, wurde einstimmig neu in den Vorstand gewählt und stellte sich dann kurz der Versammlung vor (siehe auch Seite 11).

Nach der Arbeit mit Beschlüssen und Wahlen kam das Vergnügen. Am Abend durften Präsident Thomas Ryberg und der Schwedische Honorarkonsul für München, Dr. Klaus Werner, die Bayerische Sozialministerin Emilia Müller sowie rund 80 Gäste zu einem festlichen Business Dinner im Dachgarten des Bayrischen Hofes begrüßen. Frau Müller betonte in ihrer Rede die engen Verbindungen nicht nur zwischen Schweden und Deutschland, sondern auch zwischen Schweden und Bayern und hieß alle „Välkommen till Bayern“. Der Abend selber bot vor traumhafter Kulisse viele Gelegenheiten zum Austausch sowie frühlinghafte schwedische Lieder und ein leckeres Dinner.

Das Protokoll der Jahresmitgliederversammlung wird allen Mitgliedern in Kürze per E-Mail zugeschickt. Eine eigene Version können Sie auch unter [info@schwedenkammer.de](mailto:info@schwedenkammer.de) anfordern.



## Nyttja oss!

„Ich dachte, fragen kostet nichts!“ so Elin Krepper, Aktive im JCC-Komitee in München, die spontan mit ihrem kleinen Chor und schwedischen Sommerliedern auf dem Business Dinner der Schwedischen Handelskammer für viel Jubel sorgte – interessante Kontakte und gute Gespräche mit den Gästen inklusive. Networking funktioniert eben auf unterschiedlichste Weise. Der Junior Chamber Club macht es immer wieder deutlich: Energien werden am besten frei gesetzt, wenn sie gebündelt werden.

Nach einem inspirierenden und anregenden Abend voller interessanter Gespräche im Kreise der Handelskammer Mitglieder traf sich ein Teil der in den Komitees engagierten JCC-Mitglieder, um die Basis für die weitere Arbeit in den Regionen zu legen. Vor-Ort-Vernetzung durch Veranstaltungen zu fachlichen Themen, durch Führungen und Vorträge, durch Af-

ter Work Treffen wird weiterhin im Zentrum des JCC-Angebotes stehen. Eine größere Flexibilität und auch bundesweite Vernetzung wird den JCC-Mitgliedern gerecht, die beispielsweise viel reisen oder innerhalb Deutschlands umziehen. So gelingt unkompliziert der überregionale Anschluss zu anderen Mitgliedern des JCC und der Schwedischen Handelskammer. Wir sind durch unsere regionalen Komitees vor Ort für Euch präsent, ansprechbar und für allerlei Ideen und Anregungen offen. Wir freuen uns über die wachsenden Mitgliederzahlen, aktive und engagierte Komitees und vielerlei Möglichkeiten, sich fruchtbar und mit beidseitigem Nutzen in das Netzwerk einzubringen. Nehmt uns in Anspruch, gemeinsam können wir viel bewegen!

Rebecca Hillmanns



# Gut versichert?

## Unterschiede im deutschen und schwedischen Gesundheitssystem

Für schwedische Firmen und vor allen Dingen auch Privatpersonen, die nach Deutschland kommen, tut sich ein großes Problem auf: Das für Außenstehende undurchsichtige Gesundheitssystem der Bundesrepublik Deutschland. Im Folgenden sei auf ein paar Unterschiede und Lösungsansätze hingewiesen.

In Schweden scheint alles recht einfach: Alle Einwohner (auch Ausländer, einschl. Asylbewerber) haben Anspruch auf medizinische Versorgung und Krankenpflege. Für das Gesundheitswesen sind die Provinziallandtage zuständig und es wird mit direkten Einkommensteuern finanziert. Ausgenommen sind die Zahnarztkosten. Die müssen zu einem großen Teil von den Patienten ab dem 20. Lebensjahr selbst bezahlt werden. Es gibt allerdings einen „Hochkostenschutz“. Zusatzversicherungen sind möglich.

Der größte Teil der deutschen Bevölkerung ist in der Gesetzlichen Krankenversicherung (GKV) versichert, deren Beiträge sich hauptsächlich an der Höhe des Einkommens des Versicherten orientieren. Familienmitglieder (meist Kinder und nicht arbeitende Ehepartner) sind unter bestimmten Bedingungen beitragsfrei mitversichert. Der Leistungsanspruch ist unabhängig von der Höhe der gezahlten Beiträge. Etwa 10,5% der Bevölkerung sind privat krankenversichert. Hier richten sich die Prämien nach dem vereinbarten Leistungsumfang, dem allgemeinen Gesundheitszustand, dem Geschlecht und dem Eintrittsalter. Die Krankenversicherungsbeiträge werden mit einigen Ausnahmen paritätisch von Arbeitnehmern und Arbeitgebern aufgebracht.

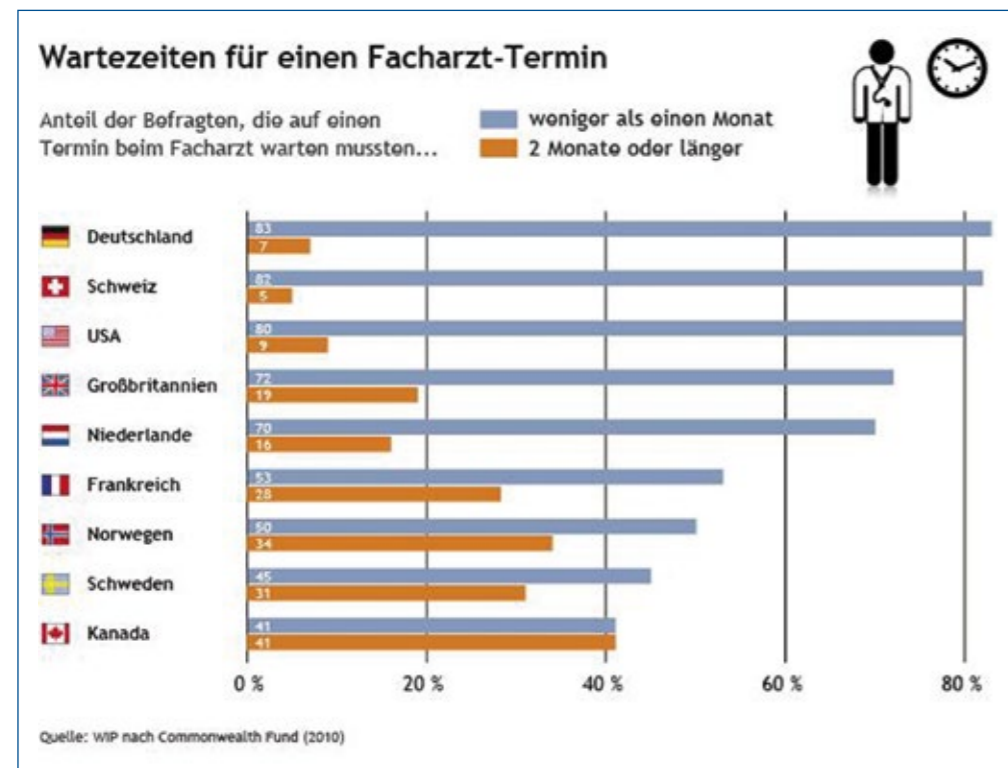
### Lange Wartezeiten

Man kann also feststellen, dass es im Gesundheitswesen von Schweden grundlegend andere Voraussetzungen als in Deutschland gibt. In Skandinavien wird das Gesundheitswesen – anders als in Deutschland – vom Staat organisiert und nahezu ausschließlich aus Steuern finanziert. Der Staat gestaltet und verwaltet das System und steuert die Gesundheitsversorgung anhand medizinischer Kriterien. Das bedeutet: Nur wer schwer erkrankt ist, wird sofort versorgt.

Das durchregulierte Staatssystem Skandinaviens hat allerdings Schattenseiten. Kritisiert werden seit Jahren vor allem die langen Wartezeiten bei Behandlungen. Denn über die Frage, ob ein Patient ein neues Hüftgelenk bekommt und wann dieses eingesetzt wird, entscheiden nicht die Beschwerden des Patienten, sondern Richtlinien und Kapazitäten der Kliniken. Kritiker werfen den nordischen Ländern vor, die staatliche Priorisierung von Behandlungen führe zu einer Zwei-Klassen-Medizin. Denn zu beschleunigen ist der OP-Termin nur für diejenigen, die sich zur Behandlung in eine Privat-Klinik begeben kann. Diese Zusatzversicherungen gibt es zwar, in Schweden sind sie allerdings noch nicht so populär wie in Deutschland. Es gibt noch wenige Ärzte, die privat abrechnen. So beziehen sich manche Zusatzversicherungen auf eine Behandlung im Ausland.

Dies Argument kennen wir allerdings auch aus Deutschland, wo man sich ganz aus dem öffentlichen System der gesetzlichen Krankenversicherung verabschieden kann. Dieser Schritt

will aber wohl überlegt sein, da die private Krankenversicherung auch ihre Risiken birgt. Für Kinder wird ein extra Beitrag erhoben, es wird vor Abschluss eine Gesundheitsprüfung durchgeführt, die Beiträge passen sich der allgemeinen Kostenentwicklung im Gesundheitswesen an und steigen in der Regel mit zunehmendem Alter stark an. Patienten in Deutschland haben im internationalen Vergleich die kürzesten Wartezeiten. Das ist das Ergebnis einer repräsentativen Telefonumfrage, die der Commonwealth Fund 2010 unter 19.000 Personen aus elf OECD-Staaten durchführte. Demnach gaben 83% der deutschen Patienten an, den letzten Facharzttermin innerhalb von vier Wochen er-



halten zu haben. Auf einen operativen Eingriff haben 78% der Befragten weniger als einen Monat gewartet.

### Konkurrenz belebt das Gesundheitssystem

Befürworter des dualen Systems in Deutschland (private und gesetzliche Krankenversicherung existieren nebeneinander), sehen hier durch die Konkurrenz hervorgerufen einen klaren Vorteil für das deutsche System. Denn während in Großbritannien und den Niederlanden immerhin noch 72 bzw. 70% der Befragten innerhalb des ersten Monats einen Termin beim Facharzt bekamen, schaffte dies in Schweden nicht einmal jeder Zweite (45%). 31% der Schweden mussten sogar länger als zwei Monate auf eine Behandlung beim Facharzt warten (Deutschland: 7%). Das duale Gesundheitssystem aus privater und gesetzlicher Krankenversicherung in Deutschland weist stattdessen im internationalen Vergleich die geringsten Wartezeiten auf.

Durch den Wettbewerbsgedanken in Deutschland gibt es eine Vielzahl an Möglichkeiten, sich in Deutschland krankenversichern zu können: gesetzliche Krankenversicherung, gesetzliche Krankenversicherung mit privater Zusatzversicherung, private Vollversicherung und Betriebsversicherung über den Arbeitgeber.

Es fällt in letzter Zeit auch auf, dass bei den Versicherern mehr und mehr Lösungen über den Arbeitgeber angeboten werden. Insbesondere, wenn der Anteil an sogenannten Expats in der Firma groß ist, gibt es schlanke Konzepte, die Personen, die nur wenige Jahre in Deutschland bleiben, zu guten Konditionen zu versichern.

Ein pauschaler Ratschlag ist hier gänzlich unmöglich. Es kommt zu sehr auf die individuellen Gegebenheiten an. So spielt es eine Rolle, ob eine Familie vorhanden ist, ob es Vorerkrankungen gibt, wie lange man vor hat in Deutschland zu bleiben etc.



**Hans von Maltzahn**  
 Fachwirt für Finanzdienstleistungen (IHK)  
 Senior Consultant  
 Hoesch & Partner GmbH Versicherungsmakler  
 Rüterstraße 1, 60325 Frankfurt  
 Telefon: 069 - 71 70 7 - 139  
 Fax: 069 - 72 73 75  
 Hans.vonMaltzahn@hoesch-partner.de  
 www.hoesch-partner.de

## „Keine Boni für die Mitarbeiter“

*Herr Ejnar, Sie sind als Nachfolger von Elisa Saarinen nun Geschäftsführer der Svenska Handelsbanken in Deutschland. Kam dieser Ruf überraschend für Sie?*

Ja und Nein. Ich habe schon seit einigen Jahren im Management-Team der Internationalen Abteilung der Handelsbanken in Stockholm gearbeitet. Und in dieser Position habe ich die Entwicklung in Deutschland sehr aufmerksam verfolgt.

*Waren Sie schon mal in Deutschland tätig?*

Ja, ich war schon zwischen 2001 und 2005 als Manager für unsere Niederlassung in Frankfurt tätig.

*Und was haben Sie sonst vorher gemacht?*

Ich bin insgesamt 32 Jahre bei der Handelsbank. Die meiste Zeit in unterschiedlichen Positionen in der Internationalen Abteilung, aber auch als Leiter zweier Filialen in Stockholm. Meine Laufbahn bei der Bank begann ich als Gebietsmanager für Afrika.

*Provokant gefragt: Bankdienstleistungen sind doch austauschbar, oder? Warum sollte ich als Mitgliedsunternehmen der Schwedischen Handelskammer gerade die Svenska Handelsbanken wählen? Was macht Sie besonders?*

Es ist wohl wahr, die meisten Produkte sind bei den Banken ähnlich. Der Unterschied liegt im Servicelevel. Für die Handelsbank war es immer wichtig, nah bei den Kunden zu sein. Darum legen wir so großen Wert auf die Rolle der Niederlassungen vor Ort. Wir haben sechs davon in Deutschland, die alle in einem sehr

hohen Maß eigenständig arbeiten. Ein weiterer wichtiger Faktor: wir zahlen unseren Mitarbeitern grundsätzlich keine Boni – so können die Berater immer im Interesse des Kunden handeln. Den Erfolg dieser Strategie kann man u.a. daran ablesen, dass wir Jahr für Jahr die besten Bewertungen der Kundenzufriedenheit unter den größeren schwedischen Banken bekommen. Schließlich möchte ich noch erwähnen, dass die Handelsbank eine der stärksten europäischen Banken ist und unser Rating besser ist als das aller deutschen Banken.

*Was bedeutet die Mitgliedschaft in der Schwedischen Handelskammer für Sie?*

Die Schwedische Handelskammer bedeutet uns sehr viel. Als schwedische Bank sehen wir es als unser Kerngeschäft an, schwedische Unternehmen bei ihrem Geschäft in Deutschland zu unterstützen.



**Thomas Ejnar** ist seit einigen Monaten neuer Geschäftsführer von Svenska Handelsbanken in Deutschland. Auf der Jahresmitgliederversammlung der Schwedischen Handelskammer wurde er in den Vorstand gewählt.

## Danske Bank

### „Deutsches Banking auf skandinavische Art“

Das zweitgrößte Kreditinstitut der Nordischen Länder, die Danske Bank, ist bereits seit 1985 in Deutschland aktiv und verfügt über tiefgreifende Erfahrung als Partner nordeuropäischer und deutscher Unternehmen. Die Niederlassung in Hamburg bietet eine breite Palette an Bankdienstleistungen, vom Finanzbedarf für das Umlaufvermögen und für Investitionen über Risikomanagement und Handelsfinanzierung bis zum Cash Management. Danske Bank ist mit allen deutschen Clearingsystemen verbunden und führt alle Arten von Zahlungstransaktionen durch.

### „One Bank – One System“

Eine Bank – ein System heißt das einzigartige Konzept, das die Danske Bank in Schweden, Dänemark, Norwegen, Finnland, Polen, Irland, Großbritannien und Deutschland mit der gleichen zentralen IT-Plattform verbindet. Davon können die Kunden in vielfacher Weise profitieren, z.B. durch grenzüberschreitendes Liquiditätsmanagement in Echtzeit. Die Plattform unterstützt Zentralisierungsmaßnahmen, z.B. Payment Factories, und ermöglicht es ihren nordischen und deutschen Kunden, die lokalen Zahlungen in den jeweiligen Ländern von einer Stelle aus auszuführen.

### Enger Kontakt und intensiver Dialog

Gerade weil die Kunden in ganz Deutschland verteilt sind, legt die Danske Bank größten Wert auf effizienten persönlichen Service durch den Inhouse-Kundendienst und IT-Teams. Die Kun-



denberater besuchen die Kunden regelmäßig, um über Investitionspläne und aktuelle Entwicklungen auf dem Laufenden zu sein. Die Kunden wissen den offenen, konstruktiven und entspannten Dialog zu schätzen. Nicht ohne Stolz spricht die Danske Bank von ihrem „deutschen Banking auf skandinavische Art“.

### Finanzpartnerschaft at its best

Das Ziel der Bank ist einfach und ambitioniert: man will schlicht der beste lokale Finanzpartner für seine nordischen und deutschen Kunden sein. Die Partnerschaft soll auf Gegenseitigkeit beruhen und sich in Respekt, Offenheit, Ehrlichkeit und der Bereitschaft zum Zuhören zeigen.

Danske Bank A/S  
Zweigniederlassung Hamburg  
Georgsplatz 1  
20099 Hamburg  
Tel: +49 40 32 81 16 0  
www.danskebank.de



### Carina Olausson-Wigley, Geschäftsführerin

*Carina, seit wann sind Sie bei der Danske Bank – und seit wann in Hamburg?*

Ich arbeite seit 2004 bei der Danske Bank. Die ersten Jahre war ich als Senior Firmenkundenbetreuerin für Großunternehmen tätig. Danach war ich Regional-

direktorin für den Firmenkundenbereich in Stockholm und Nordschweden und schließlich kam ich 2009 nach Hamburg, um die Geschäftsführung für Deutschland zu übernehmen. Bankerin bin ich seit 1987 und ich habe in den 90er Jahren auch in Frankfurt gearbeitet.

*Sie engagieren sich persönlich im Vorstand der Schwedischen Handelskammer. Was macht die Danske Bank besonders attraktiv für Kammermitglieder?*

Ich interessiere mich sehr für die schwedischen Exportunternehmen und war in den vergangenen Jahren immer in den Schwedischen Handelskammern engagiert, unter anderem in

den USA und in Italien, wo ich früher gearbeitet habe. Bei uns in Danske Bank betreuen wir etwa 150 der 700 in Deutschland ansässigen schwedischen Tochterunternehmen und die Tendenz ist steigend. Wir bieten keine „Sonderbedingungen“ für Handelskammermitglieder an – bei uns bekommen alle Unternehmen einen exzellenten persönlichen Service sowie topmoderne technologische Lösungen für den Zahlungsverkehr und das Liquiditätsmanagement.



## 7 Faktoren für erfolgreiche Übersetzungen

Von Jonas Larsson

Wenn Sie ein Auto kaufen, wissen Sie vorher recht genau, was Sie erwartet: Sie können es ansehen, Probe fahren und Testberichte lesen. Bei Übersetzungen ist das schwieriger. Ob sie die Anforderungen erfüllen, erfahren Sie erst, wenn die Dienstleistung schon erbracht ist. Doch reine Glückssache ist das nicht. Hier ein paar Tipps, worauf bei Übersetzungsprojekten zu achten ist.

### 1. Auswahl

Professionelle Fachübersetzer verfügen neben ihrer Ausbildung über Spezialkompetenzen in einem Fachgebiet, und sie übersetzen prinzipiell immer in ihre Muttersprache. Qualitätsbüros arbeiten nur mit Fachübersetzern zusammen und verfügen über kompetente Mitarbeiter und ein bewährtes Netzwerk. Sie kennen die Stärken und Schwerpunkte ihrer Übersetzer und wählen die für Ihr Projekt geeigneten Profis aus.

### 2. Vorbereitung

Eine Übersetzung kann kaum besser sein als das Original. Bereiten Sie die Texte wenn nötig vor. Am besten eignen sich Originaldateien, die überschrieben werden können.

Lassen Sie Texte möglichst erst übersetzen, wenn sie ganz fertig sind. Nachträgliche Änderungen bedeuten Mehraufwand und Zusatzkosten. Außerdem sind sie eine potenzielle Fehlerquelle.

### 3. Zeitplanung

Einen Text zu übersetzen dauert etwa so lange, wie ihn zu verfassen. Eine gute Übersetzung soll schließlich mehr leisten als einfach nur Wortinhalte zu übertragen. Häufig müssen z. B. Fachbegriffe und Zusammenhänge recherchiert werden. Eilübersetzungen gehen leicht zu Lasten der Qualität und kosten meist deutlich mehr.

### 4. Qualitätssicherung

Jeder Text lässt sich immer noch verbessern. Gute Übersetzungsbüros sorgen durch ein genaues Lektorat dafür, dass Sie einen druckreifen Text bekommen.

### 5. Budget

Hochwertige Übersetzungen sind nur mit Fachleuten, entsprechendem Zeitaufwand und Qualitätssicherung zu realisieren. Natürlich können Sie Glück haben und eine gute Übersetzung für wenig Geld von einem Gelegenheitsjobber bekommen. Doch so manche billige Übersetzung wurde durch Nacharbeiten am Ende erst richtig teuer. Wer auf Qualität Wert legt, sollte daher nicht nur auf den Preis achten.

### 6. Information

Geben Sie Ihrem Übersetzer möglichst alle relevanten Informationen. Dazu gehören:

- Angaben zu Bestimmung und Zielgruppe des Textes
- Style Guides und Glossare
- Referenztexte und Hintergrundmaterial
- Geplantes Layout (PDF) inkl. Bilder und Grafiken

Jeder Übersetzer hat gelegentlich Rückfragen. Benennen Sie einen Ansprechpartner, der Fragen zu Terminologie usw. beantworten kann.

### 7. Feedback

Ob Sie mit der Übersetzung zufrieden sind oder etwas zu beanstanden haben – behalten Sie Ihre Meinung nicht für sich!

Wenn Sie nicht zufrieden sind oder Änderungswünsche haben, sollten Sie dies möglichst konkret und detailliert mitteilen. Bieten Sie dem Übersetzer die Gelegenheit, den Text selbst nachzubessern bzw. Ihre Änderungswünsche umzusetzen. Bei begründeten Reklamationen dürfen Ihnen dafür keine Zusatzkosten entstehen. Besonders freut sich ein Übersetzer natürlich über positives Feedback. Doch er ist auch auf konstruktive Kritik angewiesen: Sie schafft die Grundlage für eine langfristige und vertrauensvolle Zusammenarbeit.



Jonas Larsson  
Geschäftsführer Lingolinx Le Roy & Larsson GbR  
Keithstr. 5  
10787 Berlin  
Tel: +49 (0)30 397459-11  
Fax: +49 (0)30 397459-29  
E-Mail: jonas.larsson@lingolinx.de  
Web: www.lingolinx.de

„Alles Wissen  
besteht in einer sicheren  
und klaren Erkenntnis.“

Nationale und internationale Steuerberatung,  
Finanz- und Personalbuchhaltung  
Wirtschaftsprüfung und betriebswirtschaftliche  
Beratung

Wir sprechen deutsch, schwedisch, englisch  
und dänisch.

btu beraterpartner GmbH  
www.btu-beraterpartner.com  
www.btu-beraterpartner.se

btu beraterpartner  
gruppe  
steuerberatung  
wirtschaftsprüfung  
rechtsberatung

# Rote Beete, Schleifstein und Schrammelmusik

## Übersetzt du noch oder verstehst du schon?

von Suzanne Forsström

Kennen Sie den Bezahlschatten? Den Frauenrockprotest? Den Eisenrohrpolitiker? Oder verstehen Sie nur Railway, pardon Bahnhof? Der Schwede würde sagen: Werfen Sie nicht gleich die Axt in den See! Zu deutsch: die Flinte ins Korn. Die Begriffe gehören zu den schwedischen Worten des Jahres 2013, die die öffentliche Diskussion in Schweden bestimmt haben. Eine wörtliche Übersetzung ruft nur Unverständnis hervor, denn Sprache ist Teil einer Kultur und spiegelt damit ihre Lebensart und Werte wider. Der Übersetzer muss daher nicht nur einen Sprach-, sondern auch Kulturtransfer leisten. Als „Wanderer zwischen den Welten“ befindet er sich dabei auf einer Gratwanderung, denn: Wie übersetzt man Kultur? Auch bei kompensativen Übersetzungen (umschreiben, in Fußnoten erklären, weglassen oder äquivalente Begriffe in der Zielsprache finden) bleibt der Charakter des Originals nie ganz erhalten. Bei den Worten des Jahres könnten Fußnoten den Leser aus seiner Ahnungslosigkeit befreien. So traten beim Frauenrockprotest (*kjolprotest*) Lokführer in Stockholm zwei Wochen lang ihren Dienst in Röcken an. Sie protestierten damit gegen ihr Unternehmen, das ihnen verboten hatte, in der großen Sommerhitze in Shorts zu arbeiten. Im Bezahlschatten (*betalskugga*) steht man, wenn das Bezahlen per Handy aufgrund eines Funklochs nicht möglich ist. Mit Eisenrohrpolitiker (*järnrörpolitiker*) sind Politiker der Schwedendemokraten, einer rechtspopulistischen Partei, gemeint, die in einer Nacht in der Stockholmer Innenstadt mit rassistischen Pöbeleien und Eisenrohren bewaffnet für Aufruhr sorgten. Deutsche Worte des Jahres 2013 wie zum Beispiel GroKo, Generation Sandsack oder Protz-Bischof sind umgekehrt für die Schweden ebenso erklärungsbedürftig.

### Literatur und Film

Fachtexte brauchen eine eindeutige und (fach)wortgetreue Übersetzung. Bei Wartungsanleitungen von Flugzeugen oder Beipackzetteln von Medikamenten kann dies unter Umständen über Leben und Tod entscheiden. Literarische Texte leben dagegen vielfach von der Mehrdeutigkeit und damit von der kreativen, freien Übersetzung. Doch wann ist etwas gut übersetzt? Wenn die Übersetzung an die (Verständnis-) Welt, der Zielsprache und Kultur des Lesers angepasst ist oder wenn die andersartige Kultur(spezifisch) erhalten bleibt, weil der Leser gerade in eine neue und fremde Erlebniswelt eintauchen möchte?

In dem Buch „Tante Elsie und mein letzter Sommer“ des Autors Kjell Westö liest die Romanfigur im schwedischen Original die Zeitungen Dagens Industri und Veckans Affärer. In der deutschen Übersetzung dagegen „Capital“ und „Finanzwoche“. Hier erfolgt eine komplette Anpassung an die deutsche Sprache



mit dem Argument, dass mit diesen Zeitungen ähnliche Konnotationen vorliegen. Ganz anders wird in Håkan Nessers Krimi „Mensch ohne Hund“ verfahren. Da ist vom *Östermalmer Angeber* ohne jegliche weitere Erklärung die Rede. Es wird vorausgesetzt, dass der deutsche Leser weiß, dass Östermalm ein Stadtteil von Stockholm ist und für Status, Prestige und Bildungsbürgertum steht. Ob jemand in Rinkeby, einer sozial schwachen Gegend in Stockholm, das Boulevardblatt *Aftonbladet* oder im noblen Stadtviertel Östermalm die liberalkonservative Tageszeitung *Svenska Dagbladet* liest, sagt viel aus. Würde der deutsche Leser ohne Erläuterung die Charakterisierung solcher Romanfiguren verstehen? Und verspürt er dieselbe Spannung wie der schwedische Leser, wenn Håkan Nessers Krimi-

Protagonist um Mitternacht an der U-Bahn-Station *Skogskyrkogården* aussteigt? Macht es die Atmosphäre nicht dichter und unheimlicher, wenn er erfährt, dass es sich um die Haltestelle am Waldfriedhof handelt? Wenn der Kommissar des schwedischen Krimi-Autors Leif GW Persson seine *Gammeldansmusik* hört, hat der deutsche Leser bei einer wörtlichen Übersetzung, eine Alte-Tanz-Musik, sicherlich nicht denselben Klang im Ohr. In der Übersetzung hört der Kommissar daher Schrammelmusik. Der Begriff stammt von den Brüdern Schrammel aus Wien, die Ende des 19. Jahrhunderts durch Schweden zogen und ihre sehr ähnliche Musik im Wiener-Walzer-Rhythmus unters Volk brachten.

Die Film-Untertitelung ist als audiovisuelle Übersetzung eine besondere Art des Transfers bei dem Text und Bild zusammenpassen müssen. In Schweden sind ausländische Filme mit schwedischen Untertiteln versehen, in Deutschland werden sie synchronisiert. Die Schweden haben sich daher eine schnelle Lesegeschwindigkeit angeeignet, da Untertitel jeweils nur eine Standarddauer von ein paar Sekunden haben. Um dem Lesetempo des an Untertitel nicht gewohnten deutschen Publikums gerecht zu werden, müssen diese kürzer gehalten werden. Da demnach nicht jedes gesprochene Wort wiedergegeben werden kann, muss der Übersetzer entscheiden, welche Informationen er ohne Inhaltsverlust weglassen kann. Bei Untertitelungen handelt es sich meist um gesprochene Umgangssprache, die jeweils sehr kulturspezifisch geprägt ist. In der schwedischen Alltagssprache ist zum Beispiel Fluchen viel häufiger an der Ta-

gesordnung als in der deutschen und geht quer durch alle soziale Schichten. Der Schwede bedient sich hierbei der Anrufung des Himmels, der Hölle und des Teufels, während sich der Deutsche mehr im Fäkalbereich bewegt. In dem schwedischen Film „Der Hundertjährige, der aus dem Fenster stieg und verschwand“ wird der Jubilar häufig als *gubbfan* oder *gubbjävel* betitelt, was nicht immer der Scheißkerl, sondern durchaus auch der alte Knacker oder Sack sein kann. In Schweden ist Fluchen häufig auch als Kompliment oder Ausruf des Staunens gemeint. Ausdrücke wie *Vad i helvete....? Jävlar...! Det var som fan...* müssen nicht mit „verdammte Scheiße“ übersetzt werden. „Heiliger Strohsack“, „Ach, du Schande“ oder „Das ist ja unglaublich...“ lassen die Verblüffung auch deutlich werden.

### Werbung und Business

Fluchen als positive Verstärkung machte sich der deutsche Elektronikkonzern Media Markt vor ein paar Jahren in seiner Werbung auf dem schwedischen Markt zunutze. „Scheissebillig“ (*skitbilligt*) sollte die freudige Überraschung zeigen, dass etwas billiger als erwartet ist. Zusammen mit dem in Schweden erfolgreichen deutschen Fußballtrainer Peter Antoine als prominente Werbefigur wurde diese wörtliche Übersetzung, die eher selten vorkommt, als bewusste Marketingstrategie gewählt. Der Slogan ist wohl eines der schwierigsten Elemente bei der Übersetzung von Werbetexten, denn deutsche und schwedische Konsumenten reagieren meistens auf unterschiedliche Schlüssel- und Reizworte, die zur Kauflust anregen sollen. Zudem haben die Schweden und Deutsche unterschiedliche Vorstellungen von Freizeit, Status, Wettbewerb und Selbstdarstellung. Deutsche Werbung arbeitet gerne mit Superlativen, hebt öfters auf Statussymbole ab, ist eher nüchterner, rationaler und textlastiger gestaltet. Die schwedische dagegen ist häufig humorvoller, beziehungs-orientierter, wendet sich vielfach in direkter Anrede an den Käufer, benutzt gerne Gefühlsverben und bindet meist die Natur mit ein. Bei Werbung ist höchste Kreativität und interkulturelle (Medien)Kompetenz des Übersetzers

gefordert. Es geht nicht nur um die sprachliche, sondern auch um die bildliche Umsetzung sowie das Layout, das den kulturspezifischen Wahrnehmungen gerecht werden muss. Werbeübersetzungen sind daher keine reproduzierten, sondern eher eigenständige Produkte. Hier zeigt sich die Sprache auch als Instrument der Macht, da sie durch bewussten Einsatz einen Wertewandel in der Gesellschaft hervorrufen kann.

Im Business-Bereich ist insbesondere das Wissen um den jeweiligen deutschen bzw. schwedischen Führungs- Verhandlungs-, Argumentations- und Zuhörstil Voraussetzung einer gelungenen Übersetzung. Redet der Deutsche direkt, bevorzugt der Schwede die indirekte Art. Für den Schweden knallt der Deutsche auf die rote Beete (*pang på rödbetan*), er kommt ohne Umschweife zur Sache und nimmt kein Blatt vor den Mund. Der Schwede dagegen versteckt sein Nein gerne in der Formulierung „Das ist interessant, darüber sollten wir nachdenken.“ Ein Deutscher, der nicht um das Harmoniestreben und die Konfrontationsvermeidung seines nordischen Nachbarn weiß, erkennt die dahinterliegende Absage nicht. Inwieweit darf der Dolmetscher in dieser Gesprächssituation einem interkulturellen Missverständnis mit zusätzlichem Input entgegensteuern? Verliert er durch seine aktive Vermittlerrolle seine Neutralität? Die interkulturelle Kommunikation im Rahmen der Globalisierung hat das Kompetenzprofil und die Tätigkeitsfelder eines Übersetzers und Dolmetschers erweitert. Gerade in der Werbung und im Geschäftsleben haben sich heute neue und veränderte Berufsprofile für Übersetzer ergeben. Sie müssen wissen, was von wem in welchem Kontext wie gesagt wird! Sie müssen Nicht-Gesagtes, aber Gemeintes übersetzen. Ein unterdurchschnittliches deutsches Zeugnis kann sich nämlich schnell zu einem sehr guten schwedischen Zeugnis wandeln, wenn man die deutschen Geheimcodes der Zeugnissprache nicht kennt. Übersetzt man also mit interkulturellem Know-how, dreht man – so der Schwede – den Schleifstein richtig, dann hat man – auf deutsch gesagt – den Bogen raus.



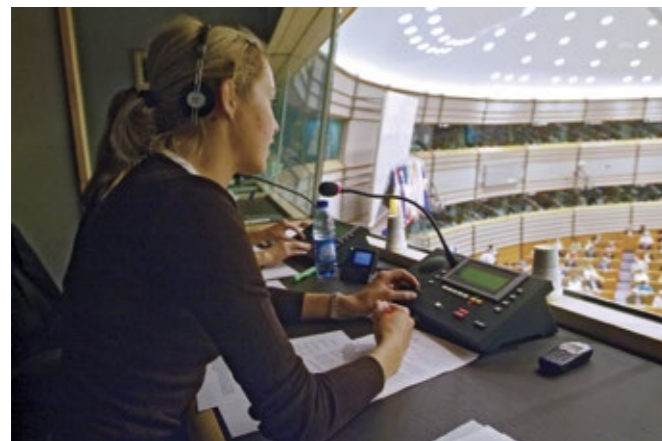
Die Schwedin Suzanne Forsström arbeitet als Übersetzerin, interkulturelle Trainerin und Journalistin. Ihre Schwerpunkte sind unter anderem Film-Untertitelungen und Cross-cultural Marketing.  
[www.suzanne-forsstroem.de](http://www.suzanne-forsstroem.de)



## „Es geht nicht nur ums Übersetzen“

Als Schwedisch-Dolmetscherin beim Europäischen Parlament

Von Jonathan Röhss



Als Schweden 1995 der EU beitrug, entstand ein interessanter neuer Arbeitsmarkt für Dolmetscher. Eine der ersten, die es nach Brüssel zog, war Åsa Ehnström aus Falkenberg. Die Arbeit als Dolmetscherin, sagt sie heute, ist oft schwierig und intensiv, mit einem hohen Tempo. Åsa Ehnström dolmetscht zwischen Schwedisch, Spanisch, Französisch und Englisch. Sie hat als selbständige Dolmetscherin angefangen, seit 1999 ist sie beim Europäischen Parlament angestellt. Leben und Arbeit in Brüssel gefallen ihr. „Man wird immer toleranter, wenn man in Brüssel wohnt. Ich mag die Vielfalt hier. Es gibt so viele verschiedene Nationalitäten. Ich liebe es, jeden Tag alle diese Sprachen zu hören! Ich war 33 Jahre alt, als ich hierher zog, das ist wahrscheinlich ein ganz typisches Alter. Anfangs haben wir Dolmetscher viel Zeit zusammen verbracht. Allmählich haben viele Dolmetscher eine Familie gegründet. Die ersten Jahre schluckte die Arbeit alle meine Energie. Ich war sehr müde nach der Arbeit. Erst nach zwei Jahren habe ich angefangen, auch mal ins Kino zu gehen. Jetzt bin ich 41 Jahre alt und werde bald mein erstes Kind haben.“

### Wagemut gehört dazu

„Man sollte nicht zu pedantisch sein“, rät Åsa Ehnström. Wenn es in der Debatte hoch hergeht, arbeite das Gehirn unter Hochdruck, um die besten Worte zu finden. Man muss dabei immer auch bereit sein, etwas zu wagen. Natürlich ist es dafür wichtig, gut informiert zu sein und das Thema der Debatten gut zu kennen. Der Debattentyp, die Stimmung und die Atmosphäre im Raum beeinflussen den Dolmetscher. Åsa Ehnström erinnert sich an einen Machtkampf zwischen dem Europäischen Parlament und der damaligen EU-Kommission im Oktober 2004. „Die Stimmung im Saal war sehr gespannt. Wenn ich in einer Situation wie dieser dolmetsche, kann ich natürlich die Stimmung spüren und die Anspannung überträgt sich auf mich. Ich muss das hantieren, so dass man es nicht hört.“ Natürlich geht es nicht jeden Tag um große Themen wie die künftige Führung

der EU. Normalerweise ist das Thema alltäglich, häufig technisch. Zum Beispiel eine Sitzung über die Einrichtung von Hühnerkäfigen. Dann ist es gut, Worte wie Nest und Sitzstangen in fünf Sprachen zu kennen. Das Parlament behandelt ein breites Themenspektrum. Deswegen ist es wichtig, dass der Dolmetscher eine gute Allgemeinbildung hat und eine gute Kenntnis der verschiedenen Tätigkeitsfelder in der EU. Zur Vorbereitung gehört die Lektüre relevanter Dokumente in den verschiedenen Arbeitssprachen ebenso wie intensive Zeitungslektüre. Wenn man die politische Einstellung der Abgeordneten kennt, hilft das ebenfalls, die Aussagen richtig zu transportieren.

### „Wenn man uns nicht bemerkt, ist es perfekt“

Ihre Arbeit als Dolmetscherin sieht sie als einen Dienstleistungsjob. „Wir lernen, diskret zu sein. Wir sind da, wenn sie uns brauchen. Wenn man uns gar nicht bemerkt, ist es eigentlich perfekt.“ Andererseits: es geht nicht nur ums Übersetzen. Auch emotionale Aspekte wie Empörung, Überraschung und Wut müssen mittransportiert werden. Der Dolmetscher muss alle Ebenen der Kommunikation vermitteln. Als Dolmetscher muss man seine Muttersprache perfekt beherrschen und ein hohes Niveau in mindestens zwei anderen Sprachen haben. Die Mehrheit der Dolmetscher haben vier oder fünf Arbeitssprachen, einige sieben oder acht, und sie beherrschen all diese Sprachen sehr gut. Es ist wichtig, einen sehr umfassenden aktiven Wortschatz zu haben, denn es bleibt keine Zeit, Vokabeln nachzuschlagen oder einen Kollegen zu fragen. Der Dolmetscher muss sich auf sich selbst verlassen. Und doch ist Sprachkenntnis nur ein Werkzeug. Beim Dolmetschen geht es um den komplexen Prozess, die Botschaft des Sprechers zu vermitteln. Viele Menschen können Fremdsprachen sprechen, aber nur wenige sind tüchtige Dolmetscher. Es ist eine Fähigkeit, die man entwickeln muss.

Auch der seltsame Pendelverkehr des Parlaments gehört zu den beruflichen Eigenheiten der EU-Dolmetscher. Die Hochburg der Dolmetscher ist normalerweise Brüssel. Doch jede vierte Woche tagt das Parlament in Straßburg, und dann reisen die Dolmetscher natürlich mit. Es wimmelt dann dort von Abgeordneten, Politikern und Journalisten aus ganz Europa. Abgeordnete werden im Fernsehen interviewt und Servicepersonal im schwarzen Smoking achtet diskret darauf, dass nur Abgeordnete in den Sitzungssaal kommen. Ein paar Tage später ist in Straßburg wieder alles ruhig.

Gern würde Åsa das hierarchische System in der EU ändern. In Schweden ist sie schließlich gewohnt, in flachen Hierarchiestrukturen zu arbeiten. „Aber ich muss die hierarchische Struktur akzeptieren, wenn ich hier arbeiten möchte.“

## „Ständig am Ball bleiben“

Florian Heines, Referatsleiter für die schwedischen Dolmetscher im Europaparlament

Florian Heines kommt aus dem Kreis Viersen in NRW und hat nach dem Abitur an der Universität Mainz Konferenzdolmetschen studiert. Mit diesem Diplomabschluss ging er nach Brüssel und arbeitete einige Jahre als freiberuflicher Dolmetscher, vor allem für die EU-Institutionen. Schwedisch hat er im Zusammenhang mit Schwedens Beitritt zur EU gelernt, u.a. durch ein Auslandssemester an der Universität Lund und durch ein Praktikum im Riksdag. Seit 1996 ist er Beamter beim Europäischen Parlament. Das arbeitet in 24 Amtssprachen und beschäftigt deshalb für seine Sitzungen viele Konferenzdolmetscher und für seine Dokumente und Veröffentlichungen viele Übersetzer. Heines dolmetscht aus dem Schwedischen, Englischen, Französischen, Niederländischen und Tschechischen ins Deutsche. Seit 2011 ist er außerdem Referatsleiter für die schwedischen Dolmetscher im Europaparlament. Neben dieser Führungsaufgabe dolmetscht er aber auch weiterhin selber ein paar Tage in der Woche.

### Welche Eigenschaften braucht man als Dolmetscher? Welche besonderen Fähigkeiten finden Sie für diese Arbeit wichtig?

Bei den EU-Institutionen arbeiten die Dolmetscher in der Regel aus mehreren Fremdsprachen in ihre Muttersprache. Ganz entscheidend für den Dolmetscher ist dabei natürlich ein müheloses und perfektes Verständnis seiner Fremdsprachen, auch in Fachgebieten. Aber da die Muttersprache unser wichtigstes Instrument ist, muss sie auch immer gepflegt werden, damit man auch anspruchsvolle technische und fachliche Themen sprachlich korrekt und genau wiedergeben kann. Diese Sprachkenntnisse sind jedoch nur ein Teil der nötigen Eigenschaften. Da man beim Simultandolmetschen kaum Zeit hat, muss man Informationen sehr schnell auffassen und verarbeiten können, noch bevor der Redner auch nur seinen Satz beendet hat. Denn die Arbeit besteht ja nicht darin, Wörter zu übersetzen, sondern Inhalte vollständig zu begreifen und in einer anderen Sprache genau wiederzugeben. Deshalb muss man sich in allen möglichen Fachgebieten nicht nur terminologisch, sondern auch inhaltlich sehr gut auskennen. Gute Bildung, aber auch die Neugier, sich ständig wieder in neue Themen einzuarbeiten, sind deshalb erforderlich. Und man sollte Spaß am Kommunizieren haben. Denn als Dolmetscher ist man immer mitten drin in der Kommunikation zwischen anderen.

### Muss man für eine Debatte inhaltlich sehr gut vorbereitet sein, sich also mit dem Thema genau auskennen und z.B. vorher viel lesen?

Ja, ohne sehr gute inhaltliche Vorbereitung kann man nicht angemessen dolmetschen. Seit Beginn der jüngsten Wirtschaftskrise sind im Europäischen Parlament zum Beispiel viele Rechtsvorschriften zur Bankenaufsicht oder Regulierung der Finanzmärkte erarbeitet worden. Das sind Themen, die für einen Laien wie mich nur sehr schwer verständlich sind. Bei den De-

batten geht es immer wieder um sehr feine fachliche Details. Ich habe mich deshalb in diese Thematik sehr sorgfältig einarbeiten müssen. Und das ist ja nur eines von vielen Themen, die derzeit aktuell sind und einer genauen Vorbereitung bedürfen.

### Was finden Sie an der Dolmetscherarbeit am spannendsten? Und wie ist das Leben in Brüssel?

Sehr spannend an der Arbeit als Dolmetscher im Europäischen Parlament ist, dass man immer wieder mit neuen Themen, neuen Ideen und Sichtweisen konfrontiert wird. Man muss ständig tagespolitisch am Ball bleiben, und es kehrt nie wirklich Routine ein. Durch die vielen Redner, die man verdolmetscht, lernt man auch viele unterschiedliche Denkweisen kennen. Und wenn Menschen sich über sprachliche und kulturelle Barrieren hinweg mühelos verstehen, ist dies immer wieder ein kleines Erfolgserlebnis für mich. Brüssel ist durch die Anwesenheit der EU-Institutionen ein spannendes und anregendes Gemisch, wo man immer wieder neue Bekanntschaften schließen kann. Ich habe zwar durchaus einige belgische Freunde, aber mein Freundeskreis besteht größtenteils aus anderen Ausländern, die wie ich in Brüssel leben und arbeiten. Und Brüssel hat kulturell ziemlich viel zu bieten.

### Und welche Nachteile hat die Arbeit als Dolmetscher?

Man muss als Dolmetscher akzeptieren können, dass man immer nur hinter den Kulissen tätig ist. Man wirkt zwar oft bei sehr medienwirksamen Ereignissen mit, aber eben immer nur als Statist. Und bei den vielen spannenden Diskussionen, die man dolmetscht, muss man seine eigene Meinung immer völlig heraushalten. Aber mit dieser Statistenrolle kann ich gut leben.

### Haben Sie ein persönliches Lieblingsthema? Einen Debattentyp, bei dem das Dolmetschen unterhaltsamer ist als bei anderen?

Da wir im Europäischen Parlament im Plenum, sowie in allen Fachausschüssen, Fraktionen, Arbeitsgruppen usw. eingesetzt werden können, ist eine thematische Spezialisierung nicht möglich. Persönlich dolmetsche ich sehr gerne große rhetorische Reden, wo man mal so richtig in der Muttersprache alle Register ziehen muss. Aber ich finde in allen Themen auch immer etwas Spannendes für mich.



# Schwedens Musikexport-Meister

von Jonathan Röhss

Der schwedische Musikexport ist im Verhältnis zur Größe des Landes beträchtlich. Ende der 90er Jahre war Schweden gar der drittgrößte Musikproduzent der Welt. 2010 belief sich der Inlandsmarkt auf gut 570 Millionen Euro, der Export auf gut 90 Millionen. Nur zwei Jahre später waren es rund 135 Millionen. Die Einnahmen der schwedischen Musikindustrie wachsen trotz der weltweiten Absatzkrise der Branche. Warum ist das so? Eine Kombination aus einer bewussten strategischen Marktausrichtung, gezielter Exportunterstützung und technischer Avantgarde könnte die Antwort sein.



Festival „Way out West“, Göteborg

Doch wie wird überhaupt in der Branche Geld verdient? Urheberrechtliche Exporteinnahmen entstehen, wenn Musik z.B. in Rundfunk und Fernsehen bzw. in Clubs gespielt wird oder in der Werbung zum Einsatz kommt. Die Einnahmen gehen an die Komponisten, Musiker, Künstler, Verlage und Musik-Labels. Daneben gibt es direkte Einnahmen, z.B. bei Konzerten, und natürlich beim Verkauf an Endverbraucher – mittels Tonträger, Dateien oder im Stream. Die Mehrheit der Unternehmen behandelt vorrangig die gleichen Exportmärkte. Dabei werden natürlich jene bevorzugt, in denen das Urheberrecht auch funktioniert. So konzentriert man sich auf Deutschland, die USA und Großbritannien, gefolgt von den anderen nordischen Ländern. Brasilien und Indien gelten als Länder mit Wachstumspotential. China wird skeptischer betrachtet, da es hier eben keinen befriedigenden Urheberrechtsschutz gibt. Dass Deutschland, die USA und Großbritannien gute Märkte für die schwedische Musikindustrie sind, ist seit langem bekannt. Relativ unbekannt ist dagegen die Bedeutung der anderen nordischen Länder.

Will man mit Musikexport erfolgreich sein, braucht man geplante Kommunikation, sagt Jesper Thorsson, Geschäftsführer von Export Music Sweden (siehe Interview Seite 3). Und auch die ist immer häufiger digital. Denn es verkauft sich nur, was irgendwie bekannt wird, und hier spielen das Internet und die sozialen Medien eine

immer bedeutendere Rolle. Die Exportförderer von Export Music Sweden und Musiksverige haben durch Umfragen und Marktforschungen untersucht, wie man den schwedischen Musikexport am besten unterstützen kann. Man will ein gegenseitiges Verständnis zwischen Gesellschaft und Musikindustrie schaffen. Die Ergebnisse der Marktforschung zeigen, welche Maßnahmen man ergreifen und welche Zielgruppen man erreichen muss, um mehr Musik zu exportieren. Zum Beispiel ist es wichtig, aktive Pressearbeit im Ausland zu machen sowie auf Messen und Events anwesend zu sein. Es ist wichtig, außer traditionellen Zielgruppen wie Musikjournalisten auch andere Gruppen zu erreichen. Zum Beispiel Entscheidungsträger, die mit Konzertplänen arbeiten, sagt Jesper Thorsson.

## Digitale Avantgarde

Die Digitalisierung der Musik hat die Musikindustrie von Grund auf verändert. Schweden als „Mutterland“ der Idee, Musik quasi als Flatrate per Abodienst anzubieten, wird von anderen Märkten sehr aufmerksam beobachtet. Anbieter wie Spotify berechnen eine monatliche Grundgebühr, die einem eine schwindelerregende Zahl von Musiktiteln zur freien Verfügung stellt – allerdings nur, so lange man die Abogebühr bezahlt. Kündigt man, ist alles weg. Der Musikmarkt in Schweden hat sich binnen drei Jahren komplett gewandelt. 2010 machten Streaming-Dienste ein Fünftel des Gesamtumsatzes aus, im ersten Halbjahr 2013 waren es fast drei Viertel. Das Geschäft mit bezahlten Downloads hingegen spielt in Schweden kaum noch eine Rolle. Das ist zwar in Deutschland anders, aber der Trend geht deutlich in Richtung des Streamings. Der Digitalumsatz hierzulande ist mit einem Viertel (1. Halbjahr 2013) des Gesamtmarkts auf dem Niveau, das Norwegen und Schweden 2010 hatten. Ein Grund für die Telekom, sich von ihrem Download-Shop *Musicload* trennen zu wollen, trotz steigender Umsatzzahlen. In Schweden und Norwegen hat der Streaming-Boom den Gesamtumsatz mit Kaufmusik steigen lassen. Nicht nur um ein Prozent wie in Deutschland 2013, sondern zweistellig – 10,64 % in Norwegen 2013 und 13,78 % in Schweden 2012. Es scheint, als hätten die Skandinavier dem Musikmarkt weltweit gezeigt, wie es trotz der Einbrüche beim Verkauf traditioneller Tonträger wieder richtig nach oben gehen kann.

## Das rockt: Schwedische Bands auf Deutschlandtour

Schwedische Musik ist auch in Deutschland populär. Die schwedischen Bands *In Flames* und *Opeth* spielen z.B. am 6. Juni bei Rock im Park in Nürnberg, einem der größten deutschen Festivals. *In Flames* ist ein Metalband aus Göteborg. Sie wurde 1990 gegründet und gilt als einer der Pioniere des melodischen Death-Metal-Genres. Der internationale Durchbruch kam mit einem Plattenvertrag mit der deutschen Firma „Nuclear Beast“. *Opeth* wurde ebenfalls 1990 von Mikael Åkerfeldt und David Isberg in Stockholm gegründet

und hat seine Wurzeln auch im skandinavischen „Death-Metal“. Das Debütalbum „Orchid“ kam 1995 auf den Markt. Die Band ist bekannt dafür, auf progressive Weise ungewöhnliche Elemente zu integrieren, zum Beispiel klassische Gitarre oder Jazz. Seit 2011, als die Band das Album „Heritage“ veröffentlichte, hat der Stil sich ein bisschen verändert. „Dieses Album ist kein extremes Metalalbum. Es ist auf eine andere Weise intensiv“, sagt Mikael Åkerfeldt. *In Flames* und *Opeth* sind auf den europäischen Rockbühnen gut etabliert. Ihre Beliebtheit belegt unter anderem, dass sie bei den größten deutschen Rockkonzerten wie jetzt in Nürnberg mit weltberühmten Bands wie Metallica und Linkin Park auftreten.



Mando Diao

Auch *Mando Diao* ist gerade in Deutschland unterwegs. Die Band ist einer der erfolgreichsten Rockexporte in der Geschichte Schwedens. Seit über einem Jahrzehnt legen die fünf Musiker ein Album nach dem anderen vor und zeigen sich dabei unbeeindruckt von Trends und aktuellen Strömungen. Stattdessen verfolgen sie mit großer Konstanz, Leidenschaft und Coolness ihren mitreißenden Rock'n'Roll, der ebenso geschichtsträchtig wie zeitgemäß klingt. Mando Diao eroberten mit Verve und Selbstbewusstsein die europäische Rockszene. Ihre Mischung aus Retro-Rock, lässigem Soul-Einschlag und überwältigend

eingängigen Melodien stieß auf dem gesamten Kontinent auf große Begeisterung. Kaum war ihr Debüt „Bring'em In“ erschienen, sprach man unter Kritikern von der Wiedergeburt des Rock'n'Roll in der Tradition von The Who, The Kinks oder den Rolling Stones. 2009 folgte der endgültige internationale Durchbruch. In Deutschland erreichte das Album „Give Me Fire“ sogar die Spitzenposition und wurde mit Platin ausgezeichnet. 2012 nahmen sie mit „Infruset“ ihr erstes Album in schwedischer Sprache auf. Es hielt sich ein ganzes Jahr lang an der Spitze der schwedischen Charts. Mando Diao beginnt am 4. Juni in Berlin seine kurze Deutschlandtournee. Weitere Spielorte sind die Festivals „Rock am Ring“ am Nürburgring und „Rock im Park“ in Nürnberg.

### Konzerte von Mando Diao in Deutschland

4. Juni 2014, Berlin  
5. Juni 2014, Nürnberg, Rock am Ring  
5. Juni 2014, Nürnberg, Rock im Park  
Konzert mit In Flames und Opeth  
6. Juni 2014, Nürnberg, Rock im Park

## Musikfestivals in Schweden

Schweden lieben Festivals, und Musikfans aller Genres können aus einem großen Angebot wählen. Eines der bekanntesten ist das *Hultsfredsfestival*. Es ist gattungsübergreifend, wobei Pop und Rock

vor Tanzmusik und Hardrock dominierten. Nach ökonomischen Schwierigkeiten war das Festival von der Schließung bedroht. Man hat versucht, es zu retten, indem man es nach Stockholm verlegt und in *Hultsfred Stockholm* umbenannt hat. Leider war der Versuch nicht so erfolgreich, dieses Jahr gibt es kein Hultsfredsfestival. Die Veranstalter hoffen nun, für 2015 eine tragfähige Lösung zu finden.

Als regelrechter Senkrechtstarter erwies sich das erst 2011 begonnene *Summerburstfestival*, das auf elektronische Musik spezialisiert ist. Innerhalb von drei Jahren stiegen die Teilnehmerzahlen von 13.000 in Stockholm auf 60.000, Göteborg kam als zusätzlicher Festivalort dazu. Ein anderes großes Musikfestival ist *Way out West*, das im zentralen Göteborger Park stattfindet. Der Schwerpunkt des Festivals ist Musik, aber auch andere Kultur-events wie Poesie und Graffiti haben Platz. Seit dem Start 2007 war *Way out West* ein Publikumsrenner, dieses Jahr werden 30.000 Besucher erwartet. Zu den Bands 2014 gehören u.a. Kraftwerk aus Deutschland.

Zu den größten Festivals dieses Sommers gehört auch das auf Hardrock abonnierte *Sweden Rock* in Sölvesborg in Blekinge. Vom 4. - 7. Juni werden auch hier 30.000 Besucher erwartet. Andere große und berühmte Festivals in Schweden sind Bravalla, Sonisphere und Storsjöran.

Summerburstfestivalen: 30.-31. Mai 2014, Göteborg  
Sweden Rock: 4.-7. Juni 2014, Sölvesborg  
Summerburstfestivalen: 13.-14. Juni 2014, Stockholm  
Way out West: 7.-9. August 2014, Göteborg

## Klassisch in Schweden



Anne Sofie von Otter

Zwar ist die schwedische Musikszene ohne Frage besonders in Pop, Rock und Jazz kreativ, aber auch im Klassikbereich spielt Schweden erfolgreich mit. Eines der besten Orchester Europas sind die *Göteborger Symphoniker*. Das Nationalorchester Schwedens zeigt eine starke Lokalpräsenz und gibt jährlich etwa 100 Konzerte im Göteborger Konzerthaus und im Sommer auch Open Air auf dem Götaplatt oder im Park Slottskogen. Eine wichtige Ära war die Leitung durch Neeme Järvi in den Jahren 1982-2004. Durch zahlreiche Tonaufnahmen und Tourneen machte er die Göteborger Symphoniker international bekannt. Zu den echten Weltstars der Klassik gehört die Mezzosopranistin *Anne Sofie von Otter*. Aufgewachsen in Stockholm, Bonn und London, studierte sie in Stockholm und London und begann ihre Weltkarriere in Basel. Sie sang an der New Yorker Met ebenso wie an der Wiener Staatsoper und ist regelmäßig in den großen Konzerthäusern Europas und Nordamerikas unter den großen Dirigenten ihrer Zeit zu hören.

# Besuch bei Munters – Gute Luft für gute Produkte

Wie kleine, einfache Ideen „geniale“ Wirkung entfalten



Haben Sie schon mal darüber nachgedacht, warum Kaugummi so eine schöne, glatte Oberfläche hat? Oder Schokolade und Pralinen in der Regel satt braun sind, anstatt einen gräulichen Schimmer zu haben? Und warum hat Ihr Auto einen so makellosen Lack? Auf diese grundlegenden, alltäglichen Fragen, über die normalerweise niemand nachdenkt, hat die Regionalgruppe Hamburg der Schwedischen Handelskammer am

20. März 2014 tiefgehende und umfassende Antworten bekommen. Denn die Antwort ist eigentlich ganz einfach. Durch optimale Luftfeuchtigkeit während des Produktionsprozesses verbessert sich die Produktqualität erheblich bzw. wird eine Produktion, z.B. von Tabletten und Pulvern in der Pharma-Industrie, überhaupt erst ermöglicht – und als Bonus oben drauf, kann auch noch der Energieverbrauch um bis zu 75% gesenkt werden (wie z.B. in Datenzentren). Was klingt wie ein Wundermärchen der modernen Industrie, ist für die Munters GmbH, 100%-ige Tochter der Munters Europe AB, Alltagsgeschäft.

Seit Carl Munters in den 50er Jahren den Adsorptionsrotor erfand, hat sich die Munters AB zum Weltmarktführer der sorptiven Luftentfeuchtung entwickelt. Denn der Bedarf an trockener Luft und optimalem Raumklima besteht weltweit und in nahezu allen Branchen – und Munters liefert die individuelle, optimale Lösung. Während man sich die Notwendigkeit optimalen Raumklimas bei Archiven und Museen und auch in der Automobilproduktion durchaus vorstellen kann, überrascht der Gedanke zunächst, dass auch Brücken, wie z.B. die Öresundbrücke, mit trockener Luft von Munters vor Korrosion geschützt werden. Die Lösung ist so einfach wie überzeugend: Anstatt die Träger ständig mit neuen Anstrichen zu versehen, werden sie langsam und ständig mit trockener Luft umblasen. Das Ergebnis: keine Korrosion und ein Kosteneinsparungsverhältnis von 50 zu 1. Mitglieder der Schwedischen Handelskammer in Hamburg konnten sich bei einer Unternehmenspräsentation und anschließenden Besichtigung der neuen Fertigungshalle von Munters in Hamburg-Moorfleet davon überzeugen, dass man mit kleinen und einfachen Ideen geniale Wirkung erzielen kann. Ein herzliches Dankeschön für eine engagierte Unternehmensvorstellung und die imponierenden Eindrücke!

Uta Schulz

## Schwedischer Salon in Stuttgart: Energiewende gestalten mit schwedischer Technologie

„Schweden ist Deutschland beim Leitungs- und Netzbau deutlich voraus“ – das berichteten die Geschäftsführer der econtech GmbH, Horst Ripke und Florian Borst, beim Schwedischen Salon am 8. Mai 2014 in Stuttgart. Trotz des Technologievorsprungs sei der Markteintritt in Deutschland mit großen Herausforderungen verbunden: Der vielseitig einsetzbare Geräteträger des schwedischen Unternehmens HUDDIG AB mit seinen verschiedenen Anschlussgeräten erfordere eine Abkehr von eingespielten Abläufen und kompetentes Personal. Mit der schwedischen Gerätetechnologie könne der für die Energiewende relevante Leitungs- und Netzbau jedoch effizienter gestaltet werden.



Huddig AB liefert vielseitige Technik für die Energiewende. Die Mitglieder der Regionalgruppe Stuttgart waren beeindruckt.



SCHWEDISCHER  
UNTERNEHMENSPREIS  
IN DEUTSCHLAND

SAVE THE DATE!

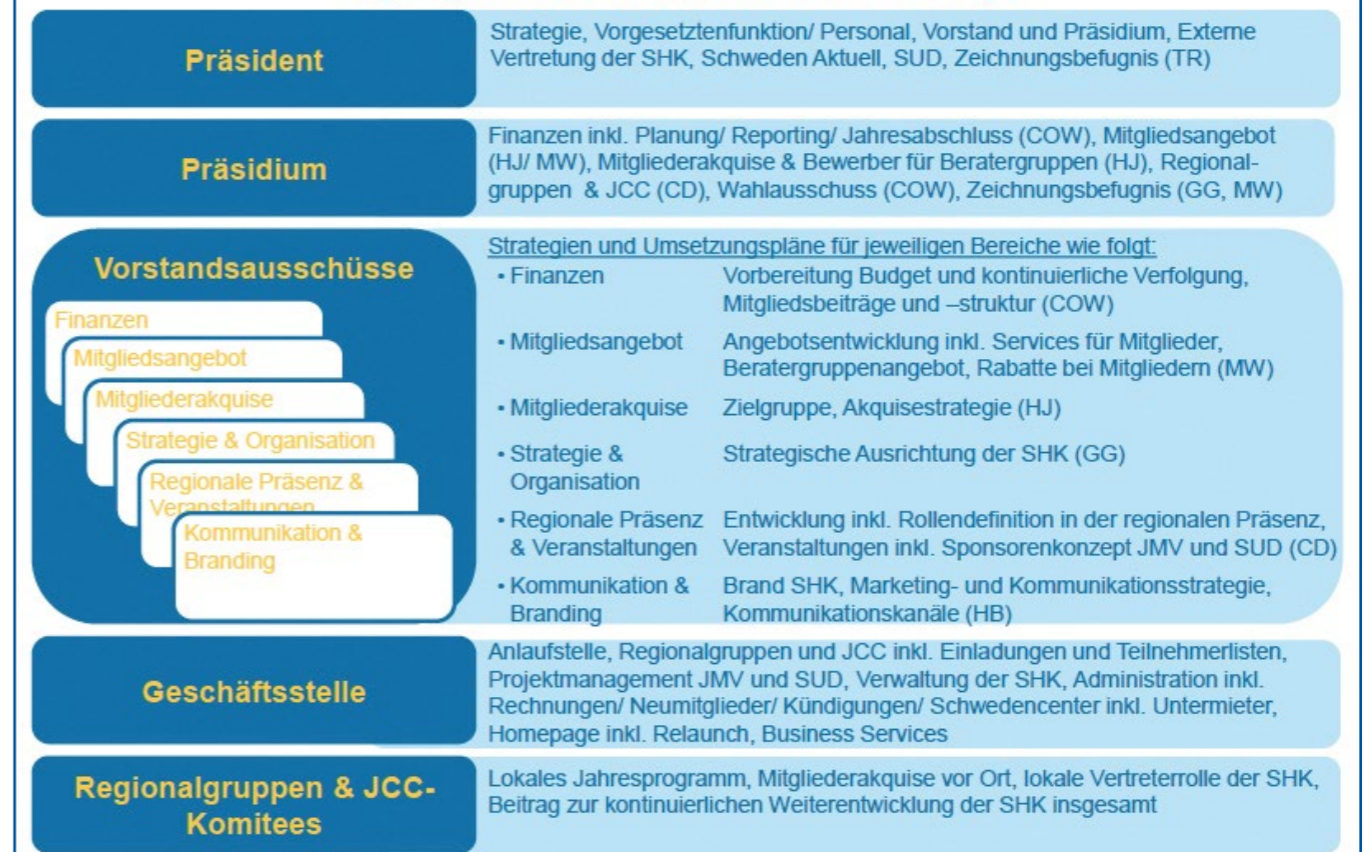
VERLEIHUNG DES SCHWEDISCHEN UNTERNEHMENSPREISES 2014

Donnerstag, der 6. November 2014, 18 Uhr im Humboldt Carré Berlin

Die Festrede im Rahmen des diesjährigen Events hält Tom Johnstone, Präsident und CEO des SKF Konzerns und unlängst vom schwedischen Wirtschaftsmagazin „Affärsvärlden“ ausgezeichnete „Leader of the Year“. Wir freuen uns auf einen Tag voller Austausch, interessantem Input, ausgezeichneten Preisträgern und spannenden Gästen!

Weitere Informationen zu Tagesprogramm, Anmeldung und Preisträgern entnehmen Sie der kommenden Ausgabe *Schweden Aktuell* sowie der Homepage. Schreiben Sie eine Mail an [info@schwedenkammer.de](mailto:info@schwedenkammer.de) wenn Sie eine Einladung per Post erhalten möchten. Wir freuen uns auf ein Wiedersehen in Berlin!

## Schwedische Handelskammer - Organigramm und Übersicht Verantwortungen -



TR: Thomas Ryberg, COW: Carina Olausson-Wigley, HJ: Hans Jannö, MW: Maria Wolleh, CD: Catharina Dreier, GG: Gunnar Groebler, HB: Helene Berg

Mai 2014

## VERANSTALTUNGEN IN DEN REGIONEN

### Juni 2014

- 05.06. JCC Düsseldorf-Köln: AfterWork, Düsseldorf
- 20.06. JCC Berlin: Mittsommerfeier, Berlin
- 24.06. Regionalgruppe Rhein-Main: Unternehmensbesichtigung SCHUFA, Wiesbaden

### Juli 2014

- 03.07. Regionalgruppe Rhein-Main: Nordic Talking, Frankfurt

SAVE THE DATES!

### September 2014

- 04.09. Regionalgruppe Rhein-Main: Nordic Talking, Frankfurt
- 19.09. Schwedische Handelskammer: HR-Tag, Frankfurt
- 20.09. Schwedische Handelskammer: Golfturnier, Mainz
- 25.09. Regionalgruppe Baden-Württemberg: Svenska Salongen, Stuttgart

### November 2014

- 06.11. Schwedische Handelskammer: Verleihung des Schwedischen Unternehmenspreises 2014, Berlin

Diese und weitere Veranstaltungen finden Sie auf [www.schwedenkammer.de](http://www.schwedenkammer.de)



## Fördermitglieder



Svenska Handelsbanken



## Finanziellen Erfolg aufbauen.

## Gemeinsam.

Die SEB ist seit über 150 Jahren ein verlässlicher Finanzpartner. Wir wissen, worauf es ankommt, um langfristige und vertrauensvolle Geschäftsbeziehungen aufzubauen: Wir hören zu, wir verstehen Ihre Bedürfnisse und wir unterstützen Sie dabei, Ihre finanziellen Ziele zu erreichen. Als eine der führenden nord-europäischen Banken bieten wir die komplette Bandbreite an Produkten und Services. Mit unserer langjährigen Erfahrung und unserem internationalen Netzwerk begleiten wir das Wachstum Ihres Unternehmens.

Gemeinsam bauen wir Ihren finanziellen Erfolg auf.

[www.seb.de](http://www.seb.de)



## Nutzen Sie „Schweden aktuell“ für Ihre Kommunikation!

Die „Schweden aktuell“ erscheint 5 Mal im Jahr. Dies sind die Schwerpunkte der kommenden Ausgaben:

SA 3/14 – Umwelt, Energie & Gesundheit – Anzeigenschluss: 24.6.2014

SA 4/14 – Mobilität & Maschinenbau – Anzeigenschluss: 5.9.2014

SA 5/14 – Innovationen in Technik und Dienstleistung – Anzeigenschluss: 7.11.2014

Außerdem gibt es in jeder Ausgabe eine neue Rubrik zum Thema Kultur & Lebensart.

Die Mediadaten mit Anzeigenpreisen und Terminen für 2014 finden Sie unter [www.schwedenkammer.de](http://www.schwedenkammer.de).

Reservieren Sie jetzt Ihre Anzeigen unter 02054-938 54 17 oder [schwedenkammer@nordis.biz](mailto:schwedenkammer@nordis.biz).

### 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](http://www.schwedenkammer.de)

**V.i.S.d.P.:** Mats Hultberg, Geschäftsführer

**Titelbild:** Henrik Trygg/[imagebank.sweden.se](http://imagebank.sweden.se)

**Koordination, Anzeigen, Produktion:**

Nordis – Agentur für Kommunikation

Werdener Straße 28, 45219 Essen,

Tel. 02054-938 54 0

[schwedenkammer@nordis.biz](mailto:schwedenkammer@nordis.biz)

[www.nordis.biz](http://www.nordis.biz)



... makes companies better!



[www.ryberg-consulting.com](http://www.ryberg-consulting.com)

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

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



# DER VOLVO V40 YOU!

Beim Volvo V40 YOU! wird schnell klar, um wen sich bei uns alles dreht – um Sie! Lassen Sie sich überzeugen von seiner umfangreichen Zusatzausstattung: mit hochauflösender digitaler Instrumentierung, Audiopaket „High Performance“, Dual-Xenon-Scheinwerfer, Einparkhilfe hinten uvm. haben wir die beliebtesten Optionen zu einem attraktiven Paket zusammengefasst: for YOU!

Ab 23.650,00 Euro.

Jetzt direkt Probe fahren – bei Ihrem Volvo Partner.

**VOLVOCARS.DE**

Abb. zeigt Sonderausstattung.

Kraftstoffverbrauch kombiniert (l/100 km): 7,9 – 3,4; CO<sub>2</sub>-Emissionen kombiniert (g/km): 185 – 88 (gem. vorgeschriebenem Messverfahren).