

SCHWEDEN

aktuell

SCHWERPUNKT BAUEN

Die Wärme nicht durch
den Schornstein jagen

Jahresmitgliederversammlung
2012 in Hamburg

UNTERNEHMENSKULTUR

Entscheidungswege:
auf deutsch oder på svenska?





garantiert sorgenfreies Bauen

Ihr Aladomo Premium Schwedenhaus – Seien Sie anspruchsvoll!
 Maßgeschneiderte und energieeffiziente Wohnlösungen in hochwertiger Holzständerbauweise, das sind Aladomo Premium Schwedenhäuser. Aus der Verbindung von 1000-jähriger schwedischer Erfahrung im Holzhausbau, mit deutscher Handwerkskunst entsteht ein natürlich schönes Zuhause mit typisch skandinavischem Charme, das so einzigartig ist wie Sie.



Aladomo ist Ihr Profi für garantiert sorgenfreies Bauen. Außergewöhnlich kompetent und zuverlässig kümmern wir uns um Sie und realisieren Schwedenhäuser, die nicht nur alle Anforderungen des ökologischen Bauens erfüllen, sondern auch viel Platz für Individualität lassen.
www.aladomo.de



Liebe Mitglieder und Freunde
 der Schwedischen Handelskammer,

die Jahresmitgliederversammlung in Hamburg ist nun vorbei und ich möchte allen Teilnehmern einen großen Dank für ihren Einsatz, ihr Engagement und für ihr Feedback aussprechen. Unsere Online-Umfrage nach den Veranstaltungen hat viele gute Ideen und Anregungen gebracht und das freut uns natürlich zusätzlich. Noch bis Ende Juli können Sie uns Ihre Rückmeldung geben.

In Schweden ist es jetzt an der Zeit, sich für die lang ersehnte Phase der legeren Kleidung und ohne Internetanschluss vorzubereiten. Nachdem die Urlaubsreisen im Familienrat diskutiert und gebucht sind, werden sich traditionsgemäß nach Anfang der Schulferien Mitte Juni und nach der Mittsommerfeier die schwedischen Städte langsam aber sicher leeren. Auch wenn – zumindest von schwedischer Seite – zunehmend Behauptungen grassieren das Land sei im Juli gar nicht komplett zu.

Jetzt ist also Zeit, die letzten E-Mails zu schreiben, die letzten Telefonate zu machen und auch sonst die To-Do-Liste soweit wie möglich zu verkleinern oder schon heute eine neue für den Herbst zu erstellen. So kann man mit einem freien Kopf in den Süden fahren. Oder in den Norden.

Lange gab es diese Themen nicht – weder das der Feriengestaltung und -planung noch den Abschlussprint vor dem Ferienanfang. Bis vor hundert Jahren gab es das Konzept Urlaub überhaupt nicht, die damals neuen Gewerkschaften der Industriearbeiter haben sich dieses Recht hart erkämpft.

Der bezahlte Urlaub ist ein Kind des Industrialismus des 19. und 20. Jahrhunderts. In Zeiten des alten Lehnwesens und in der Agrargesellschaft wurde nicht zwischen Arbeit und Urlaub unterschieden, sondern zwischen Alltag und Feiern. Erst mit Entstehung der Fabriken und der Lohnarbeit entstand die Arbeit als Modell – und die Freizeit als deren Gegensatz. Die Anfänge des Urlaubs liegen in Deutschland im Kaiserreich (wie übrigens auch das Rentensystem). Schon um die letzte Jahrhundertwende gab es einzelne Betriebe, die großzügig einigen Mitarbeitern Urlaub – ohne Bezahlung – gewährten. Von 1945 an galten in der Bundesrepublik Länderurlaubs Gesetze, bis 1963 das bundeseinheitliche Gesetz eingeführt wurde.

In Schweden gibt es den Urlaub im modernen Sinne seit 1938. Alle Arbeiter erhielten damals Anspruch auf zwei Wochen Erholungsurlaub. Ab 1951 wurde dieses Recht auf drei Wochen erweitert,

in 1963 auf vier und in 1978 auf fünf Wochen. Alle EU-Länder haben mittlerweile ein Recht auf mindestens 20 Urlaubstage eingeführt – Frankreich sogar 30 Tage. (Die USA ist im Moment das einzige „Industrieland“ ohne gesetzlichen Urlaubsanspruch.) In Deutschland und in Schweden hat sich eine übliche Regelzeit bei 5-6 Wochen etabliert. Weil das moderne Berufsleben eben eine Auszeit erfordert.

In diesem Sinne möchten wir alle aus der Geschäftsstelle unseren Mitgliedern und Freunden einen schönen und erholsamen Urlaub wünschen. Bezahlt und mit möglichst wenig Gedanken an die Arbeit.

Grüße aus Düsseldorf

Mats Hultberg

Inhalt

5 FRAGEN AN Helena Onn, Botschaftsrätin	4
KOLUMNE Keller kulturell betrachtet	5
WIRTSCHAFT AKTUELL Kurznachrichten	6
HEITER BIS SCHWEDISCH	7
Jahresmitgliederversammlung	8
SCHWERPUNKT Bauen & Immobilien	10
Schwedenhäuser in Deutschland	13
UNTERNEHMENSKULTUR Entscheidungsfindung	14
MITGLIEDER IM PORTRAIT ena	16
JCC Düsseldorf/Köln	17
RECHT AKTUELL Fallen im Gewerbemietrecht	18
AUS DEM ARCHIV Mitgliederversammlungen	19
Auswertung CSR-Umfrage	20
SAVE THE DATE Termine August - Oktober	21
International Export Mentor	21



Building Blocks – Kinder als Bauherren

5 Fragen an Helena Onn, Botschaftsrätin für Presse und Information

Wie sieht ein haustierfreundliches Haus aus? Und braucht man unbedingt Türen? Berechtigte Fragen. Kinder und ihre Kreativität in den Mittelpunkt moderner Architektur zu stellen, um gewohnte Werte und Verfahrensweisen in Frage zu stellen und zu neuen Denkwegen zu inspirieren – das ist die Ausgangsidee des aktuellen Architekturprojektes der schwedischen Botschaft in Berlin: Building Blocks. Das Konzept hierfür wurde vom schwedischen Zentrum für Gegenwartskunst und Architektur Färgfabriken entwickelt und bereits mit großem Erfolg in 2010 in Stockholm und 2011 in Oslo umgesetzt. Kinder aus fünf verschiedenen Berliner Schulen stehen als Bauherren im Zentrum des Projekts und haben sich bereits im Mai mit Architekten getroffen, um über Bauen und Architektur zu reden.

Architekten aus fünf renommierten Berliner Architekturbüros formen fünf Arbeitsgruppen mit Kindern im Alter zwischen 5 und 16 Jahren. Die Architekten interpretieren die Wünsche der Kinder und liefern zunächst einen Entwurf zum Hauptsponsor der Ausstellung, NCC Deutschland. NCC baut dann große, begehbare Modelle der Traumhäuser. Diese werden vom 9. September bis 4. November 2012 im Felleshus der Nordischen Botschaften ausgestellt. <http://buildingblocksberlin.de>

1. Das Projekt Building Blocks hat bereits begonnen und seine Vorgänger 2010 in Stockholm und 2011 in Oslo waren beide erfolg-

reich. Wie kam es zur Realisierung in Berlin und welche Erwartungen haben Sie an das Projekt?

Uns hat das Konzept überzeugt, denn es arbeitet mit einem Thema, das auch Deutschland interessiert. Bester Beweis dafür ist das große Interesse vieler Partnerinstitutionen. Gerade eine Stadt wie Berlin, wo nach der Wiedervereinigung Deutschlands noch immer viel geplant und in Bewegung ist, bietet dafür eine wunderbare Plattform. Hier möchten wir zur Diskussion beitragen, inwieweit die Bürger und insbesondere die Kinder und Jugendlichen an Entwicklungsprozessen bei der Stadtplanung direkt beteiligt werden können. Und ein weiterer wichtiger Aspekt ist für uns, wie viel Inspiration wir als Erwachsene aus der besonderen Kreativität von Kindern und Jugendlichen erfahren und lernen können.

2. Auf welche Weise unterscheidet sich die Kreativität der Kinder und Jugendlichen von der der Erwachsenen?

Nach den ersten Treffen zwischen den Bauherren und Architekten können wir feststellen, dass die Kreativität und Vorstellungskraft der Kinder und Jugendlichen sehr altersabhängig ist. Alle beginnen die Planung unvoreingenommen und ohne feste Wertvorgaben. Dann aber werden doch altersbedingte Unterschiede in der Herangehensweise deutlich. Ein 6jähriger wünscht sich ein Haus, das fliegen kann, während eine 9jährige bereits an Wohnraumaufteilung interessiert ist.



Nils Olov Boback, Geschäftsführer NCC Deutschland GmbH

Warum beteiligt sich NCC an Building Blocks?

Als deutsches Tochterunternehmen eines schwedischen Immobilienkonzerns lag die Zusammenarbeit mit der Schwedischen Botschaft für uns nahe. Kinder als Bauherren – diese Idee fanden wir bei NCC von Anfang an spannend. Die Frage, wie Kinder gern wohnen möchten oder wie sie sich ihre Häuser der Zukunft vorstellen, interessiert uns als Bauunternehmen besonders. Schließlich sind die Kinder von heute unsere Bauherren von morgen.

Hat das Projekt Einfluss auf die Arbeit Ihres Unternehmens?

Die Ideen der Kinder helfen uns dabei, unsere Produkte zukunftsgerichtet weiterzuentwickeln. Denn oft sind es Familien mit Kindern, die bei uns bezahlbares Wohneigentum erwerben. Wenn wir die Wünsche der Kinder kennen, können wir noch besser darauf eingehen – auch wenn Mama und Papa die eigentlichen Bauherren sind.

Welche Aufgabe übernimmt NCC bei Building Blocks?

Wir setzen die Ideen der Kinder in die Tat um. Unsere Baufachleute übernehmen gemeinsam mit den Auszubildenden von NCC und Jugendlichen des Fürstenwalder Aus- und Weiterbildungszentrums den Bau der Häuser – praktischer kann eine Ausbildung in einem handwerklichen Beruf nicht sein.



3. Es geht in diesem Projekt nicht nur um Architektur, sondern auch um Stadtplanung. Auf welche Weise setzen sich die Schüler damit auseinander?

Das Thema Stadtplanung spiegelt sich besonders im Rahmenprogramm der Ausstellung wider. Es werden Workshops angeboten, in denen Kinder und Jugendliche an einem utopischen Stadtmodell arbeiten und so den herkömmlichen Städtebau hinterfragen können.

4. Was können erwachsene Architekten und Stadtplaner von den Schülern lernen – glauben Sie, dass es da handfeste Umsetzungen geben wird?

Dieses Projekt wird eher dazu beitragen, bei Architekten und Städteplanern das Bewusstsein dahingehend zu schärfen, Kinder und Jugendliche, also die Bewohner der Stadt von morgen, in der Stadtentwicklung mehr zu integrieren. Auf der am 29. und 30. Oktober stattfindenden Fachkonferenz werden dazu Modell- und Pilotprojekte konkret vorgestellt.

5. Vom 9. September bis 4. November werden die fertig gebauten Häuser im Felleshus der Nordischen Botschaften ausgestellt. Was wird mit den Häusern nach der Ausstellung passieren?

Das Haus, das die Albert-Schweitzer-Oberschule zusammen mit den Baupiloten entworfen hat, wird nach unserer Ausstellung auf dem eigenen Schulvorplatz wieder aufgebaut. Alle anderen Häuser werden voraussichtlich im Kindermuseum Labyrinth im Wedding nochmals ausgestellt. Und wir hoffen, dass sich für eine dauerhafte Nutzung der Häuser weitere Interessenten melden.

Keller, interkulturell betrachtet

In aller Stille wird das Ikea-Projekt Bo-Klok beerdigt. Die Fertighäuser, die in Schweden und Großbritannien zu Tausenden gebaut wurden, blieben in Deutschland ein Ladenhüter. Insgesamt wurden nur acht gebaut, wovon gerade die Hälfte einen Käufer fand. Ende April stellte der deutsche Hersteller Bien-Zenker das Programm ein.

Als Ursache für den Flop gilt die Kritik der Stiftung Warentest, die gravierende Mängel feststellte. Dazu ließ sich im Wochenmagazin Focus ein Architekt verächtlich über Gästetoiletten ohne Fenster und kleine Zimmer, die eigentlich nur mit Ikea-Möbeln zu möblieren seien. Und dann das Urteil der örtlichen CDU am Ikea-Sitz in Hofheim-Langenheim: „Die Häuser sehen aus wie Baracken, in die man zwei Löcher gerammt hat.“

Meiner Meinung nach waren es aber die fehlenden Keller. In Schweden und in den Niederlanden legt kaum einer Wert darauf. In Deutschland, Österreich und in der Schweiz gilt der Keller hingegen als unerlässlicher Bestandteil eines Eigenheims, auch wenn dieser die Baukosten um etliche zehntausend Euro nach oben bewegt.

Die Anfrage „ohne Keller bauen“ spuckt bei Google gleich 15 600 Treffer aus. „Nie im Leben! Ohne Keller wüsste ich nicht wohin mit Waschmaschine und Technik“, schreibt da der Häuslebauer.

Häuser bauen heißt: von der Zukunft lernen.

„Unser Haus braucht einen Turm, damit wir dem Nachbarn überm Zaun gucken können.“

Wer Häuser baut, macht das nie nur für die Gegenwart. Wie wollen wir in zehn, zwanzig, in fünfzig Jahren wohnen? Für die Zukunft offen sein heißt: zuhören können. Zum Beispiel den Kindern, unseren Bauherren von morgen. Deshalb unterstützen wir das Projekt Building Blocks.

www.nccd.de

NCC



Tomas Lundin

Der Architekt und Bauherrenberater Peter Würtenberger gibt schließlich zu bedenken: „Ein Gartenhäuschen schützt weit weniger gut als ein Keller. Wegen Frost wird man zum Beispiel Farbe dort nicht einlagern können.“ Das Thema ist emotionsgeladen und es ist ihm allein mit nüchternen Argumenten nicht beizukommen. Im Grunde steht der Keller für etwas Gediegenes, für ein Heim, das mehr ist als nur ein Dach über dem Kopf. So ähnlich verhält es sich mit Stromkabeln oder gar Rohren, die über Putz verlegt sind. In Schweden nicht unüblich, in Deutschland ein absolutes „No-go“. Oder die besagten Toiletten und Badezimmer ohne Fenster.

Kaum vorstellbar, dass ein Unternehmen wie Ikea hier seine Hausaufgaben nicht gemacht hat. Vielleicht ist es aber einfach so, dass der deutsche Markt für schwedische Bauweise nicht empfänglich ist. Ein Holzhaus im Urlaubsland Schweden liebt man, ein Zuhause in Deutschland wird es nicht so leicht. Dazu ernüchternde Zahlen aus Schweden: Der Export von Holzhäusern sank 2011 insgesamt um 11 %, derjenige nach Deutschland um ganze 32 %.

Kurznachrichten



Saab verkauft

Der insolvente Autohersteller Saab wird an das Unternehmen National Electric Vehicle Sweden (Nevs) verkauft. Nevs gehört Investitionsgesellschaften aus Hongkong und Japan und wurde eigens für den Zweck des Saab-Erwerbs gegründet. Geschäftsführer Jiang und der Chef des Verwaltungsrats, Karl-Erling Trogen, kennen sich aus gemeinsamen

Zeiten bei der Lastwagensparte von Volvo. Das Unternehmen plant die Entwicklung von Elektroautos und will Ingenieure für die Fabrik in Trollhättan rekrutieren, um demnächst mit der Arbeit anzufangen. Die Lancierung des ersten Modells ist für die Jahreswende 2013/2014 anvisiert. „Mit grünem Strom betriebene Elektroautos sind die Zukunft“, sagte Nevs CEO, Kai Johan Jiang auf der Pressekonferenz Mitte Juni.

Stena Line kauft Fährlinien

Stena Line hat vom Wettbewerber Scandlines zwei wichtige Fährlinien – von Travemünde und Nynäshamn ins Baltikum – erworben. Gleichzeitig übernimmt Stena Line auch die Kontrolle über drei Linien zwischen Schweden und Deutschland, die die Unternehmen früher gemeinschaftlich besessen haben. Die Zukäufe sollen dazu beitragen, dass Stena Line nach drei Jahren mit insgesamt 90 Millionen Euro Defizit wieder in die Gewinnzone fährt.



Fokus auf fünf Touristenmagneten

Die schwedische Regierung investiert knapp sieben Millionen Euro in die Tourismusbranche. Fünf „Pilotdestinationen“ – Bohuslän,

Kiruna, die Stockholmer Schären, Vimmerby und Åre – erhalten während einer dreijährigen Periode besondere Zuwendungen, um Schweden noch stärker als Reiseziel zu profilieren. Die Investition soll dazu beitragen, dass das Ziel der Branche, 2020 über 500 Millionen Euro umzusetzen und 300.000 Vollzeitäquivalente zu beschäftigen, erreicht werden kann.

Schweden muss Müll importieren

Die Erzeugung von Strom und Wärme in Müllverbrennungsanlagen ist ein lukratives Geschäft, ein weiterer Ausbau ist absehbar. Doch schon jetzt übersteigen die Müllverbrennungskapazitäten in Schweden die anfallende Müllmenge von 5,5 Millionen Tonnen. Die Interessenorganisation Avfall Sverige gab an, dass die schwedischen Fernwärmekraftwerke künftig jährlich 1,6 Millionen Tonnen Müll importieren müssen, um den Bedarf der Müllverbrennungsanlagen zu decken.



Arla Foods und MUH fusionieren

Arla Foods plant zwei große Fusionen – mit Milk Link in Großbritannien und mit der Milch-Union Hoheifel (MUH) in Deutschland. MUH ist Deutschlands achtgrößtes Meiereiunternehmen und Europas größter Hersteller von H-Milch. Durch die Fusion wird Arla zum drittgrößten Molkereiunternehmen Deutschlands und erhöht seinen

Umsatz in Deutschland von umgerechnet gut 800 Millionen Euro auf fast 1,5 Milliarden Euro.

Neuer CEO bei Scania

Der Diplomingenieur Martin Lundstedt, geb. 1967, wird ab 1. September neuer CEO von Scania und löst damit Leif Östling ab. Östling wird Vorstandsmitglied bei VW, wo er die LKW-Sparte leiten soll.

Weniger Frauen in den Vorständen

Erstmals ist die Anzahl der Frauen in den schwedischen Aufsichtsräten gesunken. Nach einem kontinuierlich gestiegenen Zuwachs seit 20 Jahren haben Frauen nach den Hauptversammlungen dieses Jahres 23,6 % der Vorstandsplätze inne. Der Rückgang ist zwar mit 0,1 Prozentpunkten sehr gering, markiert aber einen Trendbruch.



„Färskpottatis“ mit Qualitätsstempel

„Färskpottatis“, die kleinen Kartoffeln, die eng mit dem schwedischen Mittsommerfest und dem Hering verbunden sind, können zukünftig einen Qualitätsstempel erhalten. Die Frischkartoffeln aus Schonen haben in den letzten Jahren eine zu niedrige Qualität gehabt, meinen die Branchenorganisationen Svensk Potatis und Skånes Potatisodlarförening. Die Bauern führen selbst die Qualitätskontrolle aus und prüfen unter anderem, ob die Kartoffeln grüne Flecken oder Risse haben. Danach wird eine Größenkontrolle durchgeführt, um eine einheitliche Kartoffelqualität sicherzustellen. Die Mehrheit der Kartoffellandwirte hat sich dem Qualitätsstempel angeschlossen.



Zukünftige Nobelpreisgewinner bekommen weniger

Das Preisgeld des Nobelpreises wird um 20 % gesenkt, von 10 Millionen SEK auf 8 Millionen SEK, umgerechnet etwa 900.000 Euro. Damit will die Nobelstiftung gewährleisten, dass die Erträge aus dem Stiftungskapital auch zukünftig reichen. Auch die Verwaltungskosten der Stiftung und die Nobelfestlichkeiten sollen reduziert werden.

Umweltfreundliche Autos zahlen Mautgebühr

Ab 1. August 2012, fünf Jahre nach der Einführung der Mautgebühr Stockholms, müssen auch alle umweltfreundlichen Autos die Mautgebühr zahlen. Mit alternativen Treibstoffen sowie Biogas oder Ethanol angetriebene PKW, die vor 2009 registriert sind, waren bisher von der Mautgebühr ausgenommen. Insgesamt sind 190.000 Autos von dem Beschluss betroffen. Seit 2007 zahlen schwedischregistrierte Autos eine Mautgebühr bei Ein- oder Ausfahrt in die Stockholmer Innenstadt. Ab 1. Januar 2013 wird auch in Göteborg eine Mautgebühr eingeführt.

Geringere Mehrwertsteuer auf der Speisekarte kaum zu sehen

Die Senkung der Mehrwertsteuer im Gaststättenbetrieb hat nur selten zu Preissenkungen geführt. Laut einer Erhebung des staatlichen Konjunkturinstitutes sind die Preise im Durchschnitt lediglich um 3 % gesunken. Wäre die Senkung ganz an die Kunden weiter gegeben worden, hätten die Rechnungen um 10 % niedriger ausfallen müssen. Das Institut weist jedoch gleichzeitig darauf hin, dass die Preissenkung nicht zwangsläufig so stark ausfal-

len muss, um den Effekt mit mehr Gästen und Angestellten zu erzielen. Die Regierung hatte zum 1. Januar die Mehrwertsteuer für Restaurants und Cateringbetriebe von 25 auf 12 % gesenkt.



H&M in neuer Design-Zusammenarbeit

Der Modekonzern H&M lanciert in Zusammenarbeit mit dem französischen Modehaus Maison Martin Margiela eine neue Kollektion. Ab 15. November 2012 wird die Kollektion in etwa 230 H&M-Geschäften rund um die Welt, und auch online, zu kaufen sein. H&M hat früher bereits mit Modegrößen

wie Karl Lagerfeld, Viktor & Rolf (Foto links), Stella McCartney und Kylie Minogue zusammengearbeitet.

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. Diesmal verführen uns zwei Produkte in eine fröhliche Sommerstimmung mit 50er-Jahre Flair. Gefunden haben wir sie beim Versandhändler scandinaviandesigncenter.de, der direkt aus Schweden nach Deutschland liefert.

Handgewebter Farbtupfen

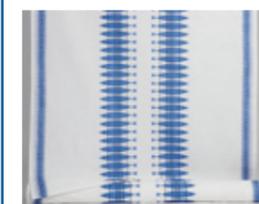
Als hübsches Designdetail passt Molly Multi, ein bunter und handgewebter Kunststoffteppich, perfekt im Flur, Sommerhäuschen oder am Swimmingpool. Die Webtechnik für Kunststoffteppiche wurde im Schweden der Nachkriegszeit entwickelt, und die Webstühle, mit denen Pappelinas Teppiche im Örtchen Leksand in Dalarna produziert werden, stammen noch aus den 50er und 70er Jahren.



Gewinnen Sie. Email genügt!

„Heiter bis schwedisch“ verlost einen Molly Multi 70 x 200 cm im Wert von ca. 120 Euro, gespendet vom www.scandinaviandesigncenter.de. Wenn Sie teilnehmen möchten, schicken Sie einfach bis zum 31.7. eine E-Mail mit dem Stichwort „Heiter bis schwedisch“ an schwedenaktuell@nordis.biz. Gewinner der letzten Ausgabe: Je ein Kerzenleuchter „Light Runner“ für Artur Gietl aus Marl und Tjark Weber aus Karlsruhe und ein KORBO-Drahtkorb (www.korbo.se) für Kerstin Kersten aus Lübeck. Grattis!

Ein Klassiker für den Sommertisch



Schon 1955 hat Marianne Nilsson das Wachstuch „Sill“ (Hering) für das schwedische Unternehmen Almedahls designed. Mehr als 50 Jahre nach der Erschaffung ist Sill ein immer noch beliebter Klassiker und wird Almedahls Motto gerecht: die Klassiker von Morgen zu schaffen. Erhältlich bei www.scandinaviandesigncenter.de für ca. 30 Euro.

Jahresmitgliederversammlung 2012

Donnerstag, der 24. Mai 2012 in Hamburg – ein nachhaltiger Tag



8 Schon am Vorabend trafen sich JCC-Mitglieder aus ganz Deutschland zum Abendessen, um sich kennenzulernen, auszutauschen und sich gemeinsam auf den nächsten Tag vorzubereiten. Denn der war vollgepackt mit neuen Eindrücken, Kontakten und viel Input zum Thema Nachhaltigkeit. Trotz verlockender strahlender Sonne versammelten sich die Teilnehmer pünktlich und zahlreich im Hotel 25hours in der Hamburger Hafencity.

CSR World Café

CSR – diese drei Buchstaben stehen für eine komplexe Thematik: Die Verantwortung von Unternehmen für die Mitarbeiter und für Themen des Umweltschutzes und der Gesellschaft. Mittels der Methode des „World Cafés“, souverän geleitet von Uta Schultz (SveTys), setzten sich gut 35 Kammermitglieder einen intensiven Vormittag lang damit auseinander. Den Einstieg lieferten drei Impulsvorträge; Dr. Norbert Taubken von der Agentur Scholz & Friends Reputation erläuterte, welche Motive Firmen zum CSR-Engagement bewegen und welche strategischen Aspekte zu beachten sind. Marianne Bogle, Leiterin des Netzwerks CSR Sweden, verwies auf den hohen Stellenwert des Themas in Schweden, das weltweit als Vorbild für gelebte Unternehmensverantwortung gilt. Und Dr. Eva-Barbara Fürst-Wiesmann berichtete anschaulich aus der Praxis im SCA-Konzern, u.a. im Umgang mit NGOs. Solchermaßen angeregt setzten sich die

Teilnehmer dann im Tisch-Rotationsverfahren mit Fragen auseinander, die sich vor allem um die Möglichkeiten drehten, CSR im eigenen Unternehmen oder bei Kunden zu etablieren. Schweden aktuell wird sich in der Oktoberausgabe intensiv mit der Thematik befassen, deren Aktualität und Faszinationskraft an diesem Morgen alle Teilnehmer spürbar inspiriert hat.

Peter Marx

Jahresmitgliederversammlung 2012

Nach dem gemeinsamen Lunch ging es für rund 50 Mitglieder aus ganz Deutschland über zur Jahresmitgliederversammlung der Schwedischen Handelskammer.

Mats Hultberg, Geschäftsführer der Kammer, gab einen Ausblick auf das Geschäftsjahr 2012. Ein besonderer Höhepunkt wird die Verleihung des Schwedischen Unternehmenspreises im November in Berlin sein, mit umfangreichem Rahmenprogramm und Galadinner. Auch in den Regionalgruppen und den regionalen JCC-Komitees finden weiterhin regelmäßig Veranstaltungen statt. Um die Handelsbeziehungen zwischen Deutschland und Schweden besser aufzeichnen zu können, läuft seit ein paar Monaten und noch bis Jahresende ein Projekt zur Aktualisierung der Liste schwedischer Tochtergesellschaften in Deutschland. Die Kooperation mit regionalen schwedischen Handels-

kammern und die Bearbeitung von Business-Service-Anfragen gewinnen zunehmend an Wichtigkeit.

Unter der Versammlungsleitung von Präsident Alexander Foerster wurden neu in den Vorstand gewählt: Björn Ekegren, SAS, und Björn Möllerström, Stena Line Scandinavia. Wir heißen die beiden neuen Vorstandsmitglieder herzlich willkommen und freuen uns auf eine konstruktive Zusammenarbeit. Folgenden ausgetretenen Vorstandsmitgliedern wünschen wir alles Gute für die Zukunft und danken für die gemeinsamen Jahre im Rahmen der Schwedischen Handelskammer: Stefan Mathias und Mattias Jagenberg. Neu in den Wahlausschuss wurden Carina Olausson-Wigley, Danske Bank A/S, und Hans von Maltzahn, Hoesch & Partner, gewählt. Auch ihnen gratulieren wir zur Wahl und freuen uns auf eine gute Zusammenarbeit.

Kerstin Nordström

HafenCity Hamburg: Nachhaltige Stadtentwicklung live

Nach der Mitgliederversammlung lud die Hafencity Hamburg zu einer Führung durch den seit über zehn Jahren neu entstehenden Stadtteil südlich der alten Zollgrenze. Begrüßt wurden die rund 35 Teilnehmer im Nachhaltigkeitspavillon von Jürgen Bruns-Berentelg, dem Geschäftsführer der Hafencity GmbH. Er gab dann das Wort an Dr. Pieter Wasmuth, dem Generalbevollmächtigten der Vattenfall Europe AG für die Metropolregion Hamburg, der Einblick in das beeindruckende Projekt Sustainable Cities gab, insbesondere in die neue Hafencity-Wasserstofftankstelle. Der Wasserstoff in dieser Station wird mit regenerativen Energien hergestellt, beispielsweise aus Offshore-Windkraftanlagen. Täglich kann die Tankstelle somit bis zu 20 Hybrid-Busse mit Wasserstoff versorgen.

Im Anschluss ging es dann zu Fuß und unter professioneller Begleitung von Architekt und Stadtentwickler Uwe Carstensen durch eine sonnig-windige Hafencity. Die Hafencity umfasst ein 1,1 km langes Industrie- und Hafengelände, das in einen Standort für Wohnen, Arbeiten, Freizeit und Kultur umgewandelt wird. Schwerpunkt dieser Entwicklung ist eine effiziente Bodennutzung, kombiniert mit energiesparender Mobilität. Auf gute Bedingungen für Fußgänger und Radfahrer wird besonders geachtet; unter den zahlreichen Baustellen wird zudem der Tunnel für eine neue U-Bahnlinie gegraben. Ziel ist es, den Autoverkehr im Stadtteil auf unter 30 % zu senken.

Auch die Themen nachhaltiges Bauen und Energieversorgung werden in der Hafencity großgeschrieben. 2007 entwickelte die

Hafencity GmbH das erste Zertifizierungssystem für nachhaltiges Bauen in Deutschland. Für die Wärmeversorgung werden unterschiedliche regenerativen Energien geschickt mit einer intelligenten Steuerung kombiniert.

Nach anderthalb Stunden endete die Führung am Sandtorkai mit herrlichem Blick auf die Elbphilharmonie und pünktlich zum geselligen Abschluss des Tages mit den anderen Mitgliedern im ChiliClub.

Mats Hultberg

Abschlag Schwedenkammer

Netzwerken der besonderen Art, das bot das Golfturnier der Schwedenkammer, das traditionell einen Tag nach der Jahreshauptversammlung ausgetragen wird. Diesmal waren alle golfinteressierten Mitglieder vor die Tore Hamburgs in den Golf-Park Peiner geladen. Das Umfeld und das herrliche Sommerwetter schon beim Start am ersten Tee morgens um 8.00 Uhr sorgten für das richtige Umfeld. Vor den Teilnehmern lagen nun 18 Löcher auf der insgesamt 5.700 m langen Anlage die auch für die guten Spieler und Single-Handicaper eine echte Herausforderung waren. Nach fünf Stunden stand der neue Sieger des „Wanderpokals der Schwedischen Handelskammer“ für die beste Netto-Punktzahl fest: Wilfried Große-Berg von der Medienagentur INFOkontor aus Köln, der punktgleich mit Staffan Qvist von Staffan Qvist Trade & Design zugleich auch das beste Bruttoergebnis erzielte. Den Nearest-to-the-Pin-Wettbewerb, gewann Staffan Wegdell von Bryan Cave LLP aus Hamburg. Er teilte sich auch den sogenannten „Longest Drive“ mit Staffan Qvist. Vorjahressieger Thomas Ryberg von Ryberg Consulting notierte die meisten Birdies auf der Scorekarte. Alle Teilnehmer bedankten sich im Clubhaus bei Turnierleiter Leif A. Larsson für die sorgfältige Vorbereitung und applaudierten für die von der Conrad Jacobson GmbH aus Hamburg gestifteten Preise.

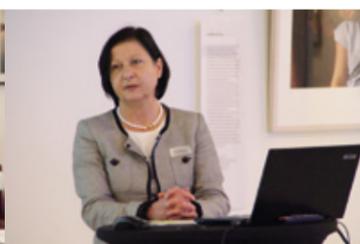
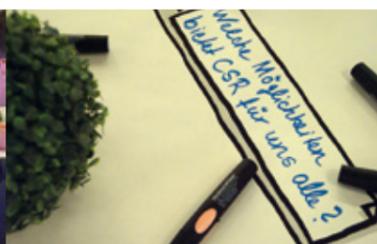
Wilfried Große-Berg



Sie waren mit dabei?
Geben Sie uns Feedback!

Egal ob Sie dabei waren, oder nicht: Wenn Sie – als Mitglied – das Protokoll der Versammlung einsehen möchten, können Sie es mit einer kurzen Mail an info@schwedenkammer.de anfordern.

Wir danken der Conrad Jacobson GmbH und allen anderen Sponsoren für die großzügige Unterstützung.



Die Wärme nicht durch den Schornstein jagen

– oder wie Schweden ihre Häuser bauen

Von Yvonne Rogell und Peter Marx

Die Baukunst hat seit Tausenden von Jahren eine große Bedeutung für den Menschen. Burgen und Festungen wurden gebaut, um Besitz zu verteidigen. Sakrale Häuser wurden errichtet, um göttliche Mächte anzubeten. Ansehnliche, ausgeschmückte Villen konnten Status bedeuten, ebenso wie ein kleines Häuschen auf dem Land eine ruhige Oase sein mochte. Bis heute gilt: Häuser bieten nicht nur ein Dach über dem Kopf, sondern sie sind der vielleicht wichtigste Ausdruck der Lebensart und des Status ihrer Bewohner. Heute wird der Immobilienwert Schwedens – vom Ferienhäuschen an der schwedischen Ostküste bis zum *Turning Torso* in Malmö, von den Flugplätzen in der Umgebung Stockholms bis zu den Hütten in den nördlichen Wäldern – auf die Hälfte des Nationalvermögens geschätzt. Kein Wunder, dass die Baubranche in Schweden eine wichtige Rolle spielt. Dazu gehören nicht nur der reine Hausbau, sondern auch eine Vielzahl an Zulieferern – vom klassischen Schwedenrot bis zu innovativen Photovoltaikanlagen. Unser Branchenspiegel stellt sie vor.

Das Mutterland der Wärmepumpe

Schweden ist gewissermaßen das Mutterland der Wärmepumpen – und bezüglich der Verbreitung auch ein Musterland. Das hängt unter anderem mit den Ölkrisen der 70er Jahre zusammen, in deren Folge die schwedische Regierung die Pioniere der Wärmepumpentechnologie durch zinsfreie Darlehen förderte. Während der 50er, 60er und 70er Jahre war Öl die primäre Wärmequelle in Schweden. Im Zuge der Ölkrise stellte die Mehrheit der Einfamilienhäuser auf Elektroheizung um. Das ist bis heute die dominierende Heizart, so dass eine Technologie, die hier Kosten sparen hilft, auf besonders fruchtbaren Boden stoßen musste. (Anders als in Deutschland spielte Gas als Energieträger in Schweden nie eine nennenswerte Rolle.) Der eigentliche Siegeszug der Wärmepumpen begann Mitte der Achtziger Jahre; heute verfügen ungefähr 40 % aller Häuser darüber, Schloss Drottningholm inklusive.

1922 startete **Thermia** seine Herstellung mit Fokus auf drei Bereichen: Herde, Warmwasserbereiter und Wärmeleitungskessel. 1973 entwickelte man Schwedens erste Wärmepumpe mit integriertem Warmwassertank. Das Unternehmen, heute Teil des dänischen Danfosskonzerns, setzt gut 66 Millionen Euro um und beschäftigt etwa 200 Angestellte. In Deutschland werden Thermias Wärmepumpen durch Händler in Celle, Bentwisch und Burglengenfeld verkauft.

Europas größter Wärmepumpenhersteller **NIBE** wurde vor gut 60 Jahren von Nils Bernerup in Südschweden gegründet. In



Verglaste Balkons von Balco erhöhen den (Nutz-)Wert von Häusern erheblich.

Deutschland ist NIBE ebenfalls führend im Segment Wärmepumpen vertreten. Die NIBE-Zentrale in Celle vertreibt diese Technik über den dreistufigen Vertriebsweg Großhandel-Fachinstallateur-Endkunde. Der Konzern mit Sitz in Markaryd ist seit 1997 an der Stockholmer Börse notiert und beschäftigt 5.900 Angestellte in 20 Ländern.

Anscheinend hatten schwedische Heizsysteme schon früh einen guten Ruf in Deutschland: „Aus dem Land der langen Winter kommt CTC – die Schweden-Heizung!“ hieß es nämlich in einer Anzeige aus den frühen Sechzigern. Das 1923 in Göteborg gegründete Unternehmen gründete seine deutsche Niederlassung – **CTC Wärmespeicher GmbH** – bereits 1932. Heutzutage werden die CTC Produkte in Deutschland unter anderem von der CTC Heizkessel-Wärmetechnik Berthold GmbH verkauft.

Nicht das Billigste, sondern das Beste – so lautet die Firmenphilosophie des **Schwedischen Wärmepumpen Centers** mit Standorten in Haldensleben, Cottbus und Hessen. Das 2006 gegründete deutsche Unternehmen ist auf die innovative Technik

der Schweden gestoßen, als die Gründer auf der Suche nach erneuerbaren Energien waren. „Schweden ist im Wärmepumpenbereich bereits seit vier Jahrzehnten mit bester und leistungsstarker innovativer Technik auf dem Markt. Ich konnte nichts Besseres finden, deshalb haben wir uns für die Vermarktung der Schwedentechnik entschieden“, sagt Inhaber Uwe Riedel. Die Firma bietet mehrere schwedische Wärmepumpenmarken wie IVT, EVI HEAT, Komfortzone und ETK, sie vertreibt aber auch deutsche Produkte, wenn diese von den Kunden nachgefragt werden.

Auch hinter vermeintlich deutscher Wärmepumpentechnologie verbirgt sich nicht selten schwedisches Knowhow. So hat Bosch Thermotechnik den schwedischen Hersteller **IVT** aufgekauft und vertreibt die Technologie hier unter seiner Marke Junkers.

Eher im klassischen Bereich der Wärmeenergieerzeugung ist **Gabriel Keramik AB** tätig. Das schwedische Familienunternehmen verkauft seit 10 Jahren Kachelöfen an gut 30 Händler in Deutschland. „Der Absatz wächst ständig, es ist aber auch eine Frage der Ressourcen“, sagt Geschäftsführer Lars Burmeister über die Erfolge seines Unternehmens auf dem deutschen Markt. Es ist ein großer und umkämpfter Markt, aber Dank der äußerst effizienten Verbrennungstechnik und den niedrigen Emissionswerten der Kachelöfen ist Deutschland einer seiner Hauptmärkte.

Solarenergie: harter Wettbewerb

Schweden hat seinen größten Energiebedarf im Winterhalbjahr. Im Vergleich zum Sommerhalbjahr sind in der dunklen Jahreszeit mehr Warmwasser, Wärme und Strom erforderlich. Wenn der Bedarf am höchsten ist, gibt es am wenigsten Sonne – es verwundert nicht, dass Solarstrom in Schweden eher wenig genutzt wird. Das hält aber schwedische Unternehmen nicht davon ab, Solarmodule zu entwickeln. Aus Lappland stammt **Latitude Solar**, ein Unternehmen, das sich auf die Entwicklung und Herstellung von Photovoltaik-Solarmodulen konzentriert. Lange war Deutschland sein Hauptmarkt, seit 2011 sind aber mehr Solarmodule nach Italien verkauft worden. „Der Absatz ist zurückgegangen, vor allem wegen der Finanzkrise und des Überangebots, das es momentan gibt. Es sind einfach zu viele Akteure in der Branche. Manche kommen aus Asien mit niedrigeren Preisen. Das schaffen wir nicht, wenn wir in Schweden produzieren“, sagt Geschäftsführer Peter Roedder. Mit 55 Angestellten setzt das Unternehmen jährlich etwa 26 Millionen Euro um. Die Hauptverwaltung und Herstellung liegt in Porjus, ganz im Norden von Schweden. Zurzeit entwickelt man neue Solarmodule, um den verlorenen Markt in Deutschland wieder zurückzuerobern. „Wir versuchen, uns zu spezialisieren und besondere Module zu entwickeln. Da sind die Kunden bereit, mehr zu zahlen“, sagt Roedder.

Eine lange und farbenreiche Geschichte

Falu Rödfärg ist eigentlich der Name des Farbpigments, das zu der bekannten gleichnamigen Farbe Falunrot gehört. Die Pro-

duktion geht 400 Jahre zurück – schon 1616 fing man in der Faluner Kupfergrube an, Falu Rödfärg herzustellen. Die Schlammfarbe, die unter anderem Wasser, Weizen- oder Roggenmehl, Eisensulfat und natürlich das charakteristische Farbpigment enthält, wurde am Anfang vor allem von reichen Menschen benutzt. Im 19. Jahrhundert wurde die Farbe beim Landvolk populär und am Ende des 19. Jahrhunderts waren die roten Häuschen mit weißen Ecken ein allgegenwärtiges Element in der schwedischen Landschaft. Schlammfarben – die es natürlich in verschiedenen Farbtönen gibt – erhalten die Struktur des Holzes, sind offenporig und lassen das Holz atmen. In Verbindung mit der konservierenden Eigenschaft des Pigmentes wirkt dies Fäulnis und Schimmel entgegen. Allerdings sollte man beachten, dass Schlammfarben nicht vollständig abriebfest und deshalb als Anstrich für Spielgeräte, Fenster, Türen und Fußböden nicht zu empfehlen sind. In Deutschland kann man das original Falunrot bei Hus Color, dem Schwedischen Farbenhandel und dem niederländischen Anbieter Moose Färg beziehen.

Von oben betrachtet...

Genauso wichtig wie die Farbe ist für die Identität des Hauses auch das Dach, nicht nur, wenn man es wie Nils Holgersson aus der Vogelperspektive betrachtet. Nach eigenen Angaben liegen die Betondachsteine der Firma **Benders Dachstein** auf sechs von zehn schwedischen Häusern. Bereits knapp zwei Jahrzehnte, seit 1993, ist das Unternehmen auch in Deutschland erfolgreich, seit 1998 sogar mit einer eigenen Produktion im mecklenburgischen Kritzkow. Die Muttergesellschaft wurde 1960 von Karl-Erik Bender gegründet. Heutige Besitzer des Konzerns, der jährlich 110 Millionen Euro umsetzt und 400 Angestellte hat, sind Karl-Erik Bender und seine zwei Kinder, Ove und Helen Bender. Man möchte ein starkes Familienunternehmen bleiben und investiert den Gewinn bewusst in den Betrieb, um weiter expandieren und Konjunkturschwankungen abpuffern zu können.

... und von der Seite

Es ist bekannt, dass ein Balkon den Wert einer Wohnung erhöht. Für viele Wohnungssuchende ist ein Balkon sogar eine Bedingung – der Zugang zur frischen Luft und auch der zusätzliche Platz bedeuten viel in einer Gesellschaft, in der wir immer enger beieinander wohnen. Die Investition, einen Balkon zu bauen, lohnt sich auch oft für den Eigentümer einer Wohnung, wenn man die Wohnung verkaufen will. Der schwedische Hersteller **Balco** setzt seit 1987 auf diesen Bedarf. Seit Anfang der 90er Jahre in Deutschland aktiv, ist Balco inzwischen europäischer Marktführer im Bereich der Gesamtdienstleistung für Balkone – von der ersten Idee bis zur Abnahme des realisierten Projekts. Balco konzentriert sich vor allem auf die Verglasung von Balkonen. Die wichtigsten Vorteile liegen in der längeren Nutzungsdauer, nicht nur auf die Gesamtlebensdauer eines Balkons bezogen, sondern auch auf die jahreszeitliche Nutzung. Diese verlängert sich von ca. 4 Monaten im Jahr auf bis zu 10 Monate. Außer in Schweden und Deutschland ist das Unternehmen auch in Polen, England, Norwegen und Dänemark aktiv. Mit 160

Angestellten erwirtschaftet Balco einen jährlichen Umsatz von 65 Millionen Euro. Als Grund für den Erfolg auf dem deutschen Markt sieht Kristian Stenfelt, Marketing Manager von Balco, das technische Know-how an. „Wir sind sehr technisch fokussiert, das gefällt den Deutschen. Man muss technisch kompetent und gut vorbereitet sein, um in Deutschland Erfolg zu haben.“ Dieses Jahr feiert Balco sein 25jähriges Jubiläum und lädt Kunden – schwedische und internationale – zu einem großen Fest nach Växjö ein.

Groß und klein in der Sicherheitsbranche

Angesichts zunehmender Einbruchzahlen spielt das Thema Sicherheit für Hausbesitzer eine wachsende Rolle. Auch in diesem Bereich sind schwedische Unternehmen in Deutschland tätig. Die **Assa Abloy-Gruppe** wurde 1994 gegründet, als sich das Unternehmen ASSA AB vom schwedischen Sicherheitsunternehmen Securitas AB trennte. Kurz darauf folgte die Übernahme des finnischen Herstellers von Hochsicherheitsschlössern, Abloy Oy, einer Tochtergesellschaft des finnischen Unternehmens Wärtsilä. Noch im gleichen Jahr wurde die Assa Abloy-Gruppe an der Stockholmer Börse notiert. Seitdem ist man zum marktführenden Hersteller und Lieferant von Schließlösungen und Sicherheitssystemen geworden. Weltweit arbeiten etwa 42.000 Angestellte für das Unternehmen, das 2011 gut vier Milliarden Euro umsetzte.

Ein im Vergleich kleineres Familienunternehmen, das aber trotzdem weltweit aktiv ist, ist **Extronic Elektronik**. Die schwedische Firma entwickelt, produziert und verkauft seit 1974 Sicherheitsausrüstungen in Schweden. Das Unternehmen ist auf „Dynamische Lichtsteuerung“ spezialisiert, die ca. 50 % effektiver gegenüber einer Ein/Aus-Lichtsteuerung ist, und synchron mit der Energiereduzierung die Lebensdauer der Leuchtmittel erhöht. Seit April 2009 ist man in Deutschland mit einem Büro für Schulung, Vorträge und Planung tätig. Der deutsche Ansprechpartner Hans Schlegel in Berlin sagt, dass die Expansion weitergehen werde, auch wenn der deutsche Markt schwer zu durchdringen sei. „Unsere Erfahrung in Deutschland ist, dass der Markt zu 100% besetzt und verteidigt wird! Alles was nicht von den „Großen“ propagiert wird, wird sehr konservativ behandelt. Um eine Marktakzeptanz auch mit bester Technik zu ermöglichen, bedarf es eines langen Atems, sprich ca. 10 Jahre. Wir wollen nach 5 Jahren in der Gewinnzone sein.“ Auch wenn es also mühsam ist, blickt Schlegel positiv in die Zukunft: „Wir sind schon weltweit erfolgreich, die letzte Station ist der deutschsprachige Raum. In 20 Jahren gehören wir zu den Marktführern für „Dynamische Beleuchtungssteuerung“ in Deutschland“, sagt er.

Ein zentrales und verbindendes Thema für die Baubranche und ihre Zulieferunternehmen ist das Klimabewusstsein. Der Bauweise **NCC** berichtet, dass zukünftig alle Wohnungsprojekte in eigener Regie umweltzertifiziert sein sollen. Das neue Karolinska Krankenhaus, das momentan in Solna bei Stockholm gebaut wird, ist eines der größten Bauprojekte Europas. Auch hier ist

die Umwelt eine Frage mit hohem Stellenwert – es wird berechnet, dass das neue Krankenhaus im Vergleich zum heutigen Karolinska-Universitätskrankenhaus seine Energieaufwendung fast halbieren kann. Der Trend der Branche geht also zu grünem und smartem Bauen. In vielen Fällen resultiert dies nicht nur in klimafreundlichen Alternativen, sondern gibt auch ökonomische Vorteile – wenn nicht direkt beim Bauen, dann zumindest nach ein paar Jahren. Zukünftig werden wir also nicht so viel Wärme wie früher durch den Schornstein jagen, oder wie es auf Schwedisch heißt: für die Krähen heizen. Dann werden es die armen Krähen wohl im Winter ein bisschen kälter haben.



Wärmepumpen entziehen der Umgebung (Boden, Luft oder Wasser) Wärme, die dann zum Heizen und zur Warmwasserbereitung genutzt wird. Dabei wird das bis zu Fünffache der eingesetzten elektrischen Antriebsleistung wieder als Wärme erzeugt. Illustration: NIBE

Thermia: www.thermia.com

NIBE: www.nibe.de

CTC: www.ctcvarme.se

CTC Heizkessel-Wärmetechnik Berthold GmbH:

www.ctc-heizkessel.de

Schwedisches Wärmepumpen Center:

www.swc-cottbus.de

IVT: www.ivt.se

Gabriel Kachelöfen: www.gabrielkachelugnar.de

Latitude Solar: www.latitudesolar.com

Hus Color: www.schwedenfarben.de

Schwedischer Farbenhandel:

www.schwedischer-farbenhandel.de

Moose Färg: www.moosefarg.de

Benders: germany.benders.se

Balco: www.balco.de

ASSA ABLOY: www.assaabloy.de

Extronic Elektronik AB: www.extronic.de

Schwedenhäuser in Deutschland

Warum kein Hersteller mit eigener Niederlassung vertreten ist

Von Peter Marx

Fast 10.000 Deutsche besitzen ein Ferienhaus in Schweden. Nicht alle können oder wollen sich aber ein Ferienhaus im Ausland leisten – und halten es lieber mit der Redensart: zu Hause ist es doch am schönsten. Aber die Sehnsucht nach dem Schwedenhaus lässt sich auch in Deutschland problemlos stillen: eine ganze Reihe von Unternehmen hat sich auf den Import und Bau spezialisiert.

Skånwood z.B. baut seit 1995 schwedische Holzhäuser. Das Unternehmen des Halbschweden Christoph von Hutten benutzt Bausätze und Bauholz aus Schweden, um die Häuser zu bauen. „Warenmarke und Design kommt von **Karlsonhus**, einem traditionsreichen schwedischen Hersteller individuell gestalteter Villen, die allerdings seit 2007 nicht mehr im eigenen Werk produzieren“, sagt von Hutten.

Als selbständiges Unternehmen und Importeur ist von Hutten nicht untypisch für die „Szene“ dieser Branche. Das traditionsreiche Familienunternehmen **Eksjöhus** z.B. bietet bereits seit über fünfzig Jahren Schwedenhäuser in Deutschland an, stützt sich dabei aber nicht auf eine eigene Niederlassung, sondern auf ein Netz von Vertriebspartnern. Ähnlich gilt das auch für **Rörvikshus** oder **Trivselhus**.

Sjödalshus wird Götenehus – bei Aladomo

Interessanterweise sind alle Versuche schwedischer Haushersteller, sich mit einer eigenen Tochtergesellschaft auf dem deutschen Markt zu etablieren, irgendwann gescheitert. Zuletzt musste Marktführer **Sjödalshus** 2011 für seine deutsche Tochter Insolvenz anmelden, nach 17 Jahren mit eigener Niederlassung in Potsdam (*SCHWEDEN aktuell* berichtete). Damit schien eine der bekanntesten Marken abrupt vom Markt zu verschwinden, denn Sjödalshus war 1997 von **Götenehus**, einem der größten Produzenten des schwedischen Binnenmarktes, übernommen worden. Die Produktionsstätten der beiden Markenhersteller wurden im Jahre 2000 im Götenehus-Werk zusammengeführt. Heute werden dort die Häuser auf einem 300.000 qm großen Betriebsgelände von über 200 Mitarbeitern konstruiert und produziert. In Schweden konzentriert man sich in der Vermarktung ausschließlich auf den Namen Götenehus.

Doch in Deutschland bleibt die bekannte Marke Sjödalshus noch übergangsweise bestehen, bevor sie allmählich in Götenehus aufgeht. Schließlich begeistern sich viele für ein Schwedenhaus, weil sie es im Bekanntenkreis kennenlernen. Und da die Kundenzufriedenheit bei Sjödalshus-Kunden sehr hoch war, gab und gibt es viele Empfehlungen, die sich auf die Marke beziehen. Den Generalvertrieb übernahm kein Unbekannter: Die Bremer

Unternehmensgruppe Aladomo mit Zweitsitz in Berlin war bereits 1999 bis 2004 als Norddeutschland-Niederlassung für Sjödalshus tätig und kennt sich bestens mit dem Import hochwertiger Schwedenhäuser und deren Veredelung mit High-Tech-Produkten, wie Thermo-Fundamenten, Wärmepumpen etc., nach den strengen deutschen Normen aus. Gerhard Langer, Geschäftsführer von Aladomo, hält es für das einzig erfolgversprechende Modell, wenn die Vertriebsfirma in deutscher Hand ist. „Die kulturellen Unterschiede sind einfach zu gravierend. Die Produktqualität ist zwar erstklassig, aber mit der schwedischen Art, nicht mit Konflikten zu rechnen, nicht immer alles ganz genau zu nehmen und zu terminieren, mit Reklamationen eher lasch umzugehen etc. gibt es auf dem deutschen Markt immer Reibungspunkte. Da sind wir vielleicht den Amerikanern ähnlicher als den Schweden“, meint er. Außerdem sei der Bau ohnehin nur die Hälfte der Leistung, alles andere wie technische Beratung, Bauanträge, Wärmepumpeneinbau etc. erfolge ja in Deutschland.

Wie groß der deutsche Schwedenhausmarkt übrigens genau ist, lässt sich aufgrund der vielschichtigen Vertriebsstruktur nur schätzen: zwischen 200 und 300 Schwedenhäuser dürften es zurzeit sein, jährlich. Das waren zwar auch schon mal mehr, aber die Zahl der Neubauten ist insgesamt gesunken – und relativ gesehen verzeichnet das Schwedenhaus einen stabilen bis wachsenden Marktanteil. Die hervorragende Energieeffizienz und das angenehme Wohnklima sind auf jeden Fall ausgezeichnete Empfehlungen für diese Bauweise.

www.aladomo.de

www.eksjoehus.de

www.rorvikshus.de

www.skånwood.de

www.trivselhus.de



Entscheidungswege: auf deutsch oder på svenska?

Von Mats Lindgren

Aufgrund der kulturellen Gemeinsamkeiten, der geografischen Nähe und der Größe ist Deutschland seit langem Schwedens wichtigster Exportmarkt. Zahlreiche Firmen haben zum Ziel, sich in Deutschland zu etablieren. Bereits heute sind rund 700 schwedische Tochtergesellschaften hier tätig.

Der enge wirtschaftliche Austausch und die vielen Gemeinsamkeiten verleiten indes dazu, die Unterschiede in den kulturellen Identitäten zu unterschätzen. Gerade in der Geschäftswelt gibt es sehr verschiedene Weisen, wie man handelt, sich ausdrückt und zu Entscheidungen kommt. Tatsächlich gibt es eine typisch schwedische und eine typisch deutsche Art, die Dinge anzugehen. Die Kenntnis dieser Unterschiede kann für Erfolg oder Misserfolg auf dem jeweils anderen Markt von entscheidender Bedeutung sein. Natürlich handelt es sich bei solchen Analysen immer um Verallgemeinerungen; die vielfältigen Verhältnisse der Deutlichkeit halber schwarz-weiß zu malen, wäre genauso falsch, wie die Unterschiede zu ignorieren. Jedes Unternehmen und jede Branche steht vor ganz individuellen Herausforderungen und Lösungen. Und es gibt unterschiedliche Anpassungsstrategien an den ausländischen Markt, die zum Erfolg führen. Davon zeugen zahlreiche Erfahrungsberichte.

Das Wursttheken-Syndrom

Ein gutes Beispiel für den Unterschied zwischen beiden Kulturen ist die schwedische, möglichst unaufdringliche Weise zu kommunizieren. Denjenigen, die bereits intensiver mit Schweden zu tun hatten, ist dies sicher bekannt. Den Schweden selbst werden ihre charakteristisch schwedischen „Qualitäten“ wahrscheinlich umso bewusster, je mehr Kontakt sie zu Deutschen haben – denn diese pflegen zumeist einen weitaus direkteren Umgang mit ihrem Gegenüber. In Schweden führt das natürlich nicht zu Problemen, da alle Schweden sich auf diese Weise ausdrücken. Sie sind zurückhaltend höflich, sprechen durch die Blume und damit nicht immer klar aus, was sie denken. Oft hat sich der Wortgebrauch so entwickelt, dass die eigentliche Bedeutung des Wortes nicht mehr reflektiert wird. Jeder Schwede kennt diese Codes und versteht ohne Nachzudenken, was wie gemeint ist. Die Deutschen sind im Gegenzug viel direkter, äußern oft ohne Zurückhaltung ihre Meinung. Man schämt sich auch nicht, jemandem zu sagen, dass er einen Fehler begangen hat. Dies ist eher die Art und Weise, wie man sich verhalten sollte. Mit der allzu vorsichtigen schwedischen Höflichkeit steht man in Deutschland – wie der Verfasser dieser Zeilen – dann manchmal eine kleine Ewigkeit an der Wursttheke, ohne bemerkt oder gar bedient zu werden. Im schlimmsten Fall versteht man andere Kommunikationssituationen falsch und fällt schließlich eine für seine Firma falsche Entscheidung.

Aber die schwedische Zurückhaltung bringt auch Gutes mit sich. Die schwedische Art, Besprechungen abzuhalten, kann für Nicht-Schweden oder Menschen aus anderen Arbeitskulturen recht ungewöhnlich sein. In zurückhaltender Atmosphäre und mit beobachtender Teilnahme gelingt es in Schweden oft, einen schnellen Konsens zu erzielen – und das mit Problemlösungen, hinter denen jeder Teilnehmer stehen kann. Ohne dass der Chef die Gesprächsleitung übernehmen würde, wird ein Einvernehmen erreicht und gemeinsame Entscheidungen werden getroffen. In Deutschland trifft der Chef, zwar in Absprache mit seinen Mitarbeitern, aber schließlich doch selbst die Entscheidungen. Das ist es auch, was die Mitarbeiter erwarten. Der Chef soll Chef sein und deutliche Anweisungen geben, denen die Mitarbeiter folgen können und sollen. Das schwedische Modell ist durch fließende Grenzen charakterisiert. Der Chef überlässt seinen Mitarbeitern mehr Spielraum und damit einen größeren Teil der Entscheidungsfindung. Die Gruppe funktioniert als Team – der Chef selbst ist einer der Mitspieler. Betrachtet man dieses schwedische Phänomen einmal außerhalb des Besprechungsraumes, findet man vielleicht den Grund dafür, dass viele Schweden Deutschland oftmals zu bürokratisch finden. Immer befindet sich jemand höher auf der hierarchischen Leiter und immer ist das derjenige, der die Entscheidung treffen sollte.

Dass diese Hierarchien hier stark verwurzelt sind, musste H&M erfahren, als das Unternehmen entschied, dass alle Mitarbeiter sich duzen sollten, egal welche Position sie inne haben. In Schweden ist das normal und Standard. In Deutschland aber fühlte sich der Chef einer deutschen Filiale beleidigt und ging so weit, H&M zu verklagen. Der Klage wurde aber nicht stattgegeben, der Fall wurde eingestellt.

Es ist einfach, den Schweden aufgrund seines zurückhaltenden Handelns als konfliktscheu zu bezeichnen. In Schweden ist es jedoch nicht üblich, einen Mitarbeiter öffentlich zu kritisieren. So etwas wird lieber unter vier Augen geregelt. Dass sich die Kommunikation in beiden Ländern so stark voneinander unterscheidet, könnte auch ein Grund dafür sein, dass man an deutschen Arbeitsplätzen Arbeitsleben und Privatleben gern getrennt hält. Arbeits- und Freizeit werden nicht miteinander vermischt – was wiederum Schweden seltsam erscheint, weil es dort völlig normal ist, auch privaten Kontakt zu seinen Kollegen zu entwickeln. Es wäre sogar unverschämt, sich nicht nach der privaten Situation seiner Kollegen zu erkundigen.

Schweden oder Deutsche in Chefpositionen?

Will eine schwedische Firma sich in Deutschland niederlassen, gibt es wichtige Dinge zu beachten. Die Firma sollte sich

im Klaren darüber sein, wofür sie – auch im noch neuen Ausland – steht, welche Ziele sie dort erreichen möchte und wie sie vorgehen will, um diese zu erreichen. Die Antworten auf diese Fragen sehen für jedes Unternehmen anders aus. Für eine Firma mit starkem schwedischem Profil wäre es wohl sinnvoll, einen oder mehrere Schweden in Chefpositionen zu besetzen – Menschen, die Schweden kennen und den schwedischen Charakter der Niederlassung prägen können. Für andere könnte es wichtiger sein, sich von Anfang an bestens auf dem deutschen Markt auszukennen.



Lennart Ekberg

Die bekannte Outdoormarke Haglöfs ist in Deutschland mit ihrer Tochtergesellschaft Haglöfs Deutschland GmbH tätig. Lennart Ekberg, Director of Sustainability beim Hauptsitz in Avesta, erzählt, dass man sich dafür entschieden hat, der deutschen Tochtergesellschaft freie Hand zu geben: Innerhalb des Unternehmens existiert eine klare Vorstellung über Ziele, Budgets, Strukturen und Werte der Firma. Mit Blick auf diese leiten deutsche Chefs das Unternehmen auf dem deutschen Markt.

„Da unsere Mitarbeiter in Deutschland Deutsche sind, kennen sie den Markt und die Arbeitswege gut, und ich könnte nicht sagen, dass wir viele Probleme oder kulturelle Schwierigkeiten in der Beziehung Unternehmen – Markt angetroffen haben“, so Ekberg. „Auch nicht, was die Beziehung Unternehmen – Tochterunternehmen betrifft. Da gab es doch manchmal persönliche Meinungsunterschiede, aber auch das sind Randphänomene.“

Bei aller Selbständigkeit ist allerdings eine intensive Kommunikation mit dem Hauptsitz gegeben. Fast jeden Tag wird auf unterschiedlichen Ebenen zwischen beiden Ländern kommuniziert. Sollte beispielsweise die Tochtergesellschaft Unterstützung mit einem Großkunden brauchen, steht die Muttergesellschaft stets als Ansprechpartnerin bereit. Sollten die deutschen Kollegen das wünschen, kommen schwedische Repräsentanten vor Ort zur Unterstützung. Organisatorisch besteht immer eine Kommunikation mit dem Landeschef. Davon abgesehen hat man bei Haglöfs keine weiteren Strukturen oder speziellen Routinen aufgebaut, um mit kulturellen Unterschieden umzugehen – hat diese aber auch nicht benötigt, da Schwierigkeiten ausblieben. Auch in der Schwedenhausbranche, die ja wie kaum eine andere mit dem Schwedenimage verbunden ist, hat es sich eher bewährt, ganz auf deutsche Strukturen zu setzen. „Die Schweden sind völlig verblüfft, wenn sie ein deutscher Kunde wegen eines Details verklagt oder Kleinigkeiten reklamiert“, sagt Gerhard Langer

von Aladomo. „Da ist es schon besser, wenn vor Ort auch deutsche Manager sind“ (s. auch S. 13).

Positives Schwedenimage nutzen

Eine ideale Lösung ist es natürlich auch, einen Schweden als Chef einzusetzen, der schon einige Jahre Erfahrung in Deutschland hat. Dafür spricht sicher auch, dass schwedische Chefs das nordische Image des Unternehmens nach außen natürlich stärker prägen. Schwedische Unternehmen sind in Deutschland besonders respektiert und gern gesehen. Diesen Bonus nutzt man wahrscheinlich besser, wenn das Unternehmen auch von einem Schweden repräsentiert wird. Dass sich Für und Wider offenbar die Waage halten, sieht man bei den Mitgliedsfirmen der Schwedischen Handelskammer: hier ist die Zahl deutscher und schwedischer Chefs ungefähr gleichgroß.



„Ein Vorgesetzter schreit erstens nie ohne Grund – und zweitens immer mit freundlichem Unterton.“ Mit solchen Zitaten prägt Christoph Maria Herbst in der TV-Serie „Stromberg“ das Bild vom deutschen Chef. Bei Langenscheidt gab er sogar ein Wörterbuch zum besseren Verständnis dieses Archetypus heraus „Chef – Deutsch/Deutsch – Chef“. Sehr zu empfehlen!

Sein schwedisches Pendant setzt dagegen ganz andere Prioritäten: in der Serie „Kontoret“ denkt sich Ove Sundberg lieber in seinem Büro witzige Dinge aus, mit denen er dann seine Mitarbeiter nervt und von der Arbeit abhält.

Der Netz-Werkbund

Das Netzwerk ena macht Architekten, Ingenieurbüros und Hersteller stark für den Export

Urban Knapp ist halb schwedischer, halb deutscher Abstammung. Vielleicht kein Zufall also, dass er nicht nur sehr gut planen und organisieren kann, sondern zugleich ein begnadeter Netzwerker ist. Was der Geschäftsführer bei khp Architekten in Baden-Baden vor zehn Jahren mit sechs anderen engagierten Architekten begann, geht jedenfalls weit über eine gewöhnliche Branchenkooperation hinaus. Das Netzwerk **ena - european network architecture** – umfasst heute mehr als 50 namhafte Architekten, Fachplaner, Hersteller und Dienstleister.

Begonnen hat alles mit dem Wunsch, den Austausch über die Unternehmensgrenzen zu kultivieren: Gedanken- und Erfahrungsaustausch, Benchmarking – am Vergleich mit den anderen wachsen. Dann kam die Entwicklung gemeinsamer Standards dazu. Schulungen wurden organisiert, für die Mitarbeiter, aber auch für die Inhaber.

Doch schnell wurde daraus auch echtes Geschäft, eine Plattform zur Auftragsgewinnung, zum Zusammenfinden von Bieter- und Projektgemeinschaften. Heute ist ena Dreh- und Angelpunkt für Unternehmer und Investoren, um intelligente, ganzheitliche und nachhaltige Gebäude und Stadtteile zu realisieren. Die Kompetenzen der ena-Partner reichen von der Planung über die Gestaltung, die Ausstattung bis zur Durchführung der Projekte und zum späteren Betrieb.

Export im Fokus

Innerhalb des Netzwerks gibt es Büros mit besonderer Qualifizierung für bestimmte Gebäudearten. Krankenhäuser z.B. oder Hotels, Galerien und Museumsbauten. Auch die imposante Britische Botschaft in Berlin wurde aus dem ena-Netzwerk realisiert. Längst gehören nicht mehr nur Architekten zum Netzwerk, sondern auch Ingenieurbüros und Produzenten. Aus der Hand der ena Ingenieure sind u.A. der neue Berliner Flughafen, die EM Fussballstadien in Warschau und Kiev, aber auch die Allianz Arena in München.

Da kann es dann auch schon mal dazugehören, dass sich Architekten und Hersteller zusammenschließen, um neue innovative Produkte zu entwickeln ...

Die Bündelung der Kräfte ermöglicht es den ena-Büros, auch auf internationalen Messen wie der MIPI in Cannes mit einem Stand vertreten zu sein. Überhaupt steht heute der Export, also die Akquisition von Aufträgen im Ausland, im Fokus der Netzwerkarbeit. Bei einem Stadtentwicklungswettbewerb in St. Petersburg gewann ena einen spektakulären 1. Platz. Ein beachtlicher Prestigeerfolg, auch wenn der Auftrag dann doch an das zweitplatzierte einhei-

mische Unternehmen vergeben wurde.

Damit das Netzwerk mit der Dynamik von Märkten und die Geschwindigkeit von Innovationen jederzeit Schritt hält, leistet sich ena ein professionelles Netzwerkmanagement. Claudia Köhler: „Ich moderiere Prozesse, mache Dinge sichtbar und gemeinsame Interessen transparent. Einerseits denken wir über bestehende Branchen- und Unternehmensgrenzen hinaus, andererseits stellen wir uns den individuellen Interessen der unterschiedlichen Partner. Das lebt von Vertrauen.“ Am Ende profitieren alle Beteiligten: Innerhalb des Netzwerks explizit gewordenes Wissen mündet in der Zusammenarbeit mit Bauherren, Investoren oder Städteplanern in strategisches, vorausschauendes Handeln.

Auch in Stockholm verfügt ena mit der Equator Group über ein Partnerbüro. Es gibt schwedischsprachiges Informationsmaterial. ena-Präsident Knapp erläutert: „Es gibt da einen interessanten Kulturunterschied. In Schweden haben Architekten traditionell ein kleineres Aufgabenfeld als in Deutschland. Während dort der Job meist nur die eigentliche Planung umfasst, leisten Architekten hier oft auch über die Baugenehmigung hinaus die Werk- und Detailplanung und die Bauleitung, d.h. sie koordinieren die Gewerke und sind bis zum Projektende involviert. Wir sind überzeugt, dass auch Kunden in Schweden davon profitieren können und beteiligen uns immer mehr an dortigen Ausschreibungen. Wir betreuen deutsche Unternehmen, die in Schweden bauen möchten. Aber auch schwedische Unternehmen mit Bauvorhaben in Deutschland sind bei uns besonders gut aufgehoben.“

PLANEN
BAUEN
VERANTWORTEN

PLANERA
BYGGA
TA ANSVAR

„Vi tänker utifrån ett interdisciplinärt perspektiv och vi agerar med framåtanda. Det påverkar redan de första tankegångarna för formgivningen. Vi hjälper till med din företagsutveckling i Tyskland.“

„Wir denken interdisziplinär und handeln beherzt. Das fließt schon in die ersten gestalterischen Überlegungen mit ein. Wir helfen Ihrem Unternehmen bei der Realisierung Ihrer Gebäude in Schweden.“

ena - european network architecture e.V.
svensktalande intressenter:
Urban Knapp / knapp@ena.ag
deutschsprachige Interessenten:
Jörg Weinbrenner / weinbrenner@ena.ag

www.ena.ag

Im letzten Portrait stellten wir unser Mitgliedsunternehmen tocado PR vor. Dabei konnte der Eindruck entstehen, Gudrun Sjödén sei ein aktueller Kunde der Agentur. Die Referenz bezog sich aber auf die Vergangenheit. Die Redaktion

JCC Düsseldorf/Köln



*Name: Ines Fauter
Alter: 30
aufgewachsen in: Magdeburg
wohnt seit 2000 in Köln
Studium: Skandinavistik, Politikwissenschaft und Fennistik an der Universität zu Köln und der Åbo Akademi in Turku (Finnland). Arbeitet als Wissenschaftliche Mitarbeiterin im „Service- und Kompetenzzentrum: Kommunaler Klimaschutz“ am Deutschen Institut für Urbanistik, Köln. Seit 2009 im JCC Düsseldorf/Köln, seit 2010 Komiteemitglied*

Der Junior Chamber Club in Düsseldorf und Köln

Gemeinsam mit Rebecca Hillmanns und Kerstin Nordström, die bei der Schwedischen Handelskammer in Düsseldorf tätig sind, organisiere ich für unsere JCC-Mitglieder und Freunde Veranstaltungen in wirtschaftlichem, kulturellem, sportlichem und geselligem Rahmen.

In den Städten Düsseldorf und Köln und auch darüber hinaus bieten wir im Junior Chamber Club regelmäßig gemeinsame Aktivitäten. An jedem ersten Donnerstag im Monat findet in Düsseldorf ein After-Work in einem lokalen Café, Restaurant oder einer Bar statt. Zusätzlich treffen wir uns seit April 2012 einmal monatlich in Köln. Die jeweils am dritten Mittwoch eines Monats stattfindenden Stammtischabende plane und führe ich zusammen mit Philip Witte von der Sprachschule „IS Düsseldorf“ durch. Mit den stets gut besuchten Veranstaltungen gelingt es uns, dass auch Mitglieder und Freunde des JCC aus anderen Städten teilnehmen. Bei Events in Köln sind häufig auch JCC'ler aus Düsseldorf oder Bonn zugegen, in Düsseldorf nehmen oft auch Mitglieder aus dem Ruhrgebiet oder Köln teil.

Abwechslungsreiches Programm

Außerhalb der regelmäßigen Stammtische organisierten wir in den vergangenen Monaten einen Besuch beim WDR in Köln und trafen uns bei den „Skandinavischen Filmtagen“ in Bonn und bei einem unserer Mitglieder zu einem gemeinsamen Kinoabend. In Düsseldorf erhielten wir einen Einblick in die Senfherstellung bei einem bekannten Unternehmen. In der kleinsten Bierbrauerei Kölns bekamen wir die Gelegenheit, einem erfahrenen Braumeister über die Schulter zu schauen. Besonders großes Interesse fand die erneute Unternehmensbesichtigung bei Thyssen Krupp in Essen. Ein weiteres Highlight war das gutbesuchte Seminar von Poolia im Mai, bei welchem Tipps und Tricks rund um eine erfolgreiche Bewerbung im deutsch-schwedischen Kontext erlernt wurden.

Verstärkung gewünscht

Bei allen Anlässen geht es uns darum, dass JCC-Mitglieder und Nichtmitglieder - egal ob schwedischer, deutscher oder anderer Herkunft – miteinander ins Gespräch kommen und sich austauschen. Gerne möchten wir für unsere Mitglieder und Interessierte weitere spannende Besichtigungen und gemeinsame Aktivitäten anbieten. Hierfür suchen wir Unterstützung bei der Organisation im Komitee. Wir freuen uns auf euch! JCC, das sind nämlich Du und ich!

Mehr Informationen zu unseren Veranstaltungen sind unter: www.schwedenkammer.de oder in der Facebook-Gruppe des JCC Düsseldorf/Köln zu finden. Varmt välkomna!



Rörstrand

scandinavian | lifestyle

www.scandinavian-lifestyle.de

Fallen im Gewerbemietrecht



Kaufen oder mieten? Diese Frage stellt sich für jeden Unternehmer. In Deutschland ist das Gewerbemietrecht um Einiges formeller als in den skandinavischen Ländern.

Solange der Mietvertrag normal läuft, lassen sich unterschiedliche Interessen im Mietvertrag ausgleichen. Aber was ist, wenn es zum Streit kommt? Bei Konflikten versucht oft ein Vertragspartner, das Mietverhältnis zu beenden oder zumindest eine günstige Verhandlungsposition zu erlangen.

Relevant wird dabei oft das gesetzliche Schriftformgebot. Nach § 550 BGB bedürfen Mietverträge, die für einen längeren Zeitraum als ein Jahr abgeschlossen werden, der Schriftform. Vereinfacht ausgedrückt heißt das, dass der Vertragstext von beiden Parteien auf dem selben Stück Papier zu unterzeichnen ist. Damit ist es allerdings nicht getan. Durch eine Vielzahl von Gerichtsentscheidungen wurde der Anwendungsbereich des Schriftformgebots immer weiter. Es sind viele Details zu beachten, die erhebliche Risiken und Unsicherheit bedeuten. So sind z.B. auch nachträgliche Abänderungen des Mietvertrags in entsprechender Form abzuschließen. Das wird häufig übersehen. Oft einigen sich die Parteien mündlich auf Änderungen, halten diese aber nicht in der notwendigen Form fest. Auch Anlagen, auf die verwiesen wird, sind erfasst. Das ist besonders relevant, da häufig Pläne, Zeichnungen oder Ausstattungslisten zur näheren Beschreibung der Mietsache beigefügt werden.

Ein Verstoß gegen die Schriftform – egal ob vor oder nach Vertragsschluss – führt nicht dazu, dass der Mietvertrag unwirksam ist. Die Konsequenzen sind dennoch gravierend: der Mietvertrag gilt als auf unbestimmte Zeit abgeschlossen. Jede Seite

kann dann das Mietverhältnis mit einer Frist von sechs Monaten kündigen. Außerdem besteht die Gefahr, dass eine vereinbarte Indexierung der Miete unwirksam wird. Denn diese ist davon abhängig, dass zumindest der Vermieter sich mindestens zehn Jahre lang nicht einseitig vom Mietvertrag lösen kann. Es liegt auf der Hand, dass jede Partei bei Problemen mit der Schriftform die drohenden Konsequenzen in Verhandlungen zu ihrem Vorteil ausspielen kann.

Um diese Fallstricke zu vermeiden, ist ein sorgfältiger Umgang, insbesondere eine saubere Dokumentation sämtlicher Vereinbarungen im Zusammenhang mit langfristigen Gewerbemietverträgen geboten. Mancher wird über unnötigen Formalismus klagen. Solange sich die Rechtslage nicht ändert, ist die Vermeidung der beschriebenen Risiken den Aufwand sicher wert.



*Thilo Schulz
Rechtsanwalt, Senior Associate
Fachanwalt für Bau- und Architektenrecht bei Mannheimer Swartling*

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

Mitgliederversammlungen im Laufe der Zeit

In dieser Ausgabe wollen wir uns nicht nur mit der Mitgliederversammlung 2012 befassen, sondern den Blick noch weiter in die Vergangenheit schweifen lassen. Die ältesten Fotos in unserem Archiv stammen aus dem Jahr 1977. Damals wie heute diente die Versammlung nicht nur der Diskussion mitgliederrelevanter Fragen sondern auch dem Austausch des Vorstands, dem Networking der Teilnehmer und dem geselligen Beisammensein. Sehen Sie selbst!



Jahreshauptversammlung am 23.11.1977 im Münchner Hotel Vier Jahreszeiten.

Erkennen Sie jemanden auf den Fotos? Helfen Sie uns, unser Archiv auf den neuesten Stand zu bringen und gewinnen Sie ein Buchpaket im Wert von 50 Euro. info@schwedenkammer.de



Geselliger Ausklang im Rahmen der JHV am 4.11.1981 in Hannover. Foto unten: Präsident John A. Some, z.v.l.



Vorstandssitzung in Berlin im Mai 1982.



Mitgliederversammlung 1988 in Koblenz. Foto rechts unten: Vorsitzender Ingemar Kallenbach (Mitte), Stellvert. Vorsitzender Lars Törnquist.



Mitgliederversammlung 1990 in Berlin.



„CSR um die Marke zu stärken“

Die Mitgliedsunternehmen der Handelskammer arbeiten unterschiedlich aktiv an Themen der CSR, Corporate Social Responsibility (dt. Unternehmerische Sozialverantwortung). Die Unternehmen konzentrieren sich vor allem auf Fragen, die die Übernahme sozialer Verantwortung betreffen, z. B. Gleichstellung, Vielfalt sowie das Wohlbefinden der Mitarbeiter, und weniger auf Fragen, die die Verantwortung für die Umwelt betreffen. Der mit Abstand wichtigste Grund, weshalb die Unternehmen sich der CSR-Arbeit widmen, ist, um die Marke zu stärken. Dies zeigt das Ergebnis einer anonymen Umfrage, die von der Schwedischen Handelskammer in Zusammenarbeit mit dem Online-Umfrageunternehmen Netigate unter 26 Mitgliedsunternehmen der Handelskammer im Vorfeld des CSR World Café in Hamburg im Mai durchgeführt wurde.

Die Untersuchung, die über eine Internet-Umfrage durchgeführt wurde, diente dazu, Hinweise darauf zu bekommen, wie die Mitgliedsunternehmen mit Fragen der CSR arbeiten, wobei der Fokus auf den drei Bereichen: Verantwortung, Finanzen und Gründe für die CSR-Arbeit der Unternehmen lag.

Verantwortung

Es ist offensichtlich, dass die Verantwortung für die CSR-Arbeit bei den Mitgliedsunternehmen weit oben in der Unternehmensorganisation angesiedelt ist. Drei Viertel der befragten Unternehmen geben an, dass die Verantwortung beim Geschäftsführer oder beim Vorstand liegt. Außerdem scheinen deutsche Tochterunternehmen mit schwedischer Muttergesellschaft im eigenen Land wenig oder keine Selbstbestimmung über Belange der CSR zu haben. Wenige Mitgliedsunternehmen haben eine ausgesprochene CSR-Strategie, da nur jedes vierte Unternehmen angibt, dass es für diese Belange überhaupt eine Strategie gibt. Nur eines der befragten Unternehmen gibt an, dass es dem Leitfaden ISO 26000 folgt, der 2010 eingeführt wurde.

Finanzen

Mehr als die Hälfte der Unternehmen, die an der Untersuchung teilgenommen haben, geben an, dass für die CSR-Arbeit kein extra Budget bereitgestellt wurde. Es ist jedoch höchst wahrscheinlich, dass die Unternehmen dennoch in die CSR-Arbeit investieren, dies geschieht jedoch indirekt und auf andere Weise, ohne dass es über ein extra bereitgestelltes Budget gesteuert wird. Mehr als 50% behaupten auch, dass das wirtschaftliche Klima sich nicht auf die Arbeit an CSR-Belangen auswirkt, was damit zusammenhängen kann, dass viele Unternehmen kein CSR-Budget bereitgestellt haben.

Gründe

Der Sinn von CSR ist, dass die Unternehmen Verantwortung für unternehmen sollen, wie sie wirtschaftlich, im Hinblick auf die Umwelt und sozial die Gesellschaft beeinflussen. Innerhalb der drei Bereiche scheinen die Mitgliedsunternehmen die meis-

ten Ressourcen auf die Übernahme von sozialer Verantwortung zu verwenden, was unter anderem heißt, dass man darauf achtet, dass die Mitarbeiter zufrieden sind und dass am Arbeitsplatz ein gesundes Gleichgewicht zwischen den Geschlechtern, Altersgruppen, ethnischem und religiösem Hintergrund besteht, sowie dass keine Gruppe auf irgendeine Art diskriminiert wird. In unserer Umfrage rangieren die Umweltfragen ganz unten auf der Liste der Prioritäten, was natürlich zum großen Teil an der Art der Unternehmen liegen kann, die die Umfrage beantwortet haben.

Der wichtigste Grund, warum die Unternehmen sich in der CSR-Arbeit engagieren, ist, laut unserer Umfrage, um die Marke zu stärken, was von 71% angegeben wird. Danach folgt ein Gewissensaspekt – 52% sind der Ansicht, dass es unter ethischen und moralischen Aspekten wichtig ist, CSR-Arbeit zu betreiben. 43% geben an, dass CSR genutzt wird, um neue Arbeitskräfte anzuziehen. Nur ein Unternehmen gibt an, dass die CSR-Arbeit dafür da ist, neue Kunden anzuziehen.

Die Untersuchung wurde von Netigate in Zusammenarbeit mit der Schwedischen Handelskammer durchgeführt. Netigate unterstützt Unternehmen und Organisationen mit professionellen Umfragen via Internet und Mobiltelefone.

Lars Lindberg
Marketing Director
Netigate AB

EIN DACH VON BENDERS
Vielfalt and Farben, Formen und Zubehör



Für bleibende Werte



Dächer, die verschönern und schützen. Unsere Dachsteine sowie das vielseitige Produktsortiment von Benders bieten Ihnen dauerhaften Schutz und Sicherheit. Qualität, die unabhängig ausgezeichnet und zertifiziert wurde. Haltbar, widerstandsfähig und witterungsbeständig. Wir lieben unsere Produkte. Leben Sie mit. Sichern Sie sich jahrelange Tradition und Klasse. Mehr auf: www.benders.se

Benders Dachstein GmbH
Gewerbestraße 10 • 18299 Kritzkow/Güstrow
Tel +49 (0) 38454-550 • Fax +49 (0) 38454-55 28
www.benders.se • info.de@benders.se

International Export Mentor

Die Schwedische Handelskammer in Deutschland unterstützt im Rahmen dieses internationalen Projekts schwedische Unternehmen durch die Vermittlung eines erfahrenen Mentors in Deutschland

Das Projekt International Export Mentor, das auf Initiative des schwedischen Wirtschaftsministeriums und der Stockholmer Handelskammer gerade in die nächste Runde startet, unterstützt Unternehmen in Schweden bei ihren Auslandsplänen: durch die persönliche Beziehung im Rahmen eines Mentorenprogramms. Teil des weltweit operierenden Mentorenprogramms sind die regionalen Handelskammern in Schweden sowie die Organisation ALMI Företagspartner, die das Projekt zusammen mit schwedischen Auslandshandelskammern durchführen. So können schwedische Unternehmen, die einen neuen Markt im Ausland erobern wollen, auf das Netzwerk und die Kontakte der schwedischen Auslandshandelskammern zurückgreifen. In dieser Phase sind nebst der Schwedischen Handelskammer in Deutschland die Schwedischen Handelskammern in den USA, Großbritannien, Frankreich, China, Hong Kong, Brasilien, Indien, Taiwan, den Niederlanden, Österreich, der Schweiz, Mexiko, Spanien und Italien am Projekt beteiligt. Ziel ist es, bis November 2012 weltweit 90 Paare zu finden.

Das Programm richtet sich an Unternehmen in Schweden, die bereits Erfahrungen mit dem Export in ein Land haben und nun planen, auf einem weiteren Markt Fuß zu fassen. In einem ersten Schritt wendet sich das Unternehmen an seine zuständige Handelskammer vor Ort. Diese stellt dann den Kontakt zur schwedischen Auslandshandelskammer her, die dann wiederum im eigenen Netzwerk einen geeigneten Mentor sucht und die beiden Parteien zusammenbringt. Auch bei den weiteren

Kontakten sowie der Organisation eines physischen Treffens ist die schwedische Handelskammer im jeweiligen Land behilflich.

Das Projekt sieht vor, dass pro Mentorpaar mindestens zehn Kontakte stattfinden; mindestens einer davon sollte ein persönliches Treffen im zukünftigen Exportland sein. Über die genaue Ausgestaltung der Mentorbeziehung sowie die Häufigkeit der Treffen werden in Absprache zwischen dem Mentee und den Mentoren getroffen. Um als Mentor in Frage zu kommen, sind eine hohe Motivation für das Projekt und die Mentorenrolle sowie die zeitliche Verfügbarkeit für mindestens zehn Treffen ausschlaggebend. Darüber hinaus wird vorausgesetzt, dass der Mentor über ein breites Netzwerk vor Ort sowie eigene Erfahrungen vom Handel und der Etablierung im gewünschten Markt mitbringt.

Wenn Sie ein Unternehmen in Schweden kennen, das sich für das Programm interessiert, oder wenn Sie sich vorstellen können, als Mentor hier in Deutschland aktiv zu werden, melden Sie sich gerne mit Ihren Fragen bei nordstroem@schwedenkammer.de. Weitere Informationen finden Sie auch auf der Homepage www.almi.se.

INTERNATIONELL EXPORT
MENTOR

VERANSTALTUNGEN IN DEN REGIONEN

Wir wünschen allen Leserinnen und Lesern einen schönen und erholsamen Sommer! Nach der Sommerpause freuen Sie sich u.a. auf folgende Veranstaltungen:

August

- 2.8. Schwedengespräch Rhein-Main, Frankfurt
- 24.8. Sommerfest der internationalen Wirtschaftsvereinigungen, Berlin

September

- 6.9. Schwedengespräch Rhein-Main, Frankfurt
- 25.9. Unternehmensbesuch bei Trumpf GmbH & Co. KG, Stuttgart

Oktober

- 24.10. Führung und Vortrag: Verlagshaus der Rheinischen Post, Düsseldorf

Bitte merken Sie sich auch heute schon die Verleihung des Schwedischen Unternehmenspreises am 15.11.2012 vor.

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

SAVE THE DATES!



Sponsoren der Kammer



Nutzen Sie „Schweden aktuell“ für Ihre Kommunikation!

Die Mediadaten mit Themen und Terminen für 2012 finden Sie unter www.schwedenkammer.de. Reservieren Sie jetzt Ihre Anzeigen unter 02054-9385417 oder schwedenkammer@nordis.biz. Anzeigenschluss für die nächste Ausgabe ist der 24.08.2012

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: Ola Ericson/imagebank.sweden.se

Koordination, Anzeigen, Produktion:

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

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



Schweden bietet mehr als Elche und Möbel.

Netigate ist einer der am schnellsten wachsenden Unternehmen in Europa und unterstützt Unternehmen und Organisationen mit Online-Befragungen und Feedback Management. Mit unserer webbasierten Befragungssoftware helfen wir unseren Kunden wichtige Entscheidungen auf der Basis von Fakten statt auf Intuitionen zu treffen.

Kontaktieren Sie uns und erfahren Sie, warum sich mehr als 500 deutsche Unternehmen entscheiden, ihre Kunden-, Markt- und Mitarbeiterbefragungen mit uns umzusetzen.

Netigate – Weltklasse SaaS-Lösungen aus Schweden.

Rufen Sie uns kostenfrei an unter 0800 673 82 19.





Netigate Deutschland GmbH
LuisenForum, Kirchgasse 2
65185 Wiesbaden
www.netigate.de











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

Acquisition Finance für Nordeuropa und darüber hinaus

Wo auch immer Sie Ihren Sitz haben, unser Acquisition Finance Team steht bereit. Wir hören Ihnen zu, wir verstehen Ihre Bedürfnisse und wir unterstützen Sie dabei, Ihre finanziellen Ziele zu erreichen.

Von Stockholm, London, Frankfurt, Helsinki und Kopenhagen aus arbeiten wir mit führenden europäischen Private Equity Investoren zusammen. Unser Track Record spricht für sich: über 14 Milliarden Euro Underwriting von Senior und Subordinated Debt in mehr als 300 Leveraged Buyouts.

Doch wir bieten noch mehr: ein Team von erfahrenen und hochqualifizierten Spezialisten mit umfassenden Produktkenntnissen; verlässlich und vertrauensvoll. Wir legen besonderen Wert auf persönliche und individuelle Begleitung jeder Transaktion sowie einen strikten Prüfungsprozess. Unser Team hat ein klares Ziel: gemeinsam mit Ihnen eine langfristige und vertrauensvolle Geschäftsbeziehung aufzubauen – das ist ein Grund, warum wir Sie auch nach Abschluss der Akquisition begleiten und unterstützen.

Entdecken Sie mehr auf sebgroupp.com/merchantbanking oder sprechen Sie uns an:

Simon Wakefield	London	+44 20 7246 4367
Mårten Sennerup	Stockholm	+46 8 763 9613
Alexandre Godard	Frankfurt	+49 69 258 5434
Marko Rintala	Helsinki	+358 9 61 628 130
Caroline Lohse	Kopenhagen	+45 3328 1033

