

SCHWEDEN aktivell

www.schwedenkammer.de

INTERVIEW

Oscar Swartz

REGIONENPROFIL

Metropolregion Öresund

SCHWERPUNKT

Total Digital

PORTRAIT

EHRENBERG Kommunikation



Schwedische
Handelskammer
in der Bundesrepublik
Deutschland

Die Mischung macht's: genau wie bei unserem Energiemix

Manche setzen auf Wasserkraft. Andere auf Windenergie. Wieder andere auf Biomasse. Vattenfall setzt auf einen breiten Energiemix. Denn indem wir alle Potenziale sinnvoll nutzen, können wir den steigenden Strombedarf decken und gleichzeitig den Ausbau erneuerbarer Energien bestmöglich vorantreiben. Mehr unter www.vattenfall.de/energiemix



VATTENFALL 



Liebe Leser und Freunde der Schwedischen
Handelskammer,

der schwedische Markt ist mit neun Millionen Einwohnern relativ klein. Will ein schwedisches Unternehmen groß rauskommen, muss es meistens ins Ausland gehen. Und wer dort erfolgreich sein will, muss die Landessprache lernen. Also sprechen die meisten Schweden gut Englisch; klar, das lernen sie ja alle in der Schule. Die deutsche Sprache – noch bis vor ein paar Jahrzehnten die erste Fremdsprache im schwedischen Schulsystem – wird mittlerweile von immer weniger Schülern und Studenten gebüffelt.

Bei der diesjährigen Politikerwoche Almedalen in Visby, ließ der schwedische Schulminister Jan Björklund die anwesenden Politiker und Medienvertreter an seiner neuen Vision in diesem Gebiet teilhaben: Um in einer globalisierten Wirtschaft ganz vorn zu bleiben, soll Schweden das erste Land Europas werden, das allen Studenten Chinesisch-Unterricht anbietet. Oder genauer gesagt: Mandarin-Unterricht.

Das ist ein guter Vorsatz. China ist inzwischen die zweitgrößte Volkswirtschaft der Welt und weist beeindruckende Wachstumszahlen auf; Schwedische Firmen sind seit Jahren in China aktiv. Für Schweden ist Deutschland jedoch nach wie vor mit Abstand der wichtigste Handelspartner. Neun Prozent des Exports geht an Deutschland und 18 Prozent aller Importe nach Schweden kommen aus Deutschland. Und so wird es auch in absehbarer Zeit bleiben.

Trotz dieser Bedeutung für die schwedische Wirtschaft lernen immer weniger Schweden Deutsch, der Trend ist seit Jahren rückläufig. Weniger Deutsch-Studenten bedeuten allmählich weniger Studienplätze; weniger Studienplätze, weniger Lehrer. Und so entsteht für die schwedische Wirtschaft ein Mangel an gut ausgebildetem und deutschsprechendem Personal.

Nun meinen viele, dass das nicht unbedingt ein Problem ist. Man kommt doch überall mit Englisch klar, oder?

Das ist richtig, aber wer sich im harten Konkurrenzkampf auf dem deutschen Markt behaupten will, muss sich mehr als nur verständigen können. Wer in Deutschland Deutsch spricht, ist klar im Vorteil. Wer die Sprache lernt, lernt gleichzeitig auch Kultur und Geschichte kennen und kann Vertrauen und langfristige Geschäftsbeziehungen viel effizienter aufbauen.

Die Schwedische Handelskammer möchte sich verstärkt zusammen mit ihren Kooperationspartnern dafür einsetzen, dass sich mehr Studenten in Schweden für die Sprache interessieren. Sicherlich ist es gut, dass schwedische Studenten Chinesisch und Spanisch lernen können, aber bitte vergesst uns nicht – hier gibt es noch viele Geschäftsmöglichkeiten!

Mit freundlichen Grüßen aus Düsseldorf

Mats Hultberg

Inhalt

5 FRAGEN AN Oscar Swartz	4
KOLUMNE Tomas Lundin	5
WIRTSCHAFT AKTUELL	6
POLITIK Die Almedalenwoche	8
EXPORTPREISBEWERBER	9
REGIONENPORTRAIT Öresund	10
SCHWERPUNKT Digitale Welten	13
PORTRAIT EHRENBERG Kommunikation	18
RECHT AKTUELL	19
JCC – JUNIOR CHAMBER CLUB	20
IMPRESSUM	22



„Die eigenen Informationen kontrollieren“

5 Fragen an Oscar Swartz, Publizist und IT-Unternehmer

Oscar Swartz arbeitet seit 1992 als freier Publizist und IT-Unternehmer. 1994 startete er Schwedens ersten Internetprovider, Bahnhof Internet, und gründete 1995 den Verlag QX Förlag AB. In Schweden ist er besonders in der Debatte um Lizenzschutz und Freiheit im Internet bekannt geworden.

1. Seit einiger Zeit haben Sie einen Zweitwohnsitz in Berlin. Was macht die deutsche Hauptstadt für Sie so attraktiv?

Ich finde, Bürgermeister Klaus „Wowi“ Wowereit hatte recht, als er Berlin „arm aber sexy“ nannte. Es ist die freieste, toleranteste und anspruchloseste Stadt Europas, mit einem Miet- und Preisniveau, das eine große alternative Szene anzieht: Vor allem junge Menschen aus unzähligen Ländern. Und zugleich gibt es Hochkultur für den, der will. Der Grund ist natürlich die einzigartige Geschichte der Stadt. Das Tempo ist nicht hysterisch, eher kontemplativ.

2. Sie haben sich lange für freie Kommunikation im Internet eingesetzt. Was ist darunter eigentlich zu verstehen? Soll wirklich alles frei und gratis für alle sein? Sollen also Künstler für ihre Werke nicht bezahlt werden?

Freie Kommunikation bedeutet, dass man Informationen senden und empfangen kann, ohne vom Staat überwacht zu werden oder in Razzien zu geraten, weil man eine unbequeme politische Frage diskutiert oder einem Freund einen Song sendet. Wir sind jetzt alle miteinander in dieser fantastischen Informationsaustauschmaschine verbunden, die die Welt revolutionieren kann. Schau dir den arabischen Frühling an! Begriffe wie „Exemplar“ verlieren aber ihre Bedeutung. Eine Datei, die kostenlos vervielfältigt und verteilt werden kann, kann nicht mehr von großem Einzelwert sein, solange wir keine widerliche Großer-Bruder-Gesellschaft einführen wollen, die die ganze Bevölkerung jagt und bestraft. Das muss einfach akzeptiert werden. Die Künstler haben im Laufe der Geschichte auf viele unterschiedliche Weisen ihre Bezahlung bekommen. Bezahlung pro Exemplar ist in der digitalen Gesellschaft eine Sackgasse.

3. Welche großen Unterschiede sehen Sie zwischen Schweden und Deutschland im Umgang mit Internet und freier Kommunikation?

In Deutschland hat man prinzipiell ein besseres Verständnis für solche Fragen. Ich glaube, weil man noch frische Erinnerungen an staatliche Zwangsgewalt, Geheimpolizei, Überwachung, Spionage und Denunziation hat, sowohl aus der nationalsozialistischen Periode wie aus der Stasizeit in der DDR. In Deutschland hat man auch das Bundesverfassungsgericht in Karlsruhe, das nicht

zulässt, dass Politiker die grundrechtlichen Freiheiten vergessen. In Schweden haben wir aber eine aktivere Gegenbewegung. Zum Beispiel die schwedische Piratenpartei, das Piratenbüro*, Pirate Bay, die FRA-Protestbewegung gegen schärfere Abhörgesetze, und aktive Blogger. In Deutschland gibt es den Chaos Computer Club, der der schwedischen Piratenbewegung ähnelt, aber eine kleine und spezialisierte Organisation ist. Ich nehme jedes Jahr an seinem Kongress in Berlin teil. Vielleicht wird ja die Piratenpartei bei den Kommunalwahlen in den Berliner Senat gewählt.

4. Was sollte anders gemacht werden? Welche Veränderungen würden Sie in den kommenden Jahren gern sehen?

Ich denke, wir sehen eine Reaktion gegen die großen Internetunternehmen, die so viele Informationen über uns alle besitzen. Es gibt kollaborative Projekte, um Plattformen zu entwickeln, bei denen man seine eigenen Informationen kontrollieren kann. Die Idee ist, dass man seine Bilder und Texte auf seinem eigenen Computer oder Server aufbewahrt, statt alles auf Facebook, Twitter oder Google zu laden. Dann verbinden sich alle und das Resultat ist etwas wie Facebook, aber ohne eine zentrale Spinne im Netz. Wir können ja alle im Fall Julian Assange sehen, wie die Behörden von den großen Internetunternehmen, die alles über uns wissen, Informationen fordern. Bisher werden diese Fragen am intensivsten in „netznahen“ Kreisen diskutiert.

5. Soziale Medien sind das große Thema unserer Tage. Wie nutzen Sie solche Medien?

Zwischen 2005-2010 war ich ein fast manischer Blogger. Insbesondere 2008, als ich Preise als „Aktivist des Jahres“ und „Staatsbürgerjournalist des Jahres“ bekam und u.a. für den „Großen Bloggerpreis“ nominiert wurde. Ich schrieb ein paar Berichte über Kommunikationsfreiheit und Regelungen des Internet. Ich bin froh, diese Fragen angestoßen zu haben, aber arbeite gegenwärtig mit anderen Projekten, so dass ich nicht so aktiv im Blog und auf Twitter sein kann. Aber ich werde zurückkommen!

*Eine schwedische Organisation, die gegründet wurde, um den individuellen Kampf gegen Copyright und geistiges Eigentum durch das Tauschen von Informationen und Kulturaspekten zu unterstützen.

Appsolot erfolgreich – die digitalen Schweden

Selbst habe ich nichts ausgefüllt. Jede einzelne Zahl in der Steuererklärung stammt wie immer vom schwedischen Finanzamt. Einmal kurz drauf schauen – sieht gut aus! – dann übers Internet den Bestätigungscode eingeben. Und das war's schon: Steuererklärung auf Schwedisch.

Vom E-Staat Estland, wo fast alles online und sofort zu erledigen ist, kann Schweden zwar noch ein wenig lernen. Deutschland dagegen ist aber digitale Wüste, zumindest im Vergleich mit den nordischen Nachbarn. Wie kommt's?

Einige sagen, was dem Deutschen sein Auto, ist dem Schweden sein Smartphone. Also neue schicke (digitale) Technik als Statussymbol? Mit Sicherheit ist da was dran. Dazu Herdentrieb. Sag Apple, und die Schweden leeren blitzschnell ihr Portemonnaie bis auf die letzte Krone.

Schließlich Gutgläubigkeit. Oder besser gesagt: Unbekümmertheit. Technik ist in Schweden immer positiv besetzt. In Deutschland geht der erste Gedanke in Richtung gesundheitsschädlicher Strahlung oder gesellschaftlich unerwünschter Nebenwirkungen. In der Regel bedarf es dazu einer Studie. Schnell ist da nichts zu machen. Für das World Economic Forum, das in diesem Jahr Schweden wie-

der als die „konkurrenzfähigste digitale Wirtschaft der Welt“ kürte, ist aber Schnelligkeit entscheidend. Schnell ein Produkt oder eine Dienstleistung entwickeln, testen und marktfähig machen – das funktioniert in Schweden. So gründeten Niklas Zennström und Janus Friis erst die Tauschbörse Kazaa und dann den Videotelefoniedienst Skype innerhalb weniger Monate. Ähnlich schnell etablierte sich der Musikdienst Spotify von Daniel Ek und Martin Lorentzon, beide Mehrfachtäter mit vielen erfolgreichen IT-Gründungen hinter sich.

Skype wurde schnell an Ebay verkauft, für 19 Milliarden Kronen, und Daniel Ek wurde zu einem der reichsten Schweden. So geht es meistens. Technikbegeisterte junge Schweden mit Gespür für Konsumtrends stampfen ein Unternehmen aus dem Boden, haben aber nicht den Heimatmarkt wie in den USA, um groß zu werden. So bleibt Ihnen nichts anderes übrig, als immer weiter gute Ideen zu produzieren – auch dies eine Erklärung für den Vorsprung Schwedens in der digitalen Welt.



Tomas Lundin



... makes companies better!



www.ryberg-consulting.com

RYBERG-CONSULTING
Germany
Alte Bleiche 4
DE-65719 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
Rhein-Ruhr
Steinmetzstraße 34-36
DE-41061 Mönchengladbach
Tel: +49(0)2161 576793 – 0
info.rhein-ruhr@ryberg-consulting.com

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

Kurznachrichten



Autoverkauf in Schweden steigt auf Rekordniveau

2011 scheint ein gutes Jahr für den Autoverkauf in Schweden zu werden. Bisher sind 201.031 Neuwagen registriert worden, 11,2 Prozent mehr als im Vorjahr. Die Branchenorganisation Bil Sweden prognostizierte jetzt, dass 2011 für den Autoverkauf eines der besten Jahre aller Zeiten werden wird. Auch der LKW-Verkauf läuft aufgrund der starken Konjunktur und der Investitionen in die Infrastruktur gut.



Die Schweden müssen länger arbeiten

In 20 Jahren wird Schweden voraussichtlich mehr als 800.000 Bürger haben, die über 80 Jahre alt sind. Ministerpräsident Reinfeldt sagte im Juli, dass die Schweden länger werden arbeiten müssen und dass der Ruhestand vielleicht vollständig abgeschafft werden muss. Die Regierung wird eine Zukunftskommission besetzen, um langfristige Lösungen zu entwickeln. Außerdem mischte sich Reinfeldt in die Diskriminierungsdebatte ein und sagte, dass die Wirtschaft Gewohnheiten ändern und mehr Migranten einstellen müsse.

Schwedens Wirtschaft bremst

Das staatliche Konjunkturinstitut, KI, hat die Wachstumszahlen für die schwedische Wirtschaft leicht nach unten korrigiert. Wie die Nachrichtenagentur TT meldet, geht das Institut für das laufende Jahr von einem Zuwachs um 4,3 Prozent aus. Das sind 0,1 Prozentpunkte weniger als bei der letzten Prognose. 2012 bremst die schwedische Wirtschaft laut KI dagegen deutlich. Anstelle eines Wachstums von 2,9 Prozent für das kommende Jahr rechnet das Institut nur noch mit 1,9 Prozent Steigerung. 2013

soll der Trend wenden. Die Analysten rechnen dann mit einem Zuwachs von 3,4 Prozent. Weiter geht das Konjunkturinstitut von einer Arbeitslosenquote von 7,5 Prozent für das kommende Jahr aus. Daher befürwortet das Institut eine expansive Finanzpolitik, um auf die geschwächte Weltkonjunktur reagieren zu können. Demnach gäbe es bis zum Jahr 2015 Spielraum für Investitionen und Reformen in Höhe von umgerechnet sieben Milliarden Euro. Fast die Hälfte dieser Gelder sollte dem Institut zufolge bereits im kommenden Jahr investiert werden.



Tourismus in Schweden wächst weiter

Dem Trend des ersten Halbjahres nach wird der Tourismus in Schweden auch 2011 Rekordeinnahmen erreichen. Die Zahl

deutscher Touristen, der größten Besuchergruppe, erhöhte sich im Juni um 16 Prozent. Prozentual noch stärker stieg die Zahl der chinesischen Besucher. Viele Touristikunternehmen planen die Rekrutierung zusätzlichen Personals. Der Konsum ausländischer Touristen in Schweden ist im vergangenen Jahr um 1,7 Prozent auf umgerechnet gut 8,3 Milliarden Euro angestiegen. Insgesamt kommt jede zehnte Krone in den Kassen der schwedischen Läden aus der Hand von Touristen, zeigt ein Bericht des Schwedischen Einzelhandelsverbandes. Die Tourismusbranche setzt jährlich umgerechnet fast 27 Milliarden Euro um und schafft 160.000 Arbeitsplätze.



Doc Morris verschärft den Wettbewerb der Apotheken in Schweden

Während viele schwedische Apotheken, darunter die größte Apothekenkette „Apotek Hjärtat“, von kräftigen Verlusten berichten, verschärft die deutsche Apothekenkette Doc Morris den Wettbewerb. Doc Morris teilte Ende Juni mit, den 100. Mietvertrag unterschrieben und 2011 schon 12 neue Apotheken eröffnet zu haben.



Oktoberfest in Stockholm

Im August fand auf dem Stockholmer Messegelände das erste „Oktoberfest“ statt. Initiator war ein nach Deutschland ausgewanderte Däne, der das Konzept schon in seiner alten Heimat zum Erfolg gebracht hatte. Neben Weißwurst mit Sauerkraut gab es aus Deutschland importiertes Bier, darunter auch ein extra gebräutes Stockholmer Oktoberfest-Bier.

SNS startet in Frankfurt

Der Studieförbundet Näringsliv och Samhälle (SNS) ist eine politisch unabhängige Non-Profit-Organisation, die durch Forschung, Tagungen und Buchveröffentlichungen dazu beiträgt, dass Entscheidungsträger in Politik, der öffentlichen Verwaltungen und der Wirtschaft fundierte Entscheidungen treffen können. In Frankfurt startet nun eine lokale Gruppe für Schwedischsprechende in Deutschland. Im Mittelpunkt der Vorträge und Diskussionen stehen die politischen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Entwicklungen in Schweden. Die lokale Organisation ist ehrenamtlich und arbeitet in Abstimmung mit der Schwedischen Botschaft in Berlin und dem Konsulat in Frankfurt. Die Vereinigung sieht sich als Ergänzung zu der mehr wirtschaftsunterstützenden Tätigkeit der Schwedischen Handelskammer, zu der geistlichen und sozialen Begegnungsstätte der Schwedischen Kirche und zu den anderen schwedischen und nordischen Geschäfts- und Kultureinrichtungen. Daher wurde ein breit gefächertes Vorstand gebildet, bestehend aus Repräsentanten von unter anderem dem Konsulat (Dr. Christian Bloth), der ECB (Pontus Åberg und Thomas Karlsson) und diversen Firmen wie Mannheimer Swartling, PWC und SEB.

Kontakt: Roger T. Storm, Vorsitzender Studieförbundet Näringsliv och Samhälle (SNS) Frankfurt/Rhein-Main, Tel: +49-173-651 35 31, E-Mail: roger.storm@seb.se. www.sns.se

Dramatisches Hofsterben

Die Zahl der Vollzeitlandwirte ist in Schweden dramatisch gesunken. Nach Angaben des Landwirtschaftsverbandes (LRF) im Schwedischen Rundfunk hat die Zahl der Höfe innerhalb der letzten drei Jahre um ein Fünftel abgenommen. Sollte sich dieser Trend

halten, gäbe es in 13 Jahren keine Bauern mehr in Schweden. Gab es 2009 noch 27.000 voll beschäftigte Bauern, sind es jetzt nur noch 22.000. Eine Ursache für das Hofsterben ist der steigende Rationalisierungsdruck in der Landwirtschaft. Außerdem fehlt es den Landwirten an interessiertem Nachwuchs.



Litfy: Spotify für Bücher

Im Musikbereich hat sich der schwedische Musik-Streamingdienst Spotify bereits etabliert. Der E-Book-Sektor hingegen ist noch nicht ganz so weit. Litfy versucht nun, die Funktionsweise der Musik-Streamingangebote in die Welt der Unterhaltungsliteratur zu übertragen. Litfy positioniert sich zu Beginn als vollständige Gratis-Lösung und bietet vorerst ausschließlich Bücher, deren Urheberrecht ausge-

laufen ist. 15.000 englischsprachige Titel befinden sich momentan im Archiv. Mittelfristig wollen aber auch die Litfy-Macher Henrik Hussfelt sowie Pascal und Johanna Denize mit Verlagen zusammenarbeiten und deren Werke in Form eines werbefinanzierten oder kostenpflichtigen Flatrate-Angebotes über die Litfy-Website sowie noch nicht veröffentlichte mobile Apps zugänglich machen.

ZELLSTOFF UND PAPIER SEIT 1897

Der Ursprung der Conrad Jacobson GmbH geht auf das Jahr 1897 zurück. Seitdem ist Conrad Jacobson ausschließlich als Händler und Agent für Papier und Zellstoff sowohl im Import als auch im Export tätig.

Im Laufe der Jahre ist Conrad Jacobson zu einer Unternehmensgruppe mit über zwanzig Tochtergesellschaften im In- und Ausland geworden, die ebenfalls als Händler und Agenten im Papier- und Zellstoffgeschäft tätig sind. Der Absatz an Papier und Zellstoff beträgt für die Gruppe weltweit über eine Million Tonnen pro Jahr.

In Hamburg beschäftigt die Conrad Jacobson GmbH ungefähr 60 Mitarbeiter, in der Gruppe sind es über 200.



Conrad Jacobson GmbH • Oberbaumbrücke 1
D-20457 Hamburg • Tel. +49-40-334030
Fax +49-40-33403-182 • info@conradjacobson.com
www.conradjacobson.com

Die Almedalenwoche – Demokratie auf Schwedisch



„Almedalsveckan“ ist seit Jahren ein Begriff in Schweden und mittlerweile auch über die Landesgrenzen hinaus. Jedes Jahr wird die alte Hansestadt Visby auf Gotland zum Treffpunkt für Vertreter aus Politik und Wirtschaft, für Journalisten, Lobbyisten, Gewerkschaften und öffentliche Institutionen aller Art. Acht Tage lang präsentieren sie sich im Rahmen von Seminaren, Podiumsdiskussionen und Ausstellungen; Politische Reden aller Parteien sorgen zudem für den nötigen Input für die stetige Debatte über gesellschaftliche und politische Fragen – alles in entspannter Atmosphäre.

Im Jahre 1968 gab der sozialdemokratische Ministerpräsident Olof Palme den Startschuss für die Politikerwoche wie sie heute ist: Auf dem Heimweg aus seinem Sommerurlaub hielt er spontan in Visbys Stadtpark Almedalen, auf der Ladefläche eines LKWs stehend, für eine Handvoll Menschen eine Rede – eine Aktion, die er in den darauffolgenden Jahren wiederholte. Schnell wurde sie zur Tradition, der sich Publikum, Journalisten und die anderen Parteien anschlossen. Die Almedalenwoche als politischer Treffpunkt war geboren.

Heute ist sie ohne Zweifel zur größten Veranstaltung für politische Debatte in Schweden herangewachsen und der Trend reißt nicht ab. Waren es im Jahr 2009 noch 1041 registrierte Veranstaltungen, durfte sich das Publikum in 2010 schon über 1396 und in 2011 gar über 1487 einzelne Programmpunkte von über 800 Veranstaltern freuen. Das Programm wird von rund 1300 Journalisten begleitet – und während der acht Tage werden sogar mehrere eigene Tageszeitungen publiziert!

Den Kern des umfangreichen Programms bildet die Politik; Jeder Tag steht im Zeichen einer der im Reichstag vertretenen Parteien. Während sie sehr stark repräsentiert sind, ist die Beteiligung wirtschaftlicher Vertreter noch eher gering, lässt aber hoffen.

In diesem Jahr waren unter anderen Institutionen wie Svenskt Näringsliv, Företagarna, die Südschwedische und die Westschwedische Handelskammer sowie die Stockholmer Handelskammer präsent. Die Schwedische Handelskammer in Deutschland war in diesem Jahr vorerst als Zuhörer dabei – Geschäftsführer Mats Hultberg und Vorstandsmitglied Ralf Fröhlich (Himmel & Jord GmbH) besuchten während der Woche unzählige Seminare und Diskussionen und stellten fest, dass der Mehrwert für die Kammer in erster Linie darin besteht, alle relevanten Akteure an einem Platz vorzufinden, Kontakte zu knüpfen, Kooperationen zu vertiefen und Netzwerke aufzubauen, aus der spannende Projekte entwachsen werden.

Die Offenheit und die niedrigen Zugangsschwellen dieses Formats sind einmalig in der Welt – alle Veranstaltungen sind für alle zugänglich und kostenlos. Wer an der Woche teilnehmen möchte, sollte sich allerdings früh um Unterkunft kümmern, denn selbst die Zeltplätze sind während dieses außergewöhnlichen Festivals ausgebucht.

Mats Hultberg



Der informelle Charakter, die ungewöhnlichen Orte und die Nähe der Begegnung schaffen die einzigartige Almedalen-Atmosphäre.



Exportpreis 2011

Die Schwedische Handelskammer in Deutschland, der Schwedische Außenwirtschaftsrat und die Schwedische Botschaft schreiben gemeinsam jährlich den Exportpreis für schwedische Unternehmen und deren Tochtergesellschaften aus. Die diesjährige Preisverleihung findet am 10. November in Düsseldorf statt. Hier stellen wir Ihnen drei der diesjährigen Kandidaten vor.



Balco Balkonkonstruktionen: Schwedische Leistungsfähigkeit

Balco ist heute einer der europaweit führenden Lieferanten von vorgefertigten Modulen für Balkons, verglaste Balkons und verglaste Außenflure. Das Erfolgskonzept beruht auf Vorfertigung und einfacher Handhabung, von der Entwicklung bis zur Endmontage. Balco hat wegen seiner innovativen Lösungen und seinem eleganten Design einen großen Markt in Deutschland. Verglaste Balkons und Außenflure senken den Energieverbrauch, bieten Lärmreduktion, niedrige Wartungskosten und hohe Wohnqualität. Balco wurde 1987 gegründet und hat einen Jahresumsatz von knapp 60 Millionen Euro. Balco hat 160 Mitarbeiter und Tochterunternehmen in Schweden, Dänemark, Norwegen, Deutschland und Großbritannien und Vertreter in mehreren Ländern. www.balco.de



Snickers Workwear: eine moderne Version des typischen Blaumanns

Snickers Workwear, gegründet 1975 in Schweden, ist ein Hersteller und Anbieter von Berufskleidung für Handwerks- und Serviceprofis und hat eine moderne Version des typischen Blaumanns kreiert. Snickers Workwear ist Teil der Hultafors Group – einem Sortiment von Premiummarken für Handwerker. Snickers Workwear will bei der Entwicklung von Arbeitskleidung immer neue Innovationen bringen und der Handwerkerschaft die beste Arbeitskleidung bieten, die den Arbeitstag erleichtert und den Körper schützt. Snickers Workwear exportiert Güter im Wert von mehr als 50 Millionen Euro und ist heute eine der führenden Marken in Europa in Sachen Arbeitskleidung. www.snickers-workwear.de

DESIGN Stockholm HOUSE

Design House Stockholm: Der schwedische Designverlag

DHS wurde 1992 von Anders Färdig gegründet. Das Konzept: Die Marke fungiert für skandinavische Designer wie eine Art Verlagshaus für Autoren – Designer wenden sich mit ihren Ideen an DHS, DHS kauft die Produktrechte und entwickelt gemeinsam mit dem Designer das Objekt, produziert, vermarktet und verkauft es. 1997 präsentierte DHS eine eigene Kollektion von Produkten. Der erste DHS-Markenshop wurde 2009 in Frankfurt eröffnet. Färdig arbeitet heute mit einem Netzwerk von mehr als 70 Designern. DHS will das Beste von heutigem skandinavischem Design widerspiegeln und eine Sammlung mit zeitloser Attraktivität schaffen. Heute hat DHS etwa 60 Mitarbeiter und einen Jahresumsatz von knapp 10 Millionen Euro. Mit eigenen Stores, Shop-in-Shop-Lösungen und anderen Handelspartnern hat DHS mehr als 300 Verkaufsstellen in Europa, 200 Verkaufsstellen in den USA und 100 Verkaufsstellen in Asien und Australien sowie ein weltweites Vertriebsnetz. www.designhousestockholm.com





Die Øresundbrücke. Der offizielle Name Øresundsbron ist ein Hybrid aus der dänischen (Øresundsbroen) und der schwedischen (Öresundsbron) Schreibweise.

Grenzenlos erfolgreich

Die transnationale Metropolregion Öresund

Von Mats Lindgren

Sie ist der beeindruckendste Beweis, dass Ländergrenzen auch in den Köpfen der Menschen sehr, sehr unbedeutend werden können. Schon immer waren die Kontakte zwischen den Städten und Landstrichen auf beiden Seiten des Öresunds eng. Doch seit im Jahr 2000 mit der Öresundbrücke eine direkte Straßen- und Bahnverbindung zwischen Malmö und Kopenhagen geschaffen wurde, ist die Öresundregion zu einer einzigartigen Erfolgsgeschichte transnationaler Zusammenarbeit und zu einer echten Metropolregion geworden. Neben der Brücke verbindet im Norden auch die hochfrequente Fährverbindung zwischen Helsingborg und Helsingör beide Länder – und so pendeln heute 20.000 Menschen über den Öresund, um auf der jeweils anderen Seite zu arbeiten oder zu studieren.

Die Öresundregion besteht aus Skåne auf schwedischer sowie Seeland, Lolland-Falster, Mön und Bornholm auf der dänischen Seite. Hier wohnen 3,7 Millionen Menschen, ein Drittel davon in Schweden. Noch sind es in der Mehrzahl Schweden, die nach Dänemark pendeln, aber für die kommenden Jahre wird mit einem Ausgleich gerechnet. Außer zur Arbeit wechseln die Schweden auch gern mal zum Shoppen oder für das Kopenhagener Nachtleben die Seite; Oder sie nutzen den gut angebundenen Kopenhagener Flughafen. Die Region verfügt nach eigenen Angaben über die größte Konzentration hochqualifizierter Menschen im Norden und ist eine der dynamischsten Wirtschaftsregionen Europas. Mehr als ein Viertel des Bruttosozialproduktes Schwedens und Dänemarks wird hier erwirtschaftet.

Ein Komitee für Problemlösung und Strategie

Natürlich gibt es hin und wieder Abstimmungsbedarf und auch Probleme, wenn eine Region zwei nationale Systeme umfasst, deren Regeln und Rechtssysteme nicht immer übereinstimmen. Dass es zwei verschiedene Währungen gibt, sorgt für zusätzliche Komplikationen. Hier kommt dem Öresundkomitee als politischer Plattform der Zusammenarbeit eine große Bedeutung zu. Seit 1993 arbeitet dieser freiwillige Städtezusammenschluss daran, die Grenzbehinderungen, die das Zusammensein der Menschen in der Region erschweren, zu reduzieren und regionale Anliegen gegenüber der Regierung und der EU zu vertreten. Im Komitee haben sich die zwölf größten Kommunen zusammengeschlossen. Auch die strategische Entwicklung wird in diesem Gremium verhandelt; so wurde eine ambitionierte Strategie entwickelt, die die Öresundsregion bis 2020 zur „attraktivsten Region Europas für Bürger, Wirtschaft und Besucher“ machen und dabei die gegenseitige Integration und die grenzüberschreitende Dynamik nutzen soll.

Die schwedische Seite der Region – Skåne

Der schwedische Teil der Region besteht zur Hälfte aus landwirtschaftlicher Nutzfläche. Und auf manche Weise lebt der Mythos weiter, Skåne sei eine bäuerliche Region und die Bevölkerung lebe im Wesentlichen vom Anbau von Getreide, Zuckerrüben und Kartoffeln. Die Wirklichkeit sieht jedoch ganz anders aus: Ungefähr 100.000 Unternehmen gibt es, davon 700 mit mehr als 50 Angestellten. Viele von ihnen, zum Beispiel in der Zulieferindustrie, im Transport- und Dienstleistungssektor, exportieren nach Europa und in die ganze Welt. Etliche Weltkonzerne wie Tetra Pak, Absolut, Sony Ericsson, Findus und Brio haben ihre Wurzeln in Skåne.

Vom Schiffsbau zur Biotechnologie

Bis zur jüngsten Jahrhundertwende gab es in Malmö und Landskrona eine Werftenindustrie von internationaler Bedeutung. Die Werft Kockums in Malmö, seit 2005 im Besitz von ThyssenKrupp Marine Systems, verfügt auch heute noch über Spezialkompetenzen im Schiffs- und U-Bootbau. Der „Kockumskran“, ein bekanntes Symbol für die Industriestadt Malmö, wurde nach der Stilllegung der Schiffsproduktion in Malmö an eine Autofabrik in Südkorea verkauft; produziert wird seitdem nur noch in Karlskrona. In die leerstehenden Werkshallen in verschiedenen Stadtteilen Malmö zogen Teile der Universität, Forschungsunternehmen oder Firmen aus den Branchen Bio-, Medizin-, Umwelttechnik und IT.

Eine besondere Stärke der Region ist das Thema Life Science. 60 % der skandinavischen Arzneimittelforschung und dazugehöriger Zulieferindustrie befinden sich in der Öresundregion, ein beträchtlicher Teil davon in Skåne. Die Plattform Medicon Valley ermöglicht und unterstützt die Zusammenarbeit der Unternehmen mit Universitäten, Hochschulen und Universitätskliniken. Schon seit 1997 arbeiten die Wirtschaftsförderungen auf beiden Seiten des Öresunds eng zusammen, um Life Science-Firmen optimale Bedingungen zu bieten.

Ideon Science Park. Hier beschäftigen 260 Unternehmen über 2000 Angestellte.



Turning Torso, der höchste Wolkenkratzer Skandinaviens.
Foto: Oskar Falck / skane.com



Altstadt in Lund.
Foto: Bernard Grilly / skane.com

In Trelleborg und Ystad spielt der Fähr- und Frachtverkehr nach Deutschland (TT-Line und Scandlines) und Polen (Polferries und Pol-Line/Unity Line) traditionell eine gewichtige Rolle. Der Hafen von Trelleborg ist nach Göteborg der zweitgrößte Schwedens. Auch Helsingborg ist ein Knotenpunkt des Schiffsverkehrs. Neben der Linie nach Helsingör (Scandlines und HH) gibt es regelmäßige Verbindungen nach Kopenhagen und Oslo (DFDS Seaways). Bezüglich des Frachtvolumens zählt auch Helsingborg zu den größten schwedischen Häfen; mehrere Reedereien haben hier ihren Sitz. Skåne ist auch zu Lande ein natürliches Logistikzentrum mit einem dichten Schienen- und Straßennetz. Die Autobahnen E4, E6 und E22 führen von hier aus nach Norden. Internationale Speditionen wie DHL und Schenker haben sich deswegen hier niedergelassen, genauso wie viele lokale Spediteure. Auch das Vertriebsterminal von Toyota findet sich im Hafen von Malmö.

Reiseziel dank Komissar Wallander

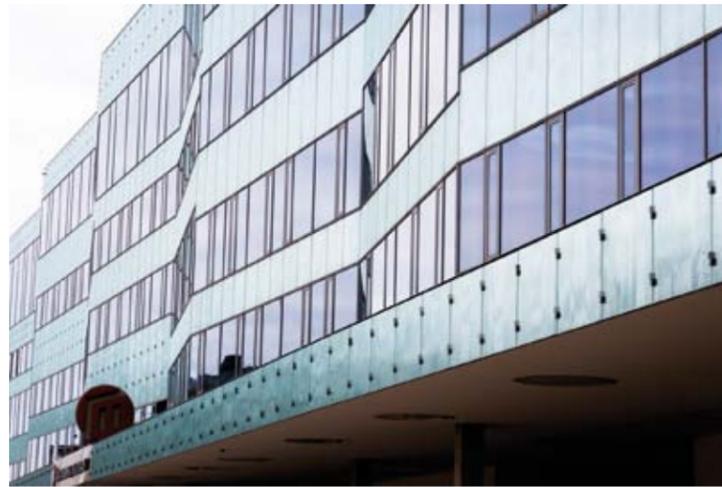
Ystad, Kristianstad und Hässleholm waren früher Regimentsstädte. Im alten Kasernenbereich von Ystad residieren heute die Ystad Studios, die zu den größten Filmstudios des Nordens gehören. Hier wurden unter anderem Teile der Wallander-Krimis gedreht. Ystad ist durch Henning Mankells Kommissar zu einem populären Reiseziel für schwedische und deutsche Krimifans geworden.



In Schonen gibt es mehrere Forschungszentren und Innovationsparks. Die bekanntesten sind Medeon in Malmö, Campus Helsingborg und Krinova in Kristianstad. In unmittelbarer Nähe von Lund mit seiner Universität, der Technischen Hochschule und der Wirtschaftshochschule liegt der Ideon Science Park. In mehreren Quartieren beschäftigen hier 260 Unternehmen über 2000 Angestellte. Ein Viertel davon arbeitet im Bereich IKT, ein weiteres Fünftel beschäftigt sich mit Life Science.

Schon seit der Gründung der Katedralskolan im Jahre 1085, der ersten Schule Skandinaviens, ist Lund eine Stadt der Lehre. Die Universität Lund wurde 1666 gegründet und ist die größte Forschungs- und Bildungs Einrichtung Skandinaviens. Jeder dritte Einwohner der Stadt ist Student, und etwa 60 % der Einwohner arbeiten an der Uni, der Technischen Hochschule oder dem Universitätsklinikum. Am Rande der Stadt werden 2012 die Bauarbeiten für das europäische Materialforschungszentrum European Spallation Source (ESS) beginnen. Es soll 2019 seine Arbeit aufnehmen; an dem Projekt sind 17 Länder beteiligt, die Gesamtkosten belaufen sich auf 1,5 Milliarden Euro.

In Zukunft wird die Region durch den beschlossenen Bau der Fehmarnbeltverbindung noch enger an Deutschland heranrücken. Schonen und die Öresundregion dürften also auch in den nächsten Jahren grenzenlos erfolgreich bleiben.



Die Hochschule Malmö Foto: Helena Bergqvist / skane.com

Links:

www.oresundsregionen.se

www.oresundskomiteen.org

[Südschwedische Handelskammer: www.handelskammaren.com](http://www.handelskammaren.com)

Kommunikation steuern ...

Überlassen Sie Ihre **Presse- und Öffentlichkeitsarbeit** den Profis. Wir sind **Ihr Partner für Kontakte und Kommunikation in Europa.**



LÜBECK · MALMÖ · KØBENHAVN · OSLO
info@ehrenberg-kommunikation.com · www.ehrenberg-kommunikation.com

Erfolgsgeschichten aus dem digitalen Musterland

Von Mats Lindgren

Jahr für Jahr bestätigen es internationale Rankings: Schweden gehört im Bereich der Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) zur absoluten Weltspitze – und die Schweden zu den intensivsten Nutzern von Mobiltelefonen, Computern und dem Internet. Ganz aktuell wurde Schweden zum zweiten Mal in Folge als Nummer eins der wettbewerbsfähigsten digitalen Wirtschaften platziert. Der hinter diesem Ranking stehende „Global Information Technology Report“ des World Economic Forum attestiert Schweden eines der innovationsfreudigsten Milieus weltweit. Dort wird beschrieben wie die Informationstechnologien in Schweden grundlegenden Service bieten, zugleich neue Organisations- und Geschäftsmodelle ermöglichen sowie ständig neue Produkte und Dienstleistungen entstehen lassen.

Schwedens Menschen, Unternehmen und Behörden gehörten stets zu den ersten, die neue technische Möglichkeiten adaptieren und nutzen. Das Bezahlen per Handy und andere SMS-Dienste sind bereits weit verbreitet und akzeptiert. Man kann ein Zugticket kaufen und sogar seine Steuererklärung als Textmeldung einreichen. Dies alles macht Schweden für internationale Konzerne als Testmarkt für neue Produkte interessant; viele Multis unterhalten hier entsprechende Forschungsabteilungen. In Schweden wurden drahtlose Technologien wie GSM und Bluetooth entwickelt. Gut die Hälfte der weltweiten mobilen Kommunikation läuft über Netze, die von Ericsson entwickelt wurden. Permanent entstehen neue innovative Start-Ups und erobern sich Marktanteile. Konzerne wie HP und Microsoft schicken Talentscouts nach Schweden, um nach unternehmerisch denkenden und kompetenten Fachleuten zu suchen.

Schweden war von Anfang an dabei



Carl Bildt, schwedischer Außenminister, während der Eröffnung einer der ersten 3D-Online-Botschaften der Welt, dem „Second House of Sweden“. Foto: imagebank.sweden.se

Nun – dass Schweden beim Thema IKT ganz vorn liegt, ist nichts Neues. Schon 1994 schrieb der damalige Premierminister Carl Bildt in der ersten Email zwischen zwei Regierungschefs: „Sweden is – as you know – one of the leading countries in the world in the field of telecommunications, and it is only appropriate that we should be among the first to use the Internet also for political contacts and communication around the globe“. 1997 beschloss der Reichstag dann Steuererleichterungen für Privatpersonen, die

sich einen PC anschaffen. Zwischen 1998 und 2001 wurden 850.000 PCs gekauft. Der Steuerverlust von 440 Millionen Euro war zweifellos eine gute Investition. Und auch beim Ausbau der Breitbandverbindung war Schweden schnell dabei. Heute haben 89 % der Haushalte Internetanschluss, und 99 % der unter 30jährigen benutzen das Internet praktisch täglich. Last but not least: In dem 9-Millionen-Einwohner-Land gibt es 12 Millionen Mobiltelefon-Verträge.

Von Skype bis Litfy



Es gibt viele schwedische IT-Erfolgsgeschichten. Eine der imposantesten ist Skype. Skype ermög-

licht registrierten Nutzern weltweites kostenloses Telefonieren über das Internet; gegen Gebühr kann sogar zwischen Computer und Fest- oder Mobiltelefonen telefoniert werden. Gegründet von Niklas Zennström und Janus Friis wurde Skype 2005 für 2,1 Milliarden Euro an eBay verkauft. 2010 hatte Skype 663 Millionen registrierte Nutzer.

Rasant gewachsen ist auch QlikTech. Die Firma wurde 1993 bei Lund gegründet. Heute benutzen nach Firmenangaben 21.000 Firmen in 100 Ländern die Software „QlikView“, die schnelles und einfaches Hantieren von Daten in allen Bereichen eines Unternehmens ermöglicht. Die schnelle Verfügbarkeit von Informationen für alle, die sie im Unternehmen benötigen, haben die schwedischen Entwickler so gut gelöst, dass QlikTech inzwischen ebenfalls in amerikanischem Besitz ist.



Eine noch ganz junge Erfolgsgeschichte ist Spotify. In Schweden, das auch Weltmeister im illegalen Datenaustausch ist, wurde diese legale Lösung entwickelt, die heute, nur 4 Jahre nach

Gründung, bereits 7 Millionen Nutzern in ausgewählten Ländern kostenlosen Zugang zu Millionen von Songs bietet. Paradoxerweise hat vermutlich die verbreitete „Datenaustauschkultur“ in Schweden dazu beigetragen, dass hier so viele legale Alternativen entwickelt wurden. Voddler heißt ein Angebot, das für Filme das leisten will, was Spotify für Musik organisiert. Und ganz aktuell startete mit Litfy eine entsprechende Plattform für eBooks.

Noch ein Beispiel: Scalado wurde 2000 im Ideon Science Park in Lund gegründet. In seinem ersten Jahrzehnt hat sich das Unternehmen zu einem bekannten Akteur der Mobilfunkbranche entwickelt und Büros in Schweden, Japan, China, Korea, Taiwan und den USA eröffnet. Die Fotosoftware für Handycameras findet sich heute in mehr als 900 Millionen Geräten. Scalado hat seinen Umsatz seit 2007 jährlich verdoppelt und gehört zu den schnellstwachsenden IT-Unternehmen Europas.

Auch in der Spieleindustrie finden sich viele erfolgreiche Schweden. Besondere mediale Aufmerksamkeit erzielte in den letzten Jahren Markus Persson. 2009 schuf er „Minecraft“, ein Spiel mit einfacher Grundidee und Grafik. Aus einer kubischen Grundform kann der Spieler virtuell alles erschaffen, was er möchte; Häuser, Planeten oder Figuren. Das Spiel kostet 10 Euro und wurde bereits mehr als 3 Millionen mal verkauft.

Das schwedische App-Wunder

Noch vor wenigen Jahren gab es diesen Markt überhaupt nicht. Doch mit dem iPhone kam der Appstore, der Marktplatz für Apps, kleine Programme, die das Telefon smarter machen. Sie sind preiswert und für jeden zugänglich, die Bezahlung ist unkompliziert. Die Entwickler verdienen durch Quantität, also durch die Anzahl der Downloads. Schweden hat mehrere internationale App-Erfolge beigetragen, so dass man vom „schwedischen App-Wunder“ spricht. Und das Interesse an der Entwicklung eigener Apps nimmt weiter zu. An Hochschulen wie der Universität Östersund und sogar am Wijmanska Gymnasium in Västerås werden App-Kurse angeboten. Bei Apple schätzt man die schwedischen Apps sehr; Steve Jobs höchstpersönlich bezeichnete das aus der Entwicklungsabteilung von Bonnier stammende App „Mag+“ zum Lesen von Zeitschriften auf dem Ipad 2010 als „King of the hill“. Der schwedische App-Entwickler Maciek Drejak präsentierte 2010 die App „Sleep Cycle Alarm Clock“. Es nutzt die Sensoren des Telefons, um Schlafzyklen zu messen. Man gibt eine Weckzeit ein, legt das Telefon neben sich ins Bett und lässt es während der Nacht die Schlafzyklen messen. Der Alarm erfolgt dann ungefähr

zur gewünschten Weckzeit, aber in einem Moment, wenn der Schlaf besonders leicht ist. Im Erscheinungsjahr setzte das Unternehmen fast eine Million Euro um.

Das Gerät von iZettle wird durch einfaches Anschließen „installiert“; durch das Einstecken der Karte startet bereits der Bezahlvorgang durch Unterschrift.

iZettle ist eine weitere schwedische iPhone-App, die das Handy oder Smartphone zum Kreditkartenterminal macht. Damit können Privatpersonen oder Unternehmer Zahlungen mit einer Kreditkarte entgegennehmen. Dafür gibt es zwei Möglichkeiten: ohne Kartenlesegerät gibt man die Kreditkartennummer manuell ein, mit Lesegerät erfolgt der Kauf im Prinzip wie gewöhnlich im Geschäft, mit dem Unterschied, dass der Käufer seinen PIN-Code nicht eingeben muss, sondern von Hand auf dem Handy-Touchscreen unterschreibt. Die Einfachheit hat allerdings einen Preis: 15 Cent + 2,75 Prozent der Transaktionssumme.

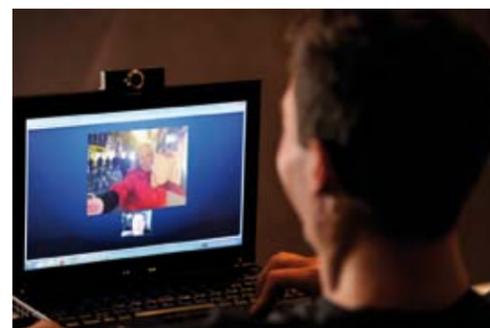
M2M und IoT

IoT, Internet of Things, meint eine Infrastruktur, bei der Geräte gekoppelt werden und miteinander kommunizieren können. Viele erwarten, dass der nächste große Boom in diesem Bereich kommen wird. Ericsson will die Entwicklung dieser sogenannten M2M-Kommunikation (Machine-to-Machine) vorantreiben. Der Konzern hat die Vision von 50 Milliarden gekoppelter Einheiten im Jahr 2020. Alles, was von einer Kopplung profitiert, soll auch gekoppelt werden, sagt Ericsson. Im Februar 2011 präsentierte man die M2M-Lösung „Ericsson Device Connection Platform“, die es Operatoren ermöglichen soll, schnell und unkompliziert Maschine-zu-Maschine-Dienste anzubieten. Der neue Dienst soll das gesamte denkbare Spektrum abdecken, von einfachen Kopplungen, bei denen ein Gerät eine SMS an ein anderes schickt, bis hin zu komplexen Überwachungsdiensten, die Live-Videos senden. Potentielle Anwender sind zum Beispiel Unternehmen aus den Bereichen Transport, Energie und Sicherheit.

Ob dies wirklich das nächste „dicke Ding“ wird, bleibt abzuwarten. In einer so breit aufgestellten Branche mit so viel Platz für rasche Entwicklungen ist es sehr schwer, vorauszusagen, was in ein paar Monaten in aller Munde sein wird. Leichter ist die Prognose, dass schwedische Unternehmer und Programmierer auch in Zukunft viele kreative Ideen haben werden und uns aus dem Norden viel Spannendes erwartet.



iZettle-Gründer Jacob de Geer und Magnus Nilsson.



Die Schwedische Handelskammer, der Schwedische Außenwirtschaftsrat und die Schwedische Botschaft laden Sie ein zur

Verleihung des Schwedischen Exportpreises 2011 am 10. November 2011 im Malkasten Düsseldorf

13.00 bis 17.00 Uhr

Vortrag + Diskussion: Der Geist des Unternehmens - Swedish Entrepreneurship

Was ist das Besondere am schwedischen Unternehmergeist? Egal ob es um die Neugründung oder die Internationalisierung eines Unternehmens geht: Die Schweden haben es einfach drauf. Lauschen Sie den Fachvorträgen unserer Spezialisten und lassen Sie sich von der anschließenden Podiumsdiskussion inspirieren – mischen Sie sich und Ihre Erfahrungen mit ein!

The Spirit of Business: What makes it Swedish – what makes it special?

Prof. Carin Holmquist, Leiterin des Center for Entrepreneurship & Business Creation der Handelshochschule Stockholm

Wine Entertainment: How I became a Global Player

Britt-Marie Bäcke, Sommelière & Unternehmensgründerin

20 Jahre Schwedischer Unternehmergeist: Erfahrungen eines Entrepreneurs

Dr. Gunnar Grosse, Gründer & Vorstandsvorsitzender der KOMSA Kommunikation Sachsen AG, ehem. Präsident der Schwedischen Handelskammer

Anschließend Podiumsdiskussion unter der Leitung von Tomas Lundin, Deutschlandkorrespondent bei Svenska Dagbladet.

Auf dem Podium: Dr. Gunnar Grosse (KOMSA Kommunikation Sachsen AG), Mats Berencreutz (SCA Hygiene Products SE), Daniela Schmidt (Smarteyes International), Christina Rådevik (Gudrun Sjöden GmbH).

Während der Kaffeepause und im Anschluss an die Diskussion gibt es die Gelegenheit zum Networking mit Vertretern aus deutschen und schwedischen Unternehmen.

ab 19.00 Uhr

Galadinner mit Festrede, Preisverleihung und anschließendem Tanz

Details werden zeitnah auf der Homepage sowie in der kommenden Ausgabe Schweden Aktuell veröffentlicht. Melden Sie online gerne Ihr Interesse an, wenn Sie eine Einladung erhalten möchten.

Teilnahmegebühren und Anmeldung zum Tagesprogramm unter www.schwedenkammer.de oder 0211 – 86 20 20 16. Anmeldeschluss ist der 26. Oktober 2011.

Nordea

Hauptsponsor der diesjährigen Exportpreisverleihung ist Nordea Bank Finland Plc.

Schwedische Handelskammer in der Bundesrepublik Deutschland

SCHWEDISCHE BOTSCHAFT

EXPORT RÅDET SWEDISH TRADE COUNCIL



Soziale Medien –

eine Chance für neue Kommunikation und Aufmerksamkeit

von Ralf Gion Fröhlich

Die Kommunikation – intern wie extern – ist für viele Unternehmen ein Schlüsselfaktor zum Erfolg. Es ist aber nicht immer einfach, die richtigen Maßnahmen zu finden und die Kommunikation strategisch einzusetzen. Nicht jeder Trend ist für jedes Unternehmen wichtig oder überhaupt geeignet. Soziale Medien sind aber nicht nur neue Phänomene, sondern läuten eine Neuordnung der Kommunikation und ihres grundsätzlichen Wesens ein. Es ist also für alle Unternehmen sinnvoll, sich mit diesen Veränderungen auseinanderzusetzen und die eigene Kommunikation schrittweise anzupassen.

Soziale Medien ist der Überbegriff für Medien und Plattformen im Internet, deren Inhalt durch Kollaboration ihrer Nutzer entsteht. Die Inhalte können durch Artikel, Kommentare und Austausch von Erfahrungen entstehen und aus Text, Bildern, Ton- oder Videosequenzen bestehen. Unterschiedliche Plattformen haben ganz unterschiedliche Inhalte und Nutzungswege. Gemeinsam ist diesen Plattformen, dass sie den Charakter von Massenkommunikation (und auch individueller Kommunikation) durchgreifend verändern. Viele traditionelle Strategien der Kommunikation werden durch soziale Medien außer Kraft gesetzt. Andere bleiben bestehen. Für Personen und Unternehmen, die auf sich aufmerksam machen wollen und müssen, ist es oft wichtiger, die Mechanismen zu verstehen, als an jeder Plattform teilzunehmen. Denn auch die traditionellen Medien werden in Kürze den Erwartungen unterworfen sein, die die sozialen Medien wecken. Leider trifft man immer noch auf Unternehmensführer, die soziale Medien als Spielerei von Teenagern abtun. Es wird sich bald herausstellen, dass diese Einstellung ein unbezahlbarer Luxus ist. Andererseits muss man eben auch nicht alles machen. Wie bei jeder Kommunikation ist es gewinnbringend, sich auf sinnvolle Medien und Zielgruppen zu beschränken und die eigenen Ziele, Begrenzungen und Ressourcen sinnvoll einzuschätzen. Daran hat sich nichts geändert.

Die wichtigsten Plattformen heute:

Wikipedia	Kooperatives Lexikon
Facebook	Plattform zur Vernetzung von Personen, Institutionen, Interessen und Unternehmen
Xing	Karrierenetzwerk
Blogs	Eigentlich keine Plattform, sondern das Phänomen meistens privater Veröffentlichungen in gesammelter Form. Thematisch breit gefächert und meistens mit Kommentarfunktion.
Twitter	Plattform von Microblogs, die das Versenden von kurzen Mitteilungen an interessierte „Follower“ ermöglicht.

Worin liegt eigentlich die Revolution der Kommunikation?

Traditionelle Medien hatten wenige Absender und viele Empfänger. Sie funktionierten also wie Megaphone. Soziale Medien dagegen haben fast genauso viele Absender wie Empfänger. Es ist die Kommunikation der vielen mit vielen. Also eine Ansammlung vieler „Miniphone“ anstatt weniger „Megaphone“.

Welche Konsequenzen hat diese Kommunikationsrevolution?

1. Man muss sich mit vielen Akteuren auseinandersetzen, nicht mehr nur mit einer handvoll Redaktionen.
2. Die Transparenz ist fast vollkommen. Es geht nicht, falsche oder unvollständige Fakten zu verbreiten oder Ereignisse zu verschweigen.
3. Die Kommunikation muss auf Dialog ausgelegt sein. Eine Einwegkommunikation (das „Hinausposaunen“ von Mitteilungen) stößt schnell an seine Grenzen.

Worin liegen die größten Herausforderungen für Unternehmen?

1. Man muss akzeptieren, dass man Infos nicht mehr „besitzt“ und kontrollieren oder deren Verbreitung alleine steuern kann. Deshalb braucht man geeignete Strategien für Dialogkommunikation. Man muss auf Fragen antworten und auf Kritik reagieren können.
2. Man muss sich auf neue Medien einstellen und geeignete Formate erstellen.
3. „Kopf“ gewinnt an Bedeutung über „Geld“, also Strategie wird wichtiger im Vergleich zum reinen Einkauf von Medienplatz (Schaltung von Anzeigen oder Werbespots). Multiplikatoren gewinnen an Gewicht, Journalistenkontakte verlieren an Bedeutung.

Welche Maßnahmen kann ich im Unternehmen ergreifen?

Bei aller Veränderung gilt immer noch die alte Weisheit, dass man nicht alles machen muss, aber das Richtige. Man sollte die Zielgruppen und den gewünschten Effekt gut durchdenken und sortieren und sich Ziele stecken, die mit den Ressourcen korrespondieren.

Eine Entscheidungshilfe:

Grundlegende Maßnahmen, die ohne Budget durchgeführt werden können:

1. Wikipedia-Eintrag anlegen.

Fast alle Stichwortsuchen bei Google resultieren in Wikipedia-Einträgen, als eines der ersten Ergebnisse. Es ist eine vergebene Chance, wenn das eigene Unternehmen oder die eigenen



Soziale Medien sind für Überraschungen gut! Der Otto-Versand startete interaktiv die Suche nach einem Covergirl für den Katalog. Es gewann - ein Student mit kreativer Verkleidung, der sich Brigitte nannte und die Herzen der Abstimmenden gewann. Die Marketingabteilung nahm es mit Humor und lud Brigitte zum versprochenen Shooting ein.

Marken oder Produkte dort nicht auftauchen. Aber aufpassen, Wikipedia wird von seinen Nutzern streng kontrolliert. Es geht um Information, nicht um einseitige Propaganda. Achten Sie auch auf Einträge in den relevanten Sprachen ihres Aktivitätsraumes.

2. Fan-Seite bei Facebook anlegen.

Dort können Sie Informationen hinterlegen, ohne dass diese kommentiert werden können.

3. Die wichtigen Begriffe Ihres Unternehmens googeln

und sehen bei welchen Blogs und anderen Kommentarfeldern falsche oder unzureichende Infos über Sie verbreitet werden. Reagieren Sie dort mit sachlichen Kommentaren, machen Sie kenntlich, dass die Reaktion vom Unternehmen selbst kommt. Nicht vergessen, dass Netz ist transparent, heimliche Strategien funktionieren nicht!

Maßnahmen, die mit etwas mehr Einsatz von Zeit und Geld durchführbar sind:

1. Eigene Blogs und Facebookseiten mit Kommentarfunktionen.

Hier müssen Sie regelmäßig antworten und reagieren, und so für einen aktiven Dialog sorgen.

2. Ein eigener Twitter-Account, über den Sie mit Kunden, Interessenten und Stakeholdern kommunizieren.

3. Für Fortgeschrittene:

Eigenes Filmmaterial bei Youtube, das Sie über die anderen Plattformen verbreiten können. Es muss nicht immer extrem oder ausgefallen sein. Für manche Zwecke reicht es auch, eine einfache Gebrauchsanleitung, mit der Videokamera selber gefilmt, ins Netz zu stellen.

Himmel & Jord ist eine skandinavisch-deutsche Kommunikationsagentur, die schon seit über 10 Jahren Kunden in Deutschland betreut. Neben klassischen Strategien und Produktionen bei Print, Event, Film und im Internet, beschäftigt sich die Agentur schon seit Beginn des Web 2.0 mit sozialen Medien und hat dazu Strategien und Produkte unter anderem für das Tourismusmarketing Norwegens und den Bürgerdialog der Bundesregierung entwickelt.



Himmel & Jord

EHRENBERG Kommunikation



Magnus Ehrenberg

EHRENBERG Kommunikation ist eine auf Tourismus, Transport und Logistik spezialisierte Kommunikationsagentur. Für den deutschsprachigen und skandinavischen Markt bietet das EHRENBERG Team seinen Kunden den Rundumservice einer klassischen PR-Agentur und Leistungen aus dem Bereich der Public Affairs. Rund 20 mehrsprachige Mitarbeiter arbeiten in Lübeck, Berlin, Malmö, Kopenhagen und Oslo.

sich die Agentur als Ansprechpartnerin für maritime Wirtschaft, Logistik- und Tourismusunternehmen aus – u.a. beispielsweise für Scandlines, Stena Line, TT-Line und DFDS.

Ein weiteres Standbein ist die aktive wie proaktive Lobbyarbeit. Kundenrelevante Politiker und Entscheidungsträger werden gezielt angesprochen; ein speziell entwickeltes Monitoring-System sorgt zusätzlich dafür, dass politische Entwicklungen frühzeitig erkannt und deren Chancen und Risiken rechtzeitig in den Prozess einbezogen werden können.

Die interkulturelle Kompetenz im Bereich strategischer Beratung rundet das Profil der Agentur ab.

www.ehrenberg-kommunikation.com



Am 22. Juni bezog EHRENBERG Kommunikation neue Büros in der Södergatan 26 im Zentrum von Malmö. Die repräsentativen Räume bieten den Mitarbeitern eine kreative und anregende Arbeitsatmosphäre. Das Unternehmen unterhält außerdem Büros in Lübeck, Kopenhagen und Oslo.

Den Grundstein des Unternehmens legte der gebürtige Malmöer Magnus Ehrenberg. Als Politologe, der viele Erfahrungen und Kontakte in seinem Heimatland und Deutschland gesammelt hat, gründete er 1993 die Kommunikationsagentur. In der Geschäftsleitung unterstützen ihn Matthias Mies, Head of PR, sowie Allan Sørensen als stellvertretender Geschäftsführer in Malmö.

Die Agentur vermittelt grenzübergreifend Botschaften und Positionen ihrer Auftraggeber. Ein effektives Partnernetzwerk umfasst nicht nur den gesamten Ostseeraum, sondern auch Länder wie Großbritannien, die Niederlande oder Italien. Mit der Agentur HARE & EHRENBERG Kommunikation in Kapstadt gibt es darüber hinaus ein Standbein im südafrikanischen Markt.

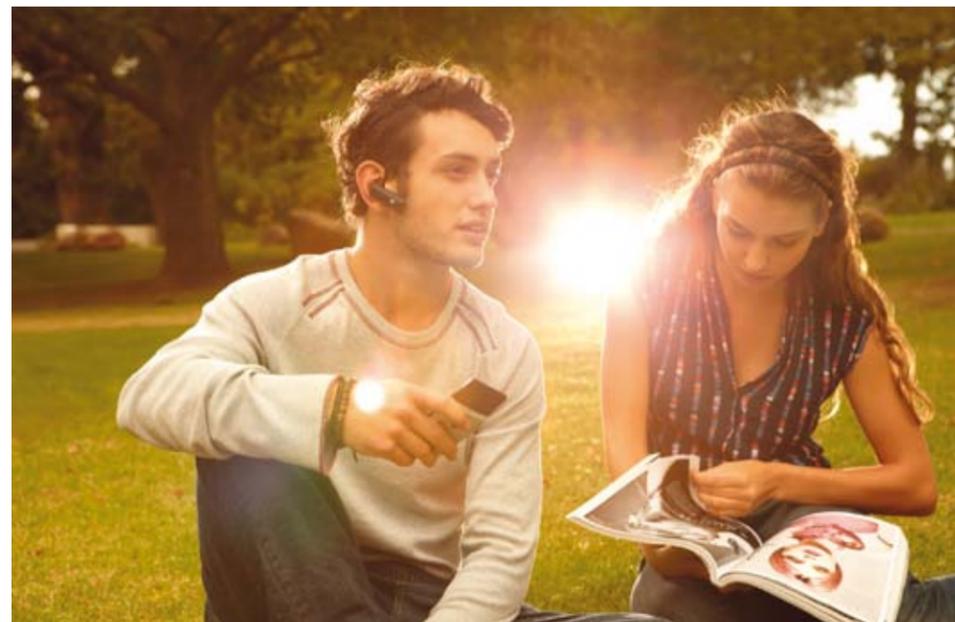


EHRENBERG bietet internationale Kommunikationslösungen aus einer Hand. Zum Leistungsumfang gehören PR-Instrumente von der Pressemitteilung bis hin zur Pressereise sowie Social Media Kampagnen.

Einen großen Anklang findet auch die alljährliche EHRENBERG Presselounge auf der ITB in Berlin. Dort bietet die Agentur Kunden und Journalisten effektive Möglichkeiten zum Austausch und zum Netzwerken.

Ein Schwerpunkt der Arbeit der Agentur ist das Geschäftsfeld der Public Affairs. Hier wird der Dialog zwischen Politik und Wirtschaft aktiv aufgegriffen. Durch ihre vielfältigen Kontakte zeichnet

Unternehmen und Social Media – I like?



lichen Daten vor, nachdem ein Nutzer seinen Account gelöscht hat.

Darüber hinaus muss den veröffentlichten Beiträgen und Meldungen besondere Beachtung geschenkt werden. Als Verantwortlicher für den Unternehmensauftritt im entsprechenden sozialen Netzwerk haftet man für die dort geäußerten Schmähungen und falschen Tatsachenbehauptungen und kann auf Unterlassung und Widerruf in Anspruch genommen werden. Eine Facebook-Seite kann bei entsprechender Gestaltung zudem ein journalistisches-redaktionelles Angebot darstellen. Ein Unternehmen kann daher bei Verbreitung von falschen Tatsachenbehauptungen auch zur Veröffentlichung einer Gegendarstellung verpflichtet werden.

Heutzutage führt kein Weg an sozialen Netzwerken wie Facebook, Twitter, & Co. vorbei, sei es als Sprachrohr der Unterdrückten im arabischen Frühling oder als Plattform für Unternehmen, sich zu präsentieren. Allein Facebook hat in Deutschland mit ca. 20 Mio. Nutzern (Stand: Juli 2011) eine enorme Reichweite, die kaum ein Marketing-Chef ungenutzt lassen möchte.

Neben den Vorteilen, die die Nutzung von Facebook für ein Unternehmen mit sich bringen kann, wie z.B. die Steigerung der Bekanntheit des Unternehmens, Verbesserung bzw. Verjüngung des Markenimages, Steigerung der Suchmaschinenergebnisse, Kommunikation mit den Kunden zur Verbesserung des Produktportfolios, Akquise neuer und Pflege bestehender Kundenbeziehungen, gibt es auch eine Reihe von Besonderheiten und juristischer Fallstricke, die bei der Nutzung von sozialen Netzwerken berücksichtigt werden müssen.

Häufig wird bei der Präsentation des Unternehmens auf Facebook vergessen, dass dort die normalen Regeln des Medien- bzw. Internetrechts gelten. Das beginnt bereits mit dem Impressum. Auch wenn man sich bei der Präsentation einer fremder Internetplattformen bedient, muss ein eigenes Impressum bereitgehalten werden. Es reicht nicht aus, dass ein allgemeines Portalimpression existiert.

Die mangelnde Beachtung des deutschen Datenschutzrechts, insbesondere durch Facebook, ist zudem ein ständiges Thema, das verfolgt werden sollte. Der Bundesrat hat am 17. Juni 2011 einen Gesetzentwurf zur Änderung des Telemediengesetz (TMG) vorgelegt. Dieser Entwurf sieht u.a. höhere Transparenz und Aufklärungspflichten in Bezug auf die Datennutzung, den höchsten Privatsphärenschutz als Grundeinstellung der Accounts („privacy by default“) sowie die vollständige Löschung der persön-

Gerade den Aspekten der Öffentlichkeit und der Interaktivität, die immer die Gefahr des Kontrollverlusts und der Verselbstständigung mit sich bringen, muss besondere Beachtung gewidmet werden. Entschließt man sich zur Nutzung von sozialen Netzwerken, sollten für die Mitarbeiter Social Media Guidelines erstellt werden, in denen u.a. geregelt werden sollte, dass sie nur unter ihrem wahren Namen und mit Verweis auf die Unternehmenszugehörigkeit Facebook-Beiträge posten dürfen. Auf keinen Fall sollten Mitarbeiter dazu angehalten werden, unter Pseudonym die besondere Qualität des Produkts oder des Unternehmens anzupreisen. Eine solch verschleierte Werbung kann zu wettbewerbsrechtlichen Unterlassungsansprüchen führen.

Nicht immer führt die Nutzung von sozialen Netzwerken zum gewünschten Marketingerfolg. Nur ein wohl durchdachter und mit interessanten Inhalten permanent gepflegter Auftritt hat für Unternehmen einen Mehrwert.



Dr. Nils Gruske
Rechtsanwalt
MANNHEIMER SWARTLING Berlin
niru@msa.se
www.mannheimerswartling.de

Anzeige



Linking the German and Nordic Markets

<p>Weitere Informationen: SveTys Schmiedesberg 18 a 21465 Reinbek</p> <p>Tel.: (+49) 40 72 00 41 93 Fax: (+49) 40 72 00 48 88</p> <p>info@svetys.net www.svetys.net</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Training in interkultureller Kompetenz ▪ Einzelcoaching und Beratung z. B. bei Fusionen, Umstrukturierungen, Markterschließung ▪ Interkulturelle Teambildung, Projektbegleitung und -Optimierung ▪ Interkulturelle Begleitung in Veränderungsprozessen
---	---

▪ Interkulturelles Management ▪ Coaching ▪ Übersetzungen

Schweden in diesem Jahr wieder auf dem Siegertreppchen

Zum zehnten Mal wurde im Juni in Düsseldorf der Hubbelrather International Golf Team Cup ausgetragen. Die Starterliste war mit 130 Teilnehmern auch in diesem Jahr international besetzt: darunter Mannschaften aus Irland, des französischen Clubs des Affaires, des International Clubs of Düsseldorf, der Japanischen Industrie- und Handelskammer, der deutsch-schweizerischen Wirtschaftsvereinigung, der British Chamber of Commerce sowie der Schwedischen Handelskammer. Dabei konnten die Schweden den Siegertitel aus dem letzten Jahr leider nicht verteidigen und mussten sich mit dem dritten Platz begnügen. Golfplatz und abendliches Get-Together eignen sich in besonderer Weise zum Knüpfen von persönlichen wie geschäftlichen Kontakten. Aus diesem Grund veranstaltete die Schwedische Handelskammer am 16. September den SHK Golf Herbstcup vor traumhafter Kulisse im Golfclub Jakobsberg in Boppard am Rhein. Sprechen Sie uns an, sollten Sie Interesse an einem Sponsoring oder einer Teilnahme im nächsten Jahr haben!



Das schwedische Team beim Hubbelrather International Golf Team Cup

Schwedisch-schweizerische Unterstützung



Mein Name ist Kerstin Nordström, ich bin 31 Jahre alt und seit 1. Juli die Nachfolgerin von Linn Hermann in der Geschäftsstelle der Handelskammer. Meine Aufgabe ist es, schwedische Unternehmen mit Interesse am deutschen Markt mit relevanten Informationen zu versorgen und den Kontakt nach Schweden sowie den regionalen schwedischen Handelskammern zu halten. Zu Beginn

möchte ich nun rasch meine wichtigsten Arbeitskontakte persönlich kennenlernen, ein Besuch in Stockholm anlässlich der Jahresversammlung der schwedischen Außenhandelskammern Ende August war dafür ein erster geeigneter Anlass. Von meiner Vorgängerin habe ich außerdem ein paar interessante Projekte übernommen, darunter ein spannender Austausch zwischen deutschen Studenten und schwedischen Unternehmen. Be-

vor ich bei der Schwedischen Handelskammer meine Tätigkeit aufgenommen habe, war ich u.a. in einer Agentur für internationale Medienanalyse angestellt, habe in Brüssel während der schwedischen EU-Ratspräsidentschaft für das schwedische Außenministerium gearbeitet und war in Stockholm bei der schweizerischen Botschaft tätig. Ich habe einen BA in Medien- und Kommunikationswissenschaften (Universität Örebro) sowie einen MA in European Studies (Universität Uppsala). Durch meinen schwedischen Vater und meiner schweizer Mutter bin ich zweisprachig aufgewachsen und freue mich sehr, meine beiden Muttersprachen in meiner täglichen Arbeit einbringen zu können. Internationalität und grenzübergreifendes Arbeiten sind schon seit langem meine Motivation und mein Antrieb, weshalb ich mich über meine neuen Herausforderungen in der Geschäftsstelle sehr freue und hoffe, Sie bald persönlich kennenzulernen und sie bei Ihren unterschiedlichsten Anliegen tatkräftig unterstützen zu können!

Virtuelles Gesicht der Handelskammer



Auch die Schwedische Handelskammer in Deutschland ist nun bei facebook! Unter dem Link auf der Homepage der Kammer www.schwedenkammer.de finden Sie unsere facebook-Seite und können sich als Freund registrieren. Auf unserer facebook-Seite werden wir

regelmäßig interessante und relevante Nachrichten aus dem deutsch-schwedischen wirtschaftlichen Geschehen posten. Wir sehen uns bei facebook und freuen uns über Ihren Besuch!

Jahrestreffen der schwedischen Außenhandelskammern

Einmal jährlich treffen sich Vertreter der schwedischen Außenhandelskammern zu einer Konferenz in Stockholm um sich auszutauschen und zu inspirieren – natürlich durfte die Schwedische Handelskammer in Deutschland nicht fehlen!

So nahmen Geschäftsführer Mats Hultberg und Kerstin Nordström im August an diesem wichtigen Networking-Event teil – zusammen mit Repräsentanten aus u.a. New York, London, Paris und Mailand. Vorträge und Präsentationen, beispielsweise vom Svenska Institutet und dem schwedischen Außenministerium, gaben Einblicke in das Potenzial von ausgewanderten Schweden als „Botschafter“ des Landes zur Verbreitung eines Schweden-Images. Bei der Frage nach der Präsentation des Landes und der Verbreitung des Wissens darüber spielen die Schwedischen Handelskammern im Ausland natürlich eine ebenso wichtige Rolle, da sie in ihrem jeweiligen Land als Multiplikator dienen. Die Förderung der Zusammenarbeit mit Akteuren der

Wirtschaft auf regionaler und lokaler Ebene wurde hier als besonders erfolgversprechend betont.

Während der Präsentationen der verschiedenen Außenhandelskammern gab es ausreichend Gelegenheit, sich über gelungene Projekte und Veranstaltungen auszutauschen. Erstmals waren auch alle elf regionalen schwedischen Handelskammern eingeladen, die ebenfalls ihre Schwerpunkte und Branchen ihrer Mitglieder vorstellten. Die regionalen Handelskammern sind für die Auslandshandelskammern zweifelsohne ein wichtiges Standbein vor Ort und wertvoll für zukünftige Kooperationen und Projekte – und Mitglieder.

Abgerundet wurde der zweitägige Anlass mit der feierlichen Verleihung des Hermes-Exportpreises durch die schwedische Handelsministerin Ewa Björling sowie Präsentationen und wirtschaftliche Ausblicke von Vertretern der EU-Kommission, dem Kommerkollegium und einigen global agierenden schwedischen Unternehmen, darunter unser Mitglied Atlas Copco.

JCC Hamburg: Frischer Wind an der Elbe

Seit Anfang 2011 hat unsere monatliche Afterwork-Reihe in ausgewählten Hamburger Lokalen – darunter im Tim-Mälzer-Restaurant „Bullerei“ – die Vernetzung zwischen den Mitgliedern der schwedischen Handelskammer und anderen Young Professionals der schwedischen Community in Hamburg gestärkt. Bei der 10-Jahres-Feier des Junior Chamber Clubs in Berlin hat sich das Hamburger Komitee neu formiert und blickt mit frischem Wind dem Herbst entgegen. Nach langjährigem Engagement verlässt Elina Bergert aufgrund beruflicher Veränderungen das JCC Komitee. Wir möchten ihr herzlich für ihre wertvolle Tätigkeit danken.

Ab September 2011 möchten wir das Networking und die Afterwork-Treffen wieder mit spannenden Firmenbesuchen kombinieren. Diese sind in der Vergangenheit mit Einblicken in Unternehmen wie H&M und Filipa K sowie bei Bryan Cave LLP auf sehr gute Resonanz gestoßen. Auftakt im Herbst wird am 13. Oktober ein Besuch beim Energieunternehmen Vattenfall sein, zu dem wir herzlich einladen. Meldet Euch am besten heute schon unter der Kammer-Homepage an!

Darüber hinaus bietet das skandinavienaffine Hamburg ein vielfältiges Angebot an aktueller Kultur, Design und Musik aus Schweden. Hierzu möchten wir immer wieder spontane Treffen anbieten. Nicht aber zuletzt wollen wir bei all den Angeboten die schwedischen Feste und Traditionen wie Kräftskiva und Lucia nicht aus den Augen verlieren. Über aktuelle Veranstaltungen informieren wir per E-Mail.

Wir freuen uns auf den Herbst mit JCC in Hamburg!

Ulrike, Lukas und Hanna

Zu unserer nächsten Veranstaltung im Heizkraftwerk in Hamburg-Tiefstack am 13.10.11 laden wir auch die Mitglieder der „großen Kammer“ herzlich ein!



Ulrike Mildner, Lukas Bratt Lejring und Hanna Gross

Hauptsponsor des JCC ist SEB – vielen Dank!





International Units



NEW YORK

SAO PAULO

LONDON

FRANKFURT

SINGAPORE

SHANGHAI

BEIJING

Nordea ist eine der erfolgreichsten Banken Europas, nicht zuletzt durch unsere Präsenz an den bedeutenden Finanzplätzen der Welt.

Wir kennen die Herausforderungen des internationalen Geschäfts unserer Firmenkunden und haben die Lösungen dafür.

Modernste IT-Lösungen im e-banking, individuell strukturierte, grenzübergreifende Cash Pool Modelle, schnelle Entscheidungswege im Kreditgeschäft sowie eine äußerst wettbewerbsfähige internationale Zahlungsverkehrsplattform machen uns für unsere Kunden zu einem zuverlässigen Partner.

Einen besonderen Schwerpunkt setzen wir auf das Energiehandelsgeschäft, in dem wir an allen bedeutenden europäischen Energiebörsen als führende Clearingbank tätig sind.

Mehr über uns erfahren Sie in einem persönlichen Gespräch mit uns.
Rufen Sie uns einfach an unter +49 (0) 69 71004-138.

Sponsoren der Kammer



Nutzen Sie „Schweden aktuell“ für Ihre Kommunikation!

Die Mediadaten mit Themen und Terminen für 2011 finden Sie unter www.schwedenkammer.de. Reservieren Sie jetzt Ihre Anzeigen unter 02054-938 54 17 oder schwedenkammer@nordis.biz. Anzeigenschluss für die nächste Ausgabe ist der 10.10.2011

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.: Mats Hultberg, Geschäftsführer

Titelbild: Sony Ericsson

Koordination, Anzeigen, Produktion:

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

Druck: Peter Pomp GmbH, Bottrop
Nachdrucke nur auf Anfrage und mit Quellenangabe und Belegexemplar.



**Ihr Berater möchte nicht, dass Sie ihm blind vertrauen.
Er möchte, dass seine Experten überzeugen.**

Wir, die SEB in Deutschland, möchten Ihnen zwei Versprechen geben: Wir bleiben Ihnen treu. Und wir bleiben uns treu. Ihnen, da Deutschland für uns ein Schlüsselmarkt ist und wir hier auch in Zukunft weiter gemeinsam mit Ihnen wachsen wollen. Uns durch nachhaltiges und verantwortungsvolles Handeln aus unserer schwedischen Tradition heraus.

Durch Wertschätzung, Professionalität, Verbindlichkeit und Nachhaltigkeit möchten wir mit exzellenter Beratung und innovativen Produkten weiter an Ihrer Zufriedenheit arbeiten.

In Deutschland betreuen rund 1.200 Mitarbeiter anspruchsvolle Firmen-, Immobilien- und institutionelle Kunden.

Mit der Tochtergesellschaft SEB Asset Management AG verfügt die Bank über ein spezialisiertes Investmenthaus für Immobilien und Wertpapiere.