

SCHWEDEN aktivell

5 FRAGEN AN

Per Grankvist, CSR-Experte

SCHWERPUNKT ROHSTOFFE

Schwedens Öl: Erz und Holz

MITGLIEDER IM PORTRAIT

Conrad Jacobson & LKAB

UNTERNEHMENSKULTUR

Corporate Social Responsibility





Um Mensch und Natur bemüht

Nachhaltigkeit im Fokus

SCA ist ein globales Hygiene- und Forstunternehmen, das Hygieneprodukte, Tissue und Forstmaterialien entwickelt und produziert. SCA beschäftigt weltweit rund 37.000 Mitarbeiter und vertreibt seine Produkte in etwa 100 Ländern. Zu den bekanntesten Marken zählen TENA und Tork sowie in Deutschland die Hygienepapiere Tempo, Zewa und Danke. Der Umsatz belief sich im Jahr 2011 auf 11,7 Mrd. Euro.

In Deutschland gibt es vier Werke in Kostheim, Mannheim, Neuss und Witzenhausen mit einer Belegschaft von insgesamt rund 3.500 Mitarbeitern und einen Verwaltungsstandort in München-Ismaning. Im Juli 2012 übernahm SCA das europäische Tissue-Geschäft von Georgia-Pacific und erweiterte damit sein Marken-Portfolio um Lotus und Demak'Up.

Weitere Informationen unter www.sca.com.



Liebe Mitglieder und Freunde der Handelskammer,

dass der Außenhandel für den Wohlstand Schwedens große Bedeutung hat, ist bekannt. Die entscheidende Rolle des Exportes unterstrich jetzt auch die schwedische Handelsministerin Eva Björling mit einer ganz eigenen Vision, „Dubbla Exporten“. Das Ziel: den schwedischen Außenhandel bis 2015 zu verdoppeln.

Beste Voraussetzungen, dieses Ziel zu verfolgen, bietet zweifellos Deutschland mit dem schon immensen Handelsaustausch, den alten und engen Wirtschaftskontakten und dem einmalig positiven Schwedenbild.

Die Schwedische Handelskammer hilft seit über 50 Jahren Unternehmen bei einem erfolgreichen Einstieg auf den deutschen Markt. Bei der Gründung war vieles anders: Export war der einzige Weg ins Ausland, die Handelshindernisse waren groß und Informationen waren schwer zu bekommen. Um heute erfolgreich Geschäfte im Ausland zu machen, muss man eher die richtigen Kontakte haben, die Geschäftskultur verstehen und – besonders in Deutschland – einen langen Atem haben.

So muss sich auch die Handelskammer mit den Zeiten entwickeln, um die schwedische Wirtschaft effizient unterstützen zu können. Die Kammer muss konkrete Hilfe von kompetenten Schweden vor Ort anbieten können, die richtigen Kontakte vermitteln und die relevanten Informationen aus dem allgegenwärtigen Informationsfluss rausholen.

Nur so kann die Handelskammer, in enger Kooperation mit der Botschaft und dem Außenwirtschaftsrat, zu mehr und besseren Geschäften in Deutschland helfen. Wir arbeiten im Moment intensiv an einer neuen Strategie, um die Handelskammer noch attraktiver für Mitglieder, Kooperationspartner und die, die noch nicht Mitglied sind, zu machen. Mehr dazu in Kürze.

Eine wichtige Manifestation der schwedischen Wirtschaft in Deutschland ist auch in diesem Zusammenhang die jährliche Verleihung des Schwedischen Unternehmenspreises in Deutschland, die 2012 am 15. November im Humboldt Carré in Berlin stattfindet. Die Preisverleihung wird begleitet von einem attraktiven Programm zum Thema Innovation und Kreativität. Die Festrede hält der international bekannte schwedische Industrielle Jacob Wallenberg, Vorstandsvorsitzender der Holding Investor AB, die u.a. Anteile an SEB, AstraZeneca, SKF, Ericsson und Electrolux hält. Der Preis wird in diesem Jahr zum zehnten Mal verliehen, da-

her sind das Galadinner und das Ambiente besonders festlich. Unverändert bleiben aber die Inspiration und die vielfältigen Möglichkeiten zum Networking mit Vertretern aus der deutsch-schwedischen Wirtschaft inklusive den Repräsentanten der geehrten Unternehmen.

Fragen Sie bei uns in der Geschäftsstelle nach, sicherlich haben wir noch einen Platz für Sie, Ihre Kunden oder Geschäftspartner frei.

Wir freuen uns, Sie in Berlin begrüßen zu dürfen!

Mit freundlichen Grüßen aus Düsseldorf

Mats Hultberg

Inhalt

| | |
|---|----|
| 5 FRAGEN AN Per Grankvist, CSR-Experte | 4 |
| KOLUMNE „Zwei Eiffeltürme täglich“ | 5 |
| WIRTSCHAFT AKTUELL Kurznachrichten | 6 |
| HEITER BIS SCHWEDISCH | 7 |
| Unternehmenspreis 2012 Portraits | 8 |
| SCHWERPUNKT Rohstoffe | 10 |
| PORTRAIT LKAB | 12 |
| PORTRAIT Conrad Jacobson | 14 |
| UNTERNEHMENSKULTUR CSR | 15 |
| RECHT AKTUELL Spenden & Sponsoring | 19 |
| Jahrestreffen der schwed. Außenhandelskammern | 20 |
| JCC / SAVE THE DATE | 21 |
| Sponsoren & Impressum | 22 |



Gutes tun und Geld verdienen

5 Fragen an Per Grankvist, CSR-Experte und Buchautor

Per Grankvist ist ein renommierter Kolumnist, Redner und Buchautor. Er untersucht, wie nachhaltiges Denken die Arbeit von Wirtschaft, Politik und NGOs verändert.

1. Herr Grankvist, Ihr Bestseller „CSR i Praktiken – CSR in der Praxis“ gilt als eines der interessantesten Bücher zum Thema. Eine englische Ausgabe erscheint zur Frankfurter Buchmesse. Wie kam es zu diesem Buch?

Ich gründete „CSR i Praktiken“ vor über sechs Jahren als Blog. Es ging darum zu zeigen, wie Unternehmer Geld verdienen und dabei gleichzeitig gute Werke tun konnten. Offensichtlich waren es mehr Leute als ich, die das Thema interessant fanden, der Blog bekam mehr und mehr Leser. Jemand schlug vor, dass ich die besten Beispiele in einem Buch zusammenstellen sollte. Aber weil ich wollte, dass das Buch ein umfassendes Bild zeigen sollte, habe ich viele zusätzliche Recherchen durchgeführt. Insgesamt habe ich 500 Unternehmen in der ganzen Welt geprüft und dann für das Buch 160 konkrete Beispiele ausgewählt.

2. Wie hat sich die Einstellung zu CSR in den letzten 10 Jahren verändert? Würden Sie sagen, dass wir auf dem richtigen Weg sind?

Auf jeden Fall. Zum Beispiel geht es ja in der Verantwortung für die Umwelt im Kern darum, wie wir unsere Ressourcen so intelligent wie möglich nutzen können. Immer mehr Unternehmer erkennen, dass man Geld sparen kann, wenn man die Ressourcenverschwendung von Gestern stoppt. Diese Erkenntnis hat bei manchen zu kleineren Anpassungen ihrer Arbeitsabläufe geführt, bei manchen aber auch zu tiefgreifenden Veränderungen.

3. Was für Hindernisse sehen Sie, wenn Unternehmer sich für diese Fragen interessieren sollen? Außer der Tatsache, dass sie vielleicht nicht verstehen, dass es sogar rentabel sein kann, freiwillig Verantwortung zu übernehmen?

Genau, das ist die wichtigste Einzelursache. Wenn man weiß, dass etwas rentabel ist, gibt es keinen Unternehmer, der auf eine solche Möglichkeit verzichtet. Ein Grund dafür könnte sein, dass wir in Schweden und in Deutschland früher auf diese Fragen vor allem aus einer moralischen Perspektive gesehen haben, nicht so sehr aus einer ökonomischen. Vielleicht kann es auch sein, dass wir Angst davor haben, dass die ökonomischen Aspekte unsere Moral unterminieren. In der Tat kann es jedoch sogar dazu führen, dass wir unsere Tätigkeiten mit mehr Stolz und Überzeugung betreiben.

4. Können Sie einige interessante Beispiele geben von erfolgreichem Arbeiten mit CSR-Fragen?

Ich finde die Arbeit von BMW interessant, weil die nicht von „Nachhaltigkeit“, sondern von „efficient driving“ sprechen. Es geht darum, wie man die Ressourcen cleverer nutzen kann, ohne auf die Freude am Fahren zu verzichten. Ihre Initiative mit Fuhrparks und intelligenten Parklösungen sind auch beeindruckend. Der amerikanische Chemiekonzern „Method“ hat mir auch imponiert, weil er die ganze Kette durchdacht hat, von der Produktion von Waschmitteln über die Art der Verpackung bis zum Transport. Ich bin auch froh über die Arbeit mit neuen Materialien von H&M. Die haben Kleidungsstücke auf den Markt gebracht, die besser wiederzuverwerten sind als früher. Man hat auch Kleider aus Holzfasern statt aus Baumwolle entwickelt, was weniger Umweltbelastungen zur Folge hat.

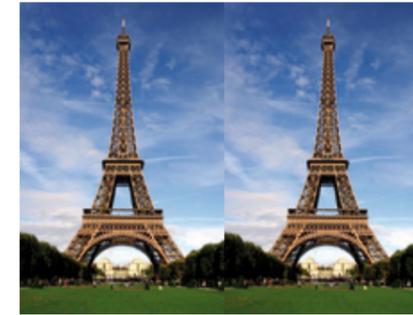
5. Wie gut steht Schweden denn im globalen Vergleich da? Sind wir so gut wie man behauptet? Sehen andere Länder das, oder ist es einfach nur unser eigenes Bild davon?

Schwedische Unternehmer sind tatsächlich ziemlich gut, wenn es um CSR-Arbeit geht. Das liegt auch daran, dass wir historisch gesehen sehr strenge Gesetzverordnungen gehabt haben. Dagegen sind schwedische – und deutsche – Firmen recht schlecht darin, ihre Leistungen auch mitzuteilen. Bei vielen amerikanischen und englischen Unternehmern ist die Relation fast umgekehrt! Wenn wir unsere Kommunikationsfähigkeit verbessern können, würden schwedische Firmen einen großen Vorsprung bekommen.



Die englische Ausgabe des Buchs trägt den Titel „The How – Ways companies thrive through sustainability“. Einen Auszug des Textes kann man hier herunterladen: www.pergrankvist.com/thehow/

Zwei Eiffeltürme täglich



Da wird ein ganzes Stadtzentrum zerlegt, auf LKWs verfrachtet und wieder aufgebaut. In Schwedens nördlichster Stadt Kiruna müssen die Häuser in wenigen Jahren dem Ausbau der Eisenerzgrube weichen. Denn es boomt in der Branche. Die Grubengesellschaft LKAB wächst ungebremst: Von jährlich 20 Millionen Tonnen Anfang 2000 bis 28 Millionen letztes Jahr. In drei Jahren sollen es 35-40 Millionen Tonnen sein. Eine jährliche Zunahme, die dem Stahl zweier Eiffeltürme am Tag entspricht, wie die schwedische Nachrichtenagentur TT neulich errechnete.

Nach Jahrzehnten von Landflucht kehren die Menschen wieder zurück in den vergessenen Norden. Heute gehört die Arbeitslosigkeit in Kiruna zu den niedrigsten im ganzen Land. Ingenieure, Geologen, Straßenarbeiter, Lehrer und Ärzte sind heiß begehrt. LKAB braucht dieses Jahr 400 neue Mitarbeiter und nächstes Jahr weitere 1000.

Das alles geschieht relativ unbemerkt von der breiten Öffentlichkeit. Mit Schweden verbindet man heute freche Straßenmode, Musik, Design und alles was sich um das Smartphone und die sozialen Netze entwickelt. Hier tummeln sich Firmen wie Acne, Spotify, Musiker wie Swedish House Maffia oder Musikproduzenten, die zu den ganz großen der Szene gehören. So stammten beim Schlagerfestival in Baku in diesem Jahr ganze zehn Beiträge von schwedischen Komponisten, nicht zuletzt der Siegerbeitrag „Euphoria“ mit Loreen.



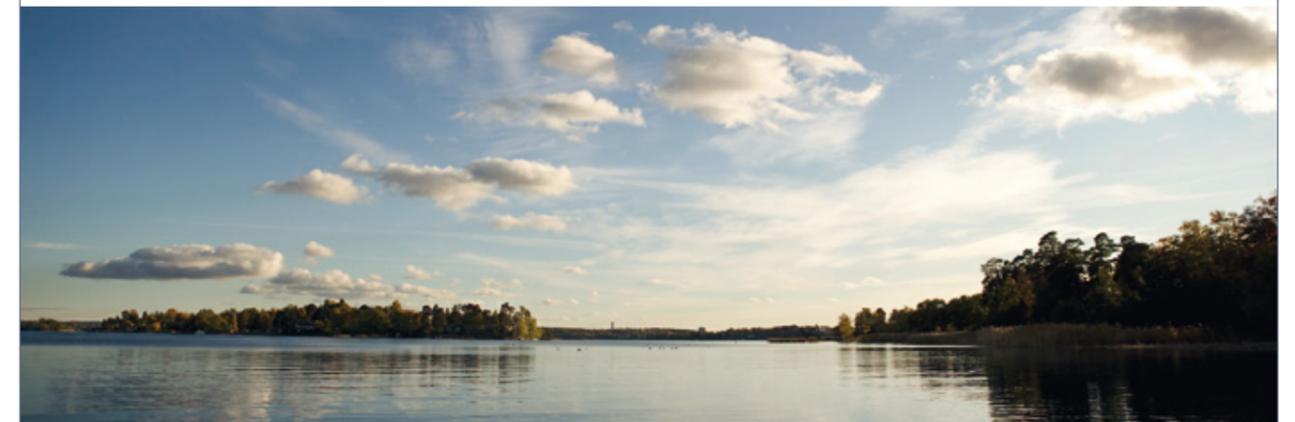
Tomas Lundin

Das erinnert an „Cool Britannia“ Mitte der neunziger Jahre. So wie damals London, swingt es heute in Stockholm. Und es wird damit auch Geld gemacht. Mode, Musik, Videospiele und Dienstleistungen sind inzwischen große Exportbranchen, die allerdings verblissen im Vergleich mit den traditionellen Wirtschaftszweigen des vorigen Jahrhunderts.

Immer noch größter Exportzweig ist die Holz- und Papierindustrie, weltweit die Nummer 2 hinter Kanada. Hier befindet sich jeder zehnte Arbeitsplatz und hier wird mehr als ein Zehntel des Bruttosozialprodukts generiert. Leicht zu vergessen, wenn man in „Stockholm SoFo“ lebt, dem trendigen Stadtteil South of Folkungagatan – mehr als tausend Kilometer südlich von Kiruna.

Weiter oben

sieht man die Dinge klarer.



Starke Unternehmen brauchen stabile Partner! Svenska Handelsbanken mit Moody's Rating Aa3. Wir freuen uns darauf, Sie kennenzulernen!

www.handelsbanken.de

Svenska Handelsbanken

Kurznachrichten

Stena Line übernimmt Scandlines-Routen

Stena Line hat fünf Routen der Scandlines GmbH übernommen. Ab sofort reisen Passagiere auf den Strecken von Travemünde nach Ventspils und Liepaja, von Rostock und Sassnitz nach Trelleborg sowie von Nynäshamn nach Ventspils mit Stena Line. Durch die Übernahme der neuen Routen mitsamt den Fähren „Trelleborg“, „Skåne“, „Sassnitz“, „Mecklenburg Vorpommern“ und „Ask“ sowie den gecharterten Schiffen „Scottish Viking“ und „Watling Street“ kann Stena Line seinen Fahrgästen mit 37 Fähren auf insgesamt 22 Routen ein umfangreiches Reiseangebot in Nordeuropa bieten. Mit den Routen übernimmt Stena Line auch 300 Arbeitnehmer des ehemaligen Betreibers Scandlines. Der vollständige Integrationsprozess wird voraussichtlich bis Anfang 2013 dauern. Aktuelle Informationen finden Reisende und Interessierte unter www.stenaline.de.



Schweden haben Schulden wie nie zuvor

Nie zuvor hatten schwedische Bürger so hohe Schulden beim Gerichtsvollzieher. Der Gesamtbetrag stieg auf 7,7 Milliarden Euro. 62 % der 371.000

betroffenen Personen sind Männer. „Wenn wir die Personenzahl, den Gesamtbetrag und die Tatsache, dass Zahlungsverzüge und Konkurse zunehmen, zusammenhängend betrachten, zeichnet sich das Bild einer abschwächenden Konjunktur ab“, sagte Patrik Attemark, Chef der führenden nordischen Kreditauskunftei „Soliditet“, die die Untersuchung durchgeführt hat. Trotz der Aufregung um so genannte „SMS-Darlehen“ an junge Menschen sind die Schulden bei Älteren am stärksten gewachsen. Auch die Geographie spiele eine Rolle, die Landkreise im Süden seien stärker verschuldet als die übrigen Teile von Schweden.

Neue Zusammenarbeit mit Steuerparadiesen

Die schwedische Steuerbehörde plant, die letzten verbliebenen Schlupflöcher für Steuerflüchtlinge zu schließen. Bislang habe die Behörde Absprachen mit etwa 40 Steuerparadiesen getroffen, berichtet der Schwedische Rundfunk. Mit den vier letzten Steuer-Oasen Hong Kong, Panama, Dubai und Katar sollen bis zum Jahresende Übereinkünfte getroffen werden. Die Steuerbehörde wird dadurch etwa das Recht erhalten, bei den örtlichen Behörden Informationen über Bankkonten schwedischer Staatsbürger anzufordern. Aus Angst vor Überführung haben bislang etwa 3.000 schwedische Steuerflüchtlinge ihre versteckten Finanzen aufgedeckt. Die Steuerbehörde erwartet, dass die Zahl der reuigen Steuersünder mit den geplanten neuen Absprachen stark ansteigen werde.

IWF: Schweden ein Vorbild in der Krise

Im aktuellen Bericht des Internationalen Währungsfonds IWF zur Lage der Weltwirtschaft wird Schweden als großes Vorbild

herangezogen. Im Gegensatz zu vielen Industrieländern, die mit Rezessionen zu kämpfen hätten, habe sich Schweden in der Krisenbekämpfung vorbildlich geschlagen, so der IWF. Aus dem Bericht wird allerdings deutlich, dass Schweden vor allem aufgrund seiner Währung gut da steht. Im Gegensatz zu den Euro-Ländern hat das skandinavische Land eine selbstständige Zentralbank, die in Krisenzeiten eigenständige Währungspolitik betreiben kann. Zudem sei die Krone nicht an den Euro gebunden, könne daher problemlos abgewertet werden und so in Krisenzeiten den schwedischen Export ankurbeln.



Stockholm bekommt ABBA-Ausstellung

Die weltweite ABBA-Fan-Gemeinde schwebt im siebten Himmel. Im geplanten Pop-Museum in Stockholm soll Schwedens berühmteste Band aller Zeiten eine Dauer-Ausstellung bekommen.

Damit wird ein langes Hin und Her beendet. Schon seit Jahren läuft die Diskussion darüber, ob und vor allem wo in Stockholm ein ABBA-Museum entstehen soll. Nun werden die Pläne Wirklichkeit. Einer der größten Geldgeber ist ABBA-Mitglied Björn Ulvaeus. „Ein bisschen seltsam ist es schon mit einem Museum noch zu Lebzeiten und dann in der eigenen Heimatstadt“, kommentierte der Musiker und Komponist im Schwedischen Rundfunk. Die ABBA-Ausstellung wird Teil des geplanten Popmuseums auf der Insel Djurgården, in direkter Nachbarschaft des Freilichtmuseums Skansen.



Smarteyes erhielt Auszeichnung von Königin Silvia

Im September wurde die schwedische Optikerkette Smarteyes im Stockholmer Schloss durch Königin Silvia mit dem Preis „Årets blommande företag“ geehrt. Das Unternehmen erhielt die Auszeichnung für sein besonderes Engagement für Kinder. Smarteyes hatte im Frühjahr 2012 gemeinsam mit der schwedischen Organisation Majblomman die Aktion „Ögonsten“ (Augenstein) gestartet, nachdem eine Studie gezeigt hatte, dass viele Kinder in Schweden sehr lange auf eine Brille warten müssen. Die Initiative „Ögonsten“ will dies ändern; sie berechtigt alle Kinder bis zum Alter von 8 Jahren, eine kostenlose Brille von Smarteyes zu bekommen. Von diesem Angebot haben bereits viele tausend Kinder Gebrauch gemacht.

Schweden hat die höchsten Steuern

Schweden hat seinen Spitzenplatz, was die Steuersätze angeht, behauptet. So liegt Schweden mit einem Grenzsteuerwert von

56,6 Prozent zum dritten Mal in Folge an der Spitze der von der OECD erhobenen Liste. Dies berichtet die Tageszeitung Dagens Nyheter. Es folgen Dänemark mit 55,38 Prozent und Spanien mit 52 Prozent. Am wenigsten wird in Tschechien mit 15 und Ungarn mit 16 Prozent besteuert. Wegen der Euro-Krise planen jedoch mehrere Länder Steuererhöhungen. So könnte Frankreich laut Berechnungen des Wirtschaftsprüfungsunternehmens KPMG Schweden im nächsten Jahr vom Spitzenplatz verdrängen. Der Grenzsteuersatz drückt aus, inwieweit sich der Steuersatz mit dem steigenden Einkommen ändert.



Kinnarps Nr. 1 in Europa

Wenn es um Büromöbel geht, ist der Inneneinrichtungshersteller Kinnarps seinen Wettbewerbern in Europa einen deutlichen Schritt voraus, wie eine

kürzlich von der FEMB (Fédération Européenne du Mobilier de Bureau) veröffentlichte Statistik belegt: Das schwedische Unternehmen belegte im September 2012 Platz 1 der 100 größten europäischen Büromöbel-Produzenten. Für Per-Arne Andersson, CEO von Kinnarps, ist dieses Top-Ergebnis ein klarer Beweis dafür, dass die umfassenden Optimierungsmaßnahmen, die innerhalb des Konzerns umgesetzt wurden, erfolgreich waren. Kinnarps ist mit einer Reihe von Marken in etwa 40 Ländern vertreten.

Heiter bis schwedisch

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

IKEA Möbel Apps



Zurück zur Individualität und Einzigartigkeit, ohne den Verlust der Lieblingsmöbel – das ist das Motto von New Swedish Design. Das clevere Start-Up aus Potsdam entwickelt „Möbel Apps“ – Ergänzungsprodukte, mit denen sich IKEA-Möbel nachträglich personalisieren und um nützliche Funktionen erweitern lassen. Gründer Oliver Götze kam die Idee, als er für seinen

neuen Galant-Schreibtisch einen Monitorständer suchte. Da es nichts Passendes gab, entwickelte er die erste „App“ selbst, den Monitorständer DESK TOPP. Weitere Eigenentwicklungen folgten: Z. B. stützt die Nackenrolle LENA den Kopf beim Lesen und macht das Malm-Bett dadurch bequemer. Das Sofatablett THALE ermöglicht es, Gläser und andere Gegenstände auf den runden Armlehnen eines Ektorp-Sofas abzustellen, ohne dass diese umfallen. Wer selbst eine clevere Idee hat, kann sie über die facebook-Seite mitteilen und wird im Erfolgsfall an den Umsätzen beteiligt. So entstand z.B. das Baby-Beistellbett Lilledroem. Tolle Idee, oder? www.newswedishdesign.de

Gewinnen Sie. Email genügt!

„Heiter bis schwedisch“ verlost einen Einkaufsgutschein im Wert von 100 Euro, gestiftet und einzulösen bei www.newswedishdesign.de. Wenn Sie teilnehmen möchten, schicken Sie einfach bis zum 20.11. eine E-Mail mit dem Stichwort „Heiter bis schwedisch“ an schwedenaktuell@nordis.biz. Gewinner des (übrigens sehr begehrten) Perkulators von www.schwedenkaffee.de aus der letzten Ausgabe ist Janina Bromann aus Hamburg. Grattis!

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





JETZT NOCH SCHNELL ANMELDEN!

Die Schwedische Handelskammer, der Schwedische Außenwirtschaftsrat und die Schwedische Botschaft laden Sie ein zu einem Tag voller Kreativität und Innovation

Donnerstag 15. November 2012 | Humboldt Carré | Behrenstr. 42 | 10117 Berlin

9.00 bis 13.00 Uhr

Kreative Kicks für Innovation + Nachhaltigkeit in der Wirtschaft // Impulsgeber Creative Industries

Inspirationsvortrag + Podiumsdiskussion mit Beiträgen zu den Themen

- The Experience Economy and the Future of Everything Else
- Multidisziplinarität: Design Thinking als kreativer Schaffensprozess
- Kreative Kicks für Mitarbeiter- und Organisationsentwicklung
- Unlocking Creativity and Innovation in Berlin
- Ericsson Studio Stockholm – Kreativität als Import-Export-Konzept

Moderation: Dr. Bastian Lange

Ab 16.30 Uhr

Galaabend mit Verleihung des Schwedischen Unternehmenspreises 2012

- Sektempfang mit Networking + Ausstellung „10 Jahre Schwedischer Unternehmenspreis“
- Festrede, gehalten von Jacob Wallenberg
- Galadinner mit Preisverleihung an Bonnier Media Deutschland GmbH, Vagabond International AB und NETIGATE Deutschland GmbH
- Musik + Mingel mit Singer-Songwriterin Maja Milner
- viele Specials und Give-Aways

Moderation: Gunnar Volkert

Das Grußwort sprechen die Senatorin für Wirtschaft, Technologie + Forschung des Landes Berlin, Cornelia Yzer sowie der Botschafter Schwedens, Staffan Carlsson.

Weitere Informationen zu Programm, Teilnahme und Anmeldung finden Sie auf www.schwedenkammer.de

***Anmeldeschluss ist der 31. Oktober 2012 ***



SCHWEDISCHER UNTERNEHMENSPreis IN DEUTSCHLAND

Die Preisträger 2012

Die Schwedische Handelskammer in Deutschland, der Schwedische Außenwirtschaftsrat und die Schwedische Botschaft schreiben gemeinsam jährlich den Unternehmenspreis für schwedische Unternehmen und deren Tochtergesellschaften aus. Die Preisverleihung findet in diesem Jahr im November in Berlin statt. Hier stellen wir Ihnen die diesjährigen Gewinner vor.

BONNIER Bonnier Media Media Deutschland Deutschland GmbH

Bonnier ist eine traditionsreiche, internationale Mediengruppe mit 175 Unternehmen in 16 Ländern. Hauptsitz des Familienkonzerns ist Stockholm.



Die Tochtergesellschaft Bonnier Media Deutschland, München, bündelt ihre Aktivitäten in Deutschland. 450 Mitarbeiter arbeiten u.a. in den Verlagen arsEdition, Berlin Verlag, Carlsen, Hörbuch Hamburg, Piper, Thienemann sowie den Ullstein Buchverlagen. Wer kennt sie nicht: J.K. Rowling (Harry Potter) und Stephenie Meyer (Bis(s)-Bücher), Hape Kerkeling (Ich bin dann mal weg) und Ferdinand von Schirach, Peter Scholl-Latour, John le Carré, Nele

Neuhaus sowie Michael Ende und Otfried Preußler – um nur ein paar namhafte Autoren zu nennen. Sie alle haben maßgeblich zum Erfolg der deutschen Verlage mit beigetragen.

Heute ist Bonnier Media Deutschland die Nr. 3 innerhalb der deutschen Publikums- und Taschenbuchverlage sowie Marktführer im Kinderbuch. www.bonnier.com

Netigate Netigate

Netigate ist ein schwedisches Software as a Service (SaaS) Unternehmen, das webbasierte Werkzeuge und Lösungen für Online-Befragungen anbietet. Netigate ermöglicht es, professionelle Online-Befragungen auf einfache Weise über das Internet und über Smartphones durchzuführen. Dabei nutzt Netigate modernste Internet-Technologie, um ein intuitiv bedienbares und anwenderfreundliches Befragungssystem anzubieten. Netigate hat einen Online-Service entwickelt, durch den die



alte Befragungswelt obsolet wird. Der Einsatz von gesicherten Cloud-Technologien und mobilen Lösungen macht Netigate zum Vorreiter auf dem Markt der Online-Befragungen. Netigate hat seinen Hauptsitz in Stockholm. Weitere Vertriebsstandorte befinden sich in Wiesbaden, Berlin, Oslo und Warschau. Netigate ist seit 2009 auf dem deutschen Markt vertreten und hat innerhalb kurzer Zeit eine starke Vertriebsorganisation mit Büros in Wiesbaden und Berlin aufgebaut. Die Märkte in Österreich und der Schweiz werden ebenfalls von Deutschland aus geleitet. Netigate verzeichnet rund 500 Kunden in der Region. In den deutschen Niederlassungen sind derzeit rund 20 Mitarbeiter beschäftigt. www.netigate.de



alte Befragungswelt obsolet wird. Der Einsatz von gesicherten Cloud-Technologien und mobilen Lösungen macht Netigate zum Vorreiter auf dem Markt der Online-Befragungen. Netigate hat seinen Hauptsitz in Stockholm. Weitere Vertriebsstandorte befinden sich in Wiesbaden, Berlin, Oslo und Warschau. Netigate ist seit 2009 auf dem deutschen Markt vertreten und hat innerhalb kurzer Zeit eine starke Vertriebsorganisation mit Büros in Wiesbaden und Berlin aufgebaut. Die Märkte in Österreich und der Schweiz werden ebenfalls von Deutschland aus geleitet. Netigate verzeichnet rund 500 Kunden in der Region. In den deutschen Niederlassungen sind derzeit rund 20 Mitarbeiter beschäftigt. www.netigate.de

Netigate ist seit 2009 auf dem deutschen Markt vertreten und hat innerhalb kurzer Zeit eine starke Vertriebsorganisation mit Büros in Wiesbaden und Berlin aufgebaut. Die Märkte in Österreich und der Schweiz werden ebenfalls von Deutschland aus geleitet. Netigate verzeichnet rund 500 Kunden in der Region. In den deutschen Niederlassungen sind derzeit rund 20 Mitarbeiter beschäftigt. www.netigate.de

www.netigate.de

VAGABOND Vagabond

Jeder Schuh der Marke Vagabond wird zunächst im Designstudio in Varberg an der schwedischen Westküste entwickelt. Vom dortigen Hauptsitz aus steuert Vagabond Produktion und Vertrieb in 25 Ländern. Zwei Millionen Paar Schuhe werden im Jahr verkauft, 23 % davon in Schweden. Der am schnellsten wachsende Markt ist Deutschland, wo Vagabond schon seit den Achtziger Jahren präsent ist. 27 % des Gesamtumsatzes werden hier erzielt, der Umsatz konnte in den letzten fünf Jahren fast verdoppelt werden. Neben zwei eigenen Stores in Berlin und Essen erfolgt der Vertrieb über

800 Vertriebspartner wie Görtz, Roland, Dielmann, Fink und Tretter/Bartu sowie unabhängige Händler. 30 % des Deutschlandgeschäfts läuft über Internethändler wie Zalando, Mirapodo, Frontline oder die Bauer Gruppe.

Für die Zukunft setzt Vagabond auf noch stärkere Markenbildung und plant weitere Vagabond-Stores und Shop-in-Shop-Systeme sowie erweiterte Marketingaktivitäten. www.vagabond.com

www.vagabond.com



Rohstoffe

Schwedens Öl: Erz und Holz

Von Erik Thyselius



Mit nur 9 Millionen Einwohnern gehört Schweden zu den kleineren Populationen Europas. Aber das dünn besiedelte Land ist reich an etwas anderem: Hier findet man Millionen Hektar Wälder und Millionen Tonnen Rohstoffe. Durch nachhaltige Rohstoffsicherung, harte Arbeit, eine hundertjährige Ingenieurs-tradition und durch Innovationsfähigkeit hat die Branche die Strukturkrise der 70er Jahre bewältigt. Schweden gehört heute zu den wichtigsten Rohstoffproduzenten der EU. Keine Frage: Unternehmen wie SCA, LKAB und SSAB gehören ebenso zur schwedischen Wirtschaftsseele wie H&M, Ericsson oder IKEA. In einer Zeit der Eurokrise und Unsicherheit steht die Rohstoff-industrie stabil da. Eine starke Nachfrage aus der EU und vor allem aus China hat zum Erfolg der Branche beigetragen.

Nachwachsender Exportschlager

Die riesengroßen Wälder sind ein Wahrzeichen Schwedens. Aber sie sind nicht nur Touristenattraktion und Ort der Entspannung: die Forstwirtschaft ist mit der Zellstoff-, Papier- und Holz-industrie einer der größten und wichtigsten Wirtschaftszweige Schwedens. Die Branche beschäftigt fast 60.000 Menschen. Zusammen mit Finnland führt Schweden die technische Ent-wicklung des Industriezweigs an, und Forschungsinstitute in

Schweden spielen eine wichtige Rolle in der europäischen forstwissenschaftlichen For-schung.

Der Holz- und Papierhandel leistet einen rele-vanten Beitrag zum Exportüberschuss Schwe-dens. 2008 wurden Holz und Papier für gut 12 Milliarden Euro exportiert, die entsprechen-den Importe beliefen sich auf nur 3 Milliarden Euro. Gut 85 % der Zellstoffe und Papiere sowie 70% aller Holzprodukte werden exportiert. Der Hauptmarkt ist Deutschland: 2010 wur-den 2 Millionen Tonnen Papier und 0,8 Millio-nen Tonnen Zellstoff hierhin exportiert.

Riesig im Wortsinn: SCA

SCA (Svenska Cellulosa AB) wurde 1929 vom schwedischen Finanzgenie und „Streichholz-könig“ Ivar Kreuger durch den Zusammenschluss zehn kleinerer Betriebe gegründet. Das Unternehmen ist der größte private Waldbesitzer Europas und verfügt über unvorstellbare 2,6 Mil-lionen Hektar Wald, das entspricht der Hälfte der Niederlande. SCA entwickelt, produziert und verkauft heute Hygiene-, Papier- und Holzprodukte in der ganzen Welt.



Magnus Groth

Magnus Groth, Europageschäfts-führer für SCA Consumer Goods, erzählt im Gespräch mit Schwe-den aktuell: „SCA ist in mehr als einhundert Ländern tätig. 2011 arbeiteten etwa 37.000 Men-schen bei uns und unser Umsatz lag bei gut 12 Milliarden Euro.“ Groth sieht beste Perspektiven für die weitere Entwicklung, nicht zuletzt aufgrund der Glo-balisierung, des steigenden Wohlstands in vielen Entwick-lungsländern und der älter werdenden Bevölkerung in den In-dustrielländern. „Ein höherer Lebensstandard und steigender Verbrauch von Hygieneprodukten hängen eng zusammen“, erklärt Groth. „Hygieneprodukte kommen in einem Entwick-lungszyklus früh ins Spiel; sie gehören zu den ersten Dingen, die gekauft werden, wenn das verfügbare Einkommen steigt.“ Ein Beleg dafür, dass SCA ein echter Global Player ist, sind die regio-nalen und lokalen Innovationszentren. „Letztes Jahr eröffneten wir ein Innovationszentrum in China, um unsere Kenntnis des chinesischen Markts zu stärken und regionale Produktangebote zu entwickeln“, sagt Groth. SCA hat letztes Jahr mehrere wich-

tige Akquisitionen realisiert. Dazu gehörte der Erwerb des eu-ropeischen Tissuegeschäftes von „Georgia-Pacific“ für gut 1,32 Milliarden Euro. „Das ist das größte Geschäft in der Geschichte des Konzerns“, erklärt Groth; SCA sei damit nun das zweitgröß-te Hygieneunternehmen der Welt.

In Deutschland sind besonders die Marken „Tempo“, „Tena“, „Tork“, „Danke“ und „Zewa“ bekannt. „Im Jahr 2011 trug der deutsche Markt etwa 15% zum SCA-Umsatz bei“, erzählt Groth und erklärt, dass SCA gut 30% am deutschen Hygienepapiermarkt hat – und ca. 6.000 Angestellte. „Außer einem Büro in München für fünf unserer Geschäftsbereiche haben wir vier Fabriken, die Hygienepapier herstellen, in Kostheim, Mannheim, Neuss und Witzhausen“, sagt Groth.

Montanindustrie: Der Schatz des Nordens

Der reiche Felsboden, besonders in den nördlichen Landesteilen Norrbotten und Lappland, bildet die Grundlage für die schwe-dische Grubenerfolgsgeschichte. Schon im 13. Jahrhundert gab es eine Grubentätigkeit in Schweden. Heute ist die Montan-industrie weltweit führend in Technik und Forschung. Das auch in Deutschland bekannte „Falunrot“ ist ein Beispiel dafür, wie die Gruben zum festen Bestandteil des Schwedenbildes geworden sind. Die Farbe ist eigentlich ein Nebenprodukt der Kupferher-stellung aus der „Falu Kupfergrube“ in Dalarna. Doch die rot-braune Farbe ist nicht nur ein erprobtes Holzschutzmittel, sie ist zum untrennbaren Teil der schwedischen Volksseele geworden, ein weltbekanntes Symbol für Schweden. Die Montan-industrie ist lebenswichtig für kleine Städte wie z.B. Kiruna, Gälliva-re und Pajala. Fast alle Menschen in diesen Orten haben eine Verbindung mit der Industrie, was natürlich das Leben geprägt hat. Die Geschichten der Gruben sind die Geschichte der Städte. Doch die Bergwerke sind auch für die gesamte Nation von einer kaum zu überschätzenden Bedeutung. Laut der schwedischen Geologiebehörde SGU produzierte Schweden 2010 mehr als 90% des Eisenerzes der EU. Deswegen ist es kein Wunder, dass Schweden auch ein großer Eisenhersteller ist. 2011 wurde etwa 4,9 Millionen Tonnen Eisen hergestellt, der Exportwert lag bei rund 6,6 Milliarden Euro. Auch hier ist Deutschland der wich-tigste Exportmarkt und Handelspartner.

Die Grubenindustrie steht naturgemäß in enger Relation zur Stahlindustrie. Auch die schwedische Stahlindustrie kam in der Strukturkrise der 70er Jahre fast ganz zum Erliegen. Mit der Entscheidung, auf hochwertigen Stahl in kleineren Mengen zu setzen, schaffte die schwedische Stahlindustrie eine erfolgrei-che Wende und ist heute in diesem Segment wieder weltweit erfolgreich.

Mit Qualitätsstahl auf Erfolgskurs: SSAB

Eine Reaktion auf die Strukturkrise war der Zusammenschluss von fünf Firmen zur SSAB im Jahr 1978. Heute hat das Unterne-hmen 9.000 Angestellte in 45 Ländern. Karl Gustav Ramström, technischer Direktor und Mitglied der Konzernleitung: „SSAB



Karl Gustav Ramström

gehört zu den führenden Liefe-ranten von hochfestem Stahl. Mit unserem Stahl können die Kunden leichtere und zugleich stabilere Produkte herstellen als mit Standardstahl. Mit unseren hochfestem Stahl werden z.B. Kräne leichter, Lkw-Ladeflächen stärker und Container stabiler.“ Für die Branche als Ganzes sieht Ramström Herausforderungen und Möglichkeiten. Die weltwei-te Nachfrage nach Stahl sei groß

und die Stahlindustrie spiele beim Aufbau und der Entwicklung eines Landes immer eine zentrale Rolle, erklärt Ramström. „Eine Herausforderung ist jedoch die Tatsache, dass die Stahlindust-rie sehr energieintensiv ist und große Rohstoffressourcen benö-tigt. Gleichzeitig ist Stahl ein Material, das recycelt und immer wieder verwendet werden kann. Eine Konstruktion mit unse-rem dauerhaftem Stahl braucht zudem weniger Stahl als eine entsprechende Konstruktion aus traditionellem Stahl.“ Dies sei eine Chance für SSAB, weil die effektive Nutzung der Res-sourcen und die Umweltaspekte immer wichtiger für Kunden auf der ganzen Welt werden. SSAB habe jüngst eine Auszeich-nung ausgeschrieben, den „Swedish Steel Prize“, der innovative Konstruktionen aus hochhaltbarem Stahl belohne. „Die große Anzahl an Bewerbern aus 26 Ländern zeigt uns, wie hoch das Interesse an hochqualitativem Stahl auf der ganzen Welt ist“, berichtet Ramström.



Der von SSAB gestiftete „Swedish Steel Prize“ genießt in der Branche hohes Ansehen. Letztes Jahr gewann dieser Mähdrescher von John Deere die Auszeichnung.

Ein Wirtschaftszweig, der wie die Montanindustrie gut 20% des schwedischen Exportvolumens ausmacht, steht natürlich auch im Fokus der Politik. Die Regierung teilte kürzlich auf einer Pressekonferenz in Kiruna mit, dass von 2013 bis 2017 gut 400 Millionen Euro in Grubeninfrastruktur und Forschung investiert werden sollen. Die Investitionen betreffen vor allem den Aus-bau von Eisenbahnen und Straßen für die Eisenerztransporte. Ministerpräsident Reinfeldt brachte es auf den Punkt: „Die Berg-bauindustrie ist für Schweden, was das Öl für Norwegen ist.“





Mit dem Erz kamen die Menschen

Zu Besuch bei LKAB in Essen

Schon 1921 eröffnete LKAB ein Büro in Berlin. In den Fünfziger Jahren zog man dann nach Essen, der Stadt, in der für viele Jahrzehnte das Herz der deutschen Montanindustrie schlug. Erst vor kurzem aber hat die Niederlassung des schwedischen Staatsunternehmens ein neues Domizil bezogen, eine noble Villa im vornehmen Stadtteil Bredeney. Das Haus sieht groß und imposant aus, denke ich, als wir das Auto parken. Schon vor der Tür fallen die Blumenrabatten auf, in denen das Beet sehr aufgeräumt aus kleinen dunklen Kügelchen besteht. Hydrokultur für den Garten? Göran Ottosson, der Chef des Hauses, begrüßt uns im großzügigen Konferenzraum, der hier „Schwedenzimmer“ heißt. Er lädt uns zu einem Rundgang durchs Haus ein, und schnell wird deutlich, wie engagiert er die Renovierung der alten Apothekervilla selbst geleitet hat. Von der Wärmepumpe (NIBE) im Keller bis zu den Möbeln (Kinnarps) ist vieles schwedisch-modern – und doch wurde viel Liebe darauf verwendet, den Charme des alten Gebäudes zu erhalten. So nimmt in Ottossons Büro vieles Bezug auf die ovale Form der Decke – und trägt darum augenzwinkernd das Türschild „Oval Office“. Auch im Garten hinter dem Haus dominieren die seltsamen Kügelchen in den Beeten.



„Das sind Green Pellets – Eisenerzpellets aus Kiruna“, lacht Ottosson – ganz hervorragend auch für den Gartenbau geeignet!

Na dann – das Interview kann beginnen. Nach einigen Jahren in den USA und nachdem Ottosson für seinen amerikanischen Arbeitgeber erfolgreich eine Europeaniederlassung in Deutschland aufgebaut hat, folgte er 2001 einem Ruf von LKAB nach Essen.

Und hat es nie bereut: „Die amerikanische Geschäftskultur ist ganz anders als die europäische“, erklärt er. „Es ist stressiger, alles soll jetzt sofort passieren, und man denkt immer vierteljährlich, die langfristige Sicht fehlt oft. Die schwedische Geschäftskultur gefällt mir besser, sie ist einfach feinfühlicher.“

Die Aufgaben des Büros, das auch für Österreich, die Schweiz und Osteuropa zuständig ist, sind vielseitig – auch wenn man es infolge der Konsolidierung der Stahlbranche heute in Deutschland nur mit fünf großen Kunden zu tun hat. Preisverhandlungen werden dabei ebenso über das Essener Büro geführt wie die komplexe logistische Organisation – z.B. die Zuweisung von Schiffsladezeiten in Narvik.

„Gemessen am Weltmarkt ist LKAB ein kleiner Spieler. 26 Millionen Tonnen beträgt zurzeit die Jahresproduktion. Unsere Stärke ist die besondere Qualität des Eisenerzes“, erklärt Ottosson. „Die Felsböden in Kiruna und Malmfalten enthalten sehr hochwertiges Magnetit. Unser Erz hat einen Eisengehalt von gut 65 %, im Vergleich z.B. zum chinesischen, das nur 15-20 % enthält.“ Der hohe Erzgehalt der Pellets bedeutet einen Kosten- sowie einen Umweltvorteil. „Durch das Magnetit braucht man für die Stahlherstellung mit unseren Pellets nur ein Siebtel an Energie, was niedrigere Kosten und geringere Co₂-Emissionen mit sich bringt“, sagt Ottosson. Ein wichtiger Vorteil, weil der Stahlherstellungsprozess sehr energieintensiv ist. Der Weltmarkt ist dennoch eine harte Nuss: 70 % werden dominiert von drei Akteuren aus Brasilien und Australien. „Die Branche als ganzes ist in den letzten Jahren immer komplexer und unberechenbar geworden. Erz wird meist nicht mehr zu Jahrespreisen gehandelt. Die fragwürdigen Instrumentarien der Finanzmärkte haben Einzug gehalten, was alle Planungen erschwert. Wir versuchen jedoch so weit wie möglich mit unseren Kunden so zu arbeiten, wie es sich in der Vergangenheit bewährt hat“, erklärt er. Das in persönlichen Beziehungen aufgebaute Vertrauen hilft da offenbar durchaus.



Ottosson berichtet mit Enthusiasmus über die Gruben in Kiruna und Malmberget. „Die letzten zehn Jahre haben wir gut 290 Millionen Euro in unsere Anlagen investiert. Das ist viel Geld, aber es ist notwendig, um zukunftsfähig zu bleiben.“ Ein großer Teil der Investitionen betrifft die berühmte Erzbahn nach Narvik. „Wir haben 17 Lokomotiven von Bombardier bestellt, die werden die stärksten in der Welt sein“. Der Transport der schweren Fracht geht nicht ohne Energie, auch wenn durch die hochmodernen Hybridmotoren auf abschüssigen Strecken beim Bremsen bis zu 10 Megawatt Strom generiert wird: „LKAB allein steht für 2 % des gesamten schwedischen Stromverbrauchs. Doch verblüffend ist, dass der meiste Strom für die Belüftung der Gruben gebraucht wird, die ja über tausend Meter unter der Oberfläche liegen“, erzählt Ottosson. Wir kommen auf die historische Bedeutung von LKAB für die Stadt Kiruna. „Ende des 19. Jahrhunderts gab es nur eine öde Landschaft. Erst mit der Entdeckung des Eisenerzes kamen die Menschen. Es war der erste Direktor von LKAB, Hjalmar Lundbohm, der die Stadt 1903 gegründet hat. Aufgrund der geografischen Lage verdiente ein Arbeiter in Kiruna dreimal mehr als ein Arbeiter, der in den südlicher gelegenen Gruben tätig war. Bis zu den Fünfziger Jahren gehörten fast alle Gebäude

in Kiruna, einschließlich der öffentlichen Einrichtungen, LKAB.“, sagt Ottosson.

Heute steht LKAB vor einer logistischen Herausforderung ohne Gleichen: die tieferen Schichten des Erzkörpers liegen unter dem Stadtgebiet. Geschätzte 3.000 Gebäude werden in den nächsten 20 Jahren umziehen müssen. „LKAB arbeitet schon seit langem mit dieser Problematik. Es ist natürlich schwierig, z.B. ein altes Familienhaus zu ersetzen. Aber wir arbeiten immer weiter zusammen mit der Kommune und den Einwohnern, um Lösungen für alle zu finden“, erklärt Ottosson. Die Zukunft von LKAB ist die Zukunft Kirunas, weil das Unternehmen und die Stadt sich gegenseitig bedingen. „Das Interesse der Öffentlichkeit ist groß und ich freue mich, dass unsere Grube in Kiruna etwa 25.000 Besucher pro Jahr hat. Die Grube ist wirklich ein regionales Wahrzeichen.“

Das Interview geht zu Ende. Ottosson steht auf und bedankt sich für den Besuch. Gleich wird er nach Amsterdam fahren, teilt er mit. Und für das LKAB-Büro in Brüssel, von wo aus der amerikanische Markt betreut wird, ist er auch zuständig. Das Leben in der Erz- und Stahlindustrie ist offensichtlich auch teilweise amerikanisch-hektisch, denke ich, als wir wieder auf dem Rückweg zum Redaktionsbüro in Essen-Kettwig sind.

Von Erik Thyselius



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

Die Welt des Papiers: Conrad Jacobson

Als in den 80er Jahren die Computer die Bürowelt revolutionierten, sagten Experten „das Ende des Papiers“ voraus. In Zukunft würden alle Informationen nur in den Rechnern existieren, hieß es. Heute, etwa 30 Jahre später, ist der Verbrauch von Papier am Arbeitsplatz größer als je zuvor und die Vision einer papierlosen Gesellschaft zählt zu den großen Prognoseirrtümern unserer Zeit.

Die Conrad Jacobson Gruppe dürfte über diesen Irrtum sicher froh sein, denn ihr Unternehmensgegenstand ist der weltweite Großhandel mit Papier und Zellstoff. Schon im Jahr 1897 wurde die Firma von Hugo Hartig gegründet. 1939 trat der Schwede Gustaf Conrad Jacobson als geschäftsführender Gesellschafter ein, der vorher schon in Spanien und in Osteuropa erfolgreich war. Er gab dem deutschen Unternehmen seinen schwedischen Namen. Seit 1980 verfolgt man als Conrad Jacobson GmbH einen kontinuierlichen Expansionskurs. Heute beschäftigt die Gruppe, die sich im Besitz von drei Familien befindet, gut 150 Mitarbeiter und bewegt im Jahr etwa eine Million Tonnen Zellstoff und Papier an Märkten auf der ganzen Welt.



Der Hauptsitz von Conrad Jacobson ist seit der Gründung in Hamburg und befindet sich heute in einem markanten Glasbau an der Oberbaumbrücke. Leif A. Larsson ist Vorsitzender der Geschäftsführung und führt das Unternehmen zusammen mit Udo Kegel und Dr. Alexander Wehowski. Expansionen und Kooperationen haben Conrad Jacobson zu einem der Weltmarktführer werden lassen. Zwei Drittel des Umsatzes erwirtschaftet das Unternehmen außerhalb des deutschen Marktes. Der weltweite Handel wird teils auf eigene Rechnung und teils auf Agenturbasis zwischen Herstellern und Abnehmern abgewickelt. Das Netz an Tochtergesellschaften, Vertriebspartnern und weiteren Kooperationspartnerschaften von Conrad Jacobson reicht über den ganzen Globus, von Schweden bis nach Südeuropa, von Großbritannien über Polen und Russland bis nach Shanghai, Singapur und Seoul. Zur Unternehmensgruppe zählen unter anderem Firmen wie Nordic Paper, das seit über 100 Jahren in Norwegen und Schweden fettabweisende Papiere (Backpapiere) sowie ungebleichte Verpackungs- und Spezialpa-

piere produziert. Mitte der 1990er Jahre wurden die Hamburger Teilhaber an der zu Sowjetzeiten größten russischen Papierfabrik in Kondoponga. Weiterhin sind die Conrad Jacobson Zellstoff GmbH, Otr Overseas Trading, SCA Zellstoff GmbH und die Zellstoff und Papier Handelsgesellschaft Teil des Firmenverbunds.

Das Portfolio besteht aus mehr als 40 Produkten, von A wie Altpapier bis Z wie Zeitungspapier und Zellstoff. Die Firma beschäftigt sich auch mit anderen Geschäftsfeldern wie Marketing, Logistik, Finanzierungen und Industriebeteiligungen.

Seit der Gründung ist „Tradition“ ein Schlüsselwort bei Conrad Jacobson. Der Gedanke an Tradition prägt die Arbeit mit den Produkten ebenso wie die Kundenbeziehungen. Die Qualität des Rohstoffes Holz soll ebenso perfekt sein wie die Kundenbeziehungen. Ohne tief gewachsene Beziehungen, so ist man überzeugt, sei der Erfolg der Firma nicht möglich. Die Philosophie bei Conrad Jacobson orientiert sich daher an dem Sprichwort „Gutes Bewahren – Neues Wagen“. Bewährte und erfolgreiche Prozesse sollte man also nicht ohne Not verändern. Aber Conrad Jacobson weiß ebenso, welche Bedeutung unkonventionelles Denken und ein offenes Ohr für die Kundenbedürfnisse von Morgen haben. „Networking“, dieser in letzter Zeit so populäre Begriff, prägt schon seit hundert Jahren die Arbeit bei Conrad Jacobson. Deswegen ist es kein Wunder, dass die weltweiten Geschäftsfreunde der Firma auch häufig zu persönlichen Freunden geworden sind.

Besonders eng sind die Beziehungen zu Schweden. Das liegt nicht an der Bedeutung des Landes als Papier- und Zellstoffproduzent, sondern hat auch historische und persönliche Gründe. Einer davon heißt Leif A. Larsson. Der Chairman und Senior Partner der Conrad Jacobson Gruppe ist ehrenamtlich im Vorstand der Schwedischen Handelskammer und Schwedischer Honorarkonsul in Hamburg. Ein Engagement, das zwar viel Arbeit mit sich bringt, aber auch ausgezeichnete Kontakte und die Auseinandersetzung mit Themen über den Branchenrand hinaus. „Einmal Schwede – immer Schwede“, sagt er lachend, „nur jetzt ein internationaler!“ Für die Zukunft der Branche sieht Larsson weiterhin gute Entwicklungschancen. „Der Bereich der Hygienepapiere und Verpackung wächst weiter, besonders auch in Afrika und Asien. In Schweden werden wir uns immer weiter auf Qualität konzentrieren und daran arbeiten, die Papierproduktion ökologischer und energieeffizienter zu machen. Die Papierindustrie steht im grafischen Bereich vor weiteren Veränderungen. Zusammen mit unseren Kunden werden wir diese meistern.“ www.conradjacobson.com

Von Erik Thyselius



Die Macht einer guten Idee: Verantwortung übernehmen

Von Mats Lindgren

Wohl kein Begriff aus dem Wirtschaftsleben hat in den letzten Jahren eine so beeindruckende Karriere gemacht wie CSR, Corporate Social Responsibility. Seine Bedeutung: Ein Unternehmen engagiert sich aus eigener Initiative aktiv für die Gesellschaft. Dieses Engagement stärkt die Beziehungen zu Mitarbeitern, Kunden und Shareholdern – und fördert außerdem das Wachstum und die Rentabilität. Die drei wesentlichen Verantwortungsbereiche sind Ökonomie, Umwelt und Gesellschaft. CSR nimmt die ganze Produktionskette in den Blick, von Zulieferern über die eigenen Angestellten bis zum Vertrieb und zum Kunden.

Immer mehr Unternehmen in Europa und der ganzen Welt teilen die Einsicht, dass Nachhaltigkeit und Verantwortung für stabile wirtschaftliche Entwicklung und langfristiges Wachstum entscheidend sind. Und dass es sich langfristig auch finanziell auszahlt, wenn eine Firma sich an Werten wie Integrität, Offenheit und Transparenz orientiert.

Dabei scheint die Akzeptanz von CSR tatsächlich qualitativ zuzunehmen. Sah man anfangs oft eine lästige Pflicht in diesem neuen Trend – und ein Hindernis bei der Jagd nach Gewinn – so setzt sich mehr und mehr die Erkenntnis durch, dass die Übernahme von Verantwortung überraschend positive Folgen haben kann. In Schweden wurde das Thema von Anfang besonders aufmerksam verfolgt und untersucht, besonders von politischer Seite. Einige schwedische Konzerne haben ihre CSR-Aktivitäten bereits sehr konsequent entwickelt. Als beinahe deckungsgleich hat sich in Schweden auch der Begriff des nachhaltigen Wirtschaftens durchgesetzt. Ein „nachhaltiges Unternehmen“ ist eines, das sich auch mit seiner Verantwortung für Umwelt und Gesellschaft auseinandersetzt.

Nachhaltigkeit = Profitabilität

Es ist schon interessant: börsennotierte Firmen, die sich aktiv mit CSR auseinandersetzen, sind vielfach profitabler und höher bewertet als vergleichbare Unternehmen, die dem Thema wenig Beachtung schenken. Auf intellektueller und menschlicher Ebene gibt es sogar in den meisten Vorständen ein Verständnis für die Thematik. Doch wenn es ans Geld geht oder gar CSR-Projekte vor „konkreten“ Investitionen prioritiert werden sollen, haben viele noch Zweifel. Zu Unrecht, denn inzwischen belegen zahlreiche Untersuchungen, dass sich die Integration ethischer Aspekte auch handfest auszahlt: im Wert der Marken etwa, und in der Kundenbindung – zwei entscheidenden Parametern also für jeden wirtschaftlichen Erfolg.

In Schweden ist CSR längst zum Anspruch geworden, den die Gesellschaft an die Unternehmen stellt, sogar in Form einer jährlichen Revision. Als Grundlage für die Bewertung des CSR-Standards hat sich weltweit ein Bewertungsrahmen der Nichtregierungsorganisation Global Reporting Initiative mit Sitz in Amsterdam durchgesetzt, der mit 3.000 Experten und vielen



beteiligten Institutionen entwickelt wurde. Die aktuelle Version heißt G3. Einer solchen Nachhaltigkeitsrevision müssen sich heute schon alle schwedischen Firmen mit staatlicher Beteiligung unterziehen. Immer mehr private Unternehmen schließen sich dem an. Und immer mehr Großunternehmen äußern sich auch in ihren Geschäftsberichten zum Thema – nach einer aktuellen Untersuchung der Agentur Hallvarsson & Halvarsson widmen drei von vier Jahresberichte dem Aspekt Nachhaltigkeit/CSR einen eigenen Abschnitt. Dabei werden die Aussagen darüber, inwiefern Nachhaltigkeit Teil der Unternehmensstrategie ist, immer konkreter und nachvollziehbarer. Beschönigende Feigenblattrhetorik wird nämlich gerade bei diesem Thema schnell zum Bumerang.

Aus einem Ideal wird eine Benchmark

Nach einem Ranking des kanadischen Wirtschaftsblattes Corporate Knights zu den 100 nachhaltigsten Firmen standen 2010 General Electric und 2011 die norwegische Statoil an der Weltspitze. Auf dem vierten Platz und damit als bestes Unternehmen in Skandinavien wurde 2010 H&M eingestuft. Insgesamt fanden sich vier schwedische und fünf deutsche Unternehmen unter den 100 Besten. In einer anderen Untersuchung landete SCA auf einem Spitzenplatz. Und auch Atlas Copco wird häufig gelistet. Meist aber liegen Großbritannien und die Niederlande weit vorne. Und auf dem amerikanischen Markt ist der Trend spürbar, dass man bei Investments Firmen unberücksichtigt lässt, die den Nachhaltigkeitsansprüchen nicht genügen. Wer hätte das vor zehn Jahren gedacht?

Schwedische Betriebe sind in Fragen des Umgangs mit Ressourcen und der Nachhaltigkeit besser als sie denken, aber sie sind noch nicht so gut darin, das auch zu kommunizieren. Eine wichtige Voraussetzung ist zunächst, dass die Werte bewusst formuliert und ein ebenso bewusster Teil der Unternehmensstrategie werden. Erst wenn dies in den Köpfen und Herzen der Mitarbeiter wirklich verankert ist, sollte die Kommunikation nach außen folgen. Und hier können schwedische Unternehmen durchaus noch lernen.

Zum Beispiel: Wüsten zu Wäldern machen



Doch kommen wir zu konkreten Beispielen. Der Textilriese H&M erlangte große Aufmerksamkeit, als er höhere Minimallöhne bei den Zulieferern in Bangladesch einforderte. Dafür gab es Lob u.a. von der Organisation Swedwatch, die sich die Verbesserung der sozialen und ökologischen Situationen im Zusammenhang mit im Ausland produzierenden

schwedischen Unternehmen zum Ziel gesetzt hat. Das Lob wog viel, denn über das verantwortungsbewusste Verhalten schwedischer Konzerne im Ausland äußert sich Swedwatch selten

positiv. Überhaupt ist die Bedeutung von NGOs als Kontrolleure und manchmal unbequeme Sparringpartner der CSR-Prozesse kaum zu unterschätzen.

Auch der Forst- und Papierriese SCA, der eigene CSR-Verantwortliche hat, engagiert sich mit thematischem Bezug zum Unternehmensgegenstand. Z.B. im Kampf gegen die Ausbreitung der Wüsten. So stiftete man 2000 Bäume für das „Million Tree Project“ der Nichtregierungsorganisation Shanghai Roots & Shoots, die bis 2014 in der Inneren Mongolei eine Million Bäume pflanzen will; auch, um Chinas wachsenden Ausstoß an Treibhausgasen zu kompensieren. SCA hofft, dass diese Aktion mehr Menschen für das Engagement gegen die Umweltzerstörung begeistern kann.

Konsequent: Filippa K

Das schwedische Modelabel Filippa K hat sich ebenfalls sehr aktiv der Unternehmensverantwortung verschrieben und gilt inzwischen vielen als Best Practice-Beispiel. Das Unternehmen nimmt die Kernwerte der Verantwortung sehr ernst und treibt sich selbst ständig an, noch besser zu werden. Die bereits im Jahr 2000 aufgestellten Unternehmensleitlinien basieren z.B. auf den Menschenrechtsgrundsätzen der Vereinten Nationen. Sie formulieren, wie sich die Firma im Verhältnis zu Mitarbeitern, Kunden und zur Gesellschaft verhalten soll. Ungewöhnlich: Auch von seinen Lieferanten fordert Filippa K strikt die Einhaltung dieser Leitlinien ein.



Seit 2008 ist Filippa K Mitglied in der Fair Wear Foundation, einer internationalen Zertifizierungsinitiative, die die Arbeitsbedingungen in verschiedenen Bereichen der Textilbranche in aller Welt verbessern möchte. Dabei helfen langfristige Beziehungen zu den Lieferanten und persönliche Besuche der Produktionsorte mehrmals jährlich. Auch auf die Auswahl der richtigen Materialien für die Kleider verwendet Filippa K

viel Mühe. Heute stammen 75 % der verwendeten Materialien aus Naturfasern. Eine Herausforderung innerhalb der Textilbranche sind auch der Wasserverbrauch und die Verwendung von Chemikalien. Hier arbeitet Filippa K mit dem Nordic Ecolabel zusammen, das in Schweden als „Schwan“ bekannt ist.

Gemeinsam mit 24 anderen Unternehmen hat Filippa K die Swedish Textile Water Initiative STWI gegründet, um Richtlinien zu entwickeln, die Firmen bei der Reduzierung ihres Wasserverbrauchs helfen. Und seit 2008 unterstützt Filippa K ohne eigene Gewinnabsicht einen Secondhand-Laden in Stockholm als Zeichen gegen die Wegwerfgesellschaft. Eine relativ kleine Aktion

mit viel positivem Effekt, für das Image von Filippa K ebenso wie für die Umwelt und Fans des Labels, die Kleider preiswerter kaufen können.

Die Zukunft hat erst begonnen

Die Prognose sei gewagt: Der Anspruch der Gesellschaft und der Verbraucher an die Unternehmen, verantwortlich zu agieren, wird weiter wachsen. Dafür sind nicht zuletzt viele investigative Medienbeiträge ein Beleg. Und das schnelle, interaktive Medium Internet trägt massiv dazu bei, Firmen, die sich nicht verantwortungsbewusst verhalten, an den Pranger zu stellen. Wer das als Firma nicht sehr ernst nimmt, wird dafür teuer bezahlen. Es wird nicht nur darauf ankommen, zu belegen, dass man negative Folgen seiner Tätigkeit reduziert. Sondern es wird um positive Nachrichten gehen, intelligente Verbesserungen, die über die legitimen Gewinninteressen von Unternehmen hinaus auf etwas Weiterführendes verweisen. Verantwortungsbewusstes Verhalten und Geschäftsnutzen werden immer mehr zu zwei Seiten einer Medaille.

Denn für die Firmen wie für die Gesellschaft im Ganzen geht es nicht mehr nur um die Entwicklung einer grünen, sondern einer smarten Wirtschaft. Einer Wirtschaft, die echte Rücksicht darauf nimmt, wie wir die Ressourcen der Erde nutzen und die den Firmen ganz neue Möglichkeiten eröffnet. CSR-Aktionen, die nur um des PR-Effektes willen und für den Flirt mit den Kunden durchgeführt werden, werden nicht den gleichen Erfolg haben

wie Projekte, die von innerer Überzeugung getragen sind. Wer das verstanden hat, wird einen Wettbewerbsvorteil haben.

Die Finanzkrise und die sozioökonomischen Veränderungen erhöhen den Druck auf Wirtschaft und Gesellschaft, sich und ihre Strukturen zu verändern. Regierungen, Unternehmen und Zivilgesellschaft müssen nach nachhaltigen Zielen und Wegen suchen. Eine Wirtschaft, die auch in Zukunft noch wachsen will, wird sich neu orientieren müssen. Nichts ist mächtiger als eine Idee, deren Zeit gekommen ist. Vielleicht ist „CSR“ viel mehr als eine bemerkenswerte Modewelle der zurückliegenden zehn Jahre. Sondern einer der mächtigsten Gedanken des 21. Jahrhunderts.



CSR – Was können Kleinunternehmen tun? Vier Ansätze:

1. Energie. Versuchen Sie, den Energieverbrauch Ihres Büros oder Ihrer Produktion zu reduzieren, und wechseln Sie zu grüner Energie. Ein gutes Beispiel dafür, dass Nachhaltigkeit auch lohnend sein kann.
2. Gesellschaft. Nutzen Sie die Ressourcen Ihres Unternehmens, um auf lokaler Ebene etwas für die Gesellschaft zu tun. Unterstützen Sie mit einem Aktionstag eine Initiative, oder starten Sie selber eine. Sie steigern den Effekt, wenn Sie sich mit anderen Partnern zusammentun! Dabei muss es gar nicht um Geld gehen: Erfahrung, Zeit und das Nutzen Ihres Netzwerks können genauso viel beitragen. Sie werden sehen: Das macht Spaß und Sie bekommen viel zurück!
3. Kommunikation. Seien Sie in Ihrer Kommunikation offen und ehrlich! Fehler zu machen, ist akzeptabel und kommt immer vor. Wer auch mal darüber spricht, dass etwas nicht funktioniert hat, wird glaubwürdiger. Kommunizieren Sie nicht immer nur „Was wir gemacht haben“. Sondern auch „Was wir machen wollen“. Wir misstrauen oft Menschen, die ganz ohne Fehler zu sein scheinen. So ist es auch bei Unternehmen.
4. Intern. Kümmern Sie sich gut um Ihre Mitarbeiter und eröffnen Sie Chancen für Behinderte und Migranten. Vielfalt bereichert! Nicht jeder kann alles können, aber es gibt Aufgaben, bei denen eine Behinderung kein Problem ist oder wo die Kenntnis anderer Sprachen und Kulturen neue Geschäftschancen eröffnet. Eine blinde Person ist vielleicht perfekt am Telefon. Und Ihr neuer türkischer Kollege spricht vielleicht ganz neue Kundenkreise an.

Deutsche Bundesregierung: Gesellschaftliche Verantwortung ist unternehmerischer Mehrwert

Bewerbungsphase für CSR-Preis der Bundesregierung läuft bis 23. November

Die deutsche Bundesregierung hat Anfang Oktober einen Corporate Social Responsibility-Preis ausgeschrieben. Bis zum 23. November können sich Unternehmen in vier Größenkategorien für den Preis bewerben, der ökonomisch, ökologisch und sozial verträgliche Unternehmensführung honoriert. Die Gewinner werden im April 2013 im Rahmen einer festlichen Preisverleihung prämiert. Bundesarbeitsministerin Ursula von der Leyen: „Wenn Unternehmen verantwortungsvoll handeln, hilft das nicht nur Umwelt und Gesellschaft, sondern auch den Unternehmen selbst. Denn wirtschaftlicher Erfolg und Nachhaltigkeit gehören zusammen. Mit dem CSR-Preis richten wir den Scheinwerfer auf große und kleine Unternehmen, die ihre Verantwortung im Kerngeschäft und drum herum vorbildlich erfüllen.“

Mit dem CSR-Preis zeichnet das BMAS erstmals vorbildliche und innovative Unternehmen aus, die verantwortungsbewusst wirtschaften. Bewerben können sich Ein-Personen-Betriebe bis hin zu Großunternehmen. Der Preis soll herausragendes CSR-Engagement belohnen und zur Nachahmung motivieren, indem vorbildliche Leistungen und Erfolgsgeschichten veranschaulicht werden.

Dass verantwortungsvolle Unternehmensführung sinnvoll für Gesellschaft und Umwelt ist und zugleich wirtschaftlichen Nutzen für die Unternehmen bietet, zeigen auch die Ergebnisse einer aktuellen Befragung von Wirtschaftswissenschaftlern, Fachjournalisten, Wirtschaftspolitikern sowie unter Großunternehmen: 81% der befragten Experten gehen davon aus, dass Unternehmen, die heute bereits CSR-Strategien verfolgen, im Vergleich zu anderen Unternehmen in zehn Jahren besser dastehen. Voraussetzung für den Erfolg ist nach Einschätzung der

Befragten, dass CSR Teil der Geschäftsstrategie ist (90%) und die Verantwortung für das Thema in der Chefetage liegt (87%). Zudem werden die Bereitstellung von Best-Practice-Beispielen (88%), die Förderung von Wissensaustausch und Vernetzung (85%) und die öffentliche Anerkennung (75%) als wichtige Faktoren gesehen. Im Mittelpunkt des Wettbewerbs stehen nicht in erster Linie Einzelaktivitäten, sondern das gesamthafte Handeln eines Unternehmens. Bewerber reichen Darstellungen ihres umfassenden CSR-Engagements in den fünf Aktionsfeldern „Unternehmensführung“, „Umwelt“, „Arbeitsplatz“, „Markt“ und „Gemeinwesen“ ein.

Alle Informationen zum CSR-Preis, seiner Methodik sowie den Zugang zum Bewerbungsportal finden Sie unter www.csr-preis-bund.de.

Weitere Informationen und Inspirationen zu CSR

Verbände und Politik:

www.csrsweden.se

www.csreurope.org

www.csrgermany.de

www.csr-in-deutschland.de

Netzpublikation mit sehr vielen Informationen und Artikeln auf Schwedisch

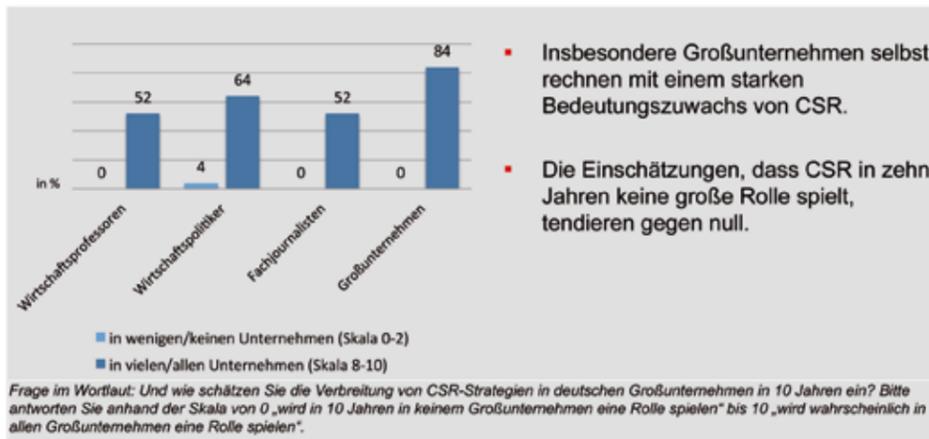
www.csrpraktiken.se

Hilfe zu Orientierung und Bewertung

www.globalreporting.org

www.oecd.org

Wie verbreitet sind CSR-Strategien in zehn Jahren in deutschen Großunternehmen?



Corporate Citizenship steuerlich nutzen – Spenden und Sponsoring

Unter Corporate Citizenship versteht man im Allgemeinen das gesellschaftliche Engagement von Unternehmen, um sich als „guter Bürger“ darzustellen. Steuerliche Vorteile verstärken naturgemäß den Anreiz, sich zu engagieren. Dabei sind bestimmte Voraussetzungen zu beachten, um steuerlich abzugsfähige Aufwendungen von steuerlich nicht abzugsfähigen Geschenken abzugrenzen. Unternehmen haben die Möglichkeit, sich im Rahmen von Sponsoring oder durch die Vergabe von Spenden gesellschaftlich zu engagieren.

Beim Sponsoring handelt es sich um eine Form des Marketings, bei dem das leistende Unternehmen – der Sponsor – eine Gegenleistung erhält. In Deutschland am weitesten verbreitet ist das Sportsponsoring. Aber auch in den Bereichen Kultur, Umwelt und Soziales kommt Sponsoring vor.

Der Sponsor kann seine Aufwendungen dann als Betriebsausgabe abziehen, wenn er als Gegenleistung wirtschaftliche Vorteile erzielt. Diese können sowohl in der Werbung für bestimmte Produkte bestehen als auch in der allgemeinen Imagepflege. Dabei gibt es vielfältige Möglichkeiten der Gegenleistung: der Empfänger kann auf den Sponsor auf Plakaten, in Ausstellungskatalogen oder auf gesponserten Gegenständen (z.B. Behindertenfahrzeugen) hinweisen. Dies kann durch Hinweis auf die konkrete Leistung des Sponsors geschehen oder auch nur durch Aufdruck des Unternehmensnamens oder -logos.

Steht einer großzügigen Zahlung allerdings nur eine geringfügige wirtschaftliche Gegenleistung gegenüber, gehen die Steuerbehörden davon aus, dass persönliche Interessen des Entscheiders im Unternehmen im Vordergrund stehen und es sich deshalb um ein steuerlich nicht abzugsfähiges Geschenk handelt.

Spenden wiederum sind zwar Geschenke, die aber unter ganz bestimmten Voraussetzungen steuerlich abzugsfähig sind. Der Spender erhält keine Gegenleistung. Spenden sind nur abzugsfähig, wenn sie an durch die Finanzbehörden anerkannte begünstigte Institutionen geleistet werden. Dabei handelt es sich um Vereine und andere Institutionen, die mildtätige, kirchliche, religiöse, wissenschaftliche oder gemeinnützige Zwecke verfolgen.

Die Anerkennung von Spenden ist an strenge Formvorschriften gebunden, insbesondere an die Vorlage einer ordnungsmäßigen sogenannten Zuwendungsbescheinigung. Außerdem sind Spenden nur bis zu bestimmten Höchstbeträgen abzugsfähig. Spenden im üblichen Umfang liegen im Allgemeinen aber weit unter diesen Grenzen.



Wer ein Behindertenfahrzeug sponsert und dafür eine Werbefläche erhält, kann die Ausgabe steuerlich geltend machen.



Brigitte Ellerbeck
Wirtschaftsprüferin und Steuerberaterin PwC AG, Frankfurt am Main

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

Jahrestreffen der schwedischen Außenhandelskammern



Maria Rankka, Geschäftsführerin der Stockholmer Handelskammer



Ewa Björling, schwedische Handelsministerin

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

So nahmen Geschäftsführer Mats Hultberg und Kerstin Nordström Ende August an diesem wichtigen Networking-Event teil – zusammen mit Repräsentanten aus u.a. New York, London, Paris und Amsterdam. Ebenfalls waren Vertreter der regionalen Handelskammern in Schweden anwesend, die für die Handelskammern im Ausland wichtige Kooperationspartner vor Ort sind.

In der Leitung des Vereins für die schwedischen Außenhandelskammern gab es einige Wechsel: Maria Rankka, Geschäftsführerin der Stockholmer Handelskammer, wurde zur neuen Vorsitzenden des Vereins, Mats Hultberg neu in den Vorstand gewählt.

Das diesjährige Treffen stand ganz im Zeichen des Erfahrungsaustausches. In Blöcken zu den Themen Mitgliederaktivitäten & Veranstaltungen, Mitgliedergewinnung & Sponsoring sowie

Kooperationsprojekte waren die Außenhandelskammern aufgerufen, ihre Projekte und Best Practices im vergangenen Jahr vorzustellen. Aus Deutschland wurde u.a. die erfolgreich durchgeführte Kooperation mit der Stockholmer Handelskammer, das Seminar „Do Business With Germany“ im März in Stockholm, vorgestellt. Es wurde auch auf die kommende ähnliche Veranstaltung im Oktober aufmerksam gemacht, und deutlich signalisiert, dass die Schwedische Handelskammer in Deutschland sehr an weiteren Veranstaltungen und gemeinsamen Projekten mit den anderen regionalen Kammern in Schweden interessiert ist.

Abgerundet wurde der Anlass mit der feierlichen Verleihung des Hermes-Exportpreises durch die schwedische Kronprinzessin Victoria sowie Präsentationen zum Thema Freihandel und Protektionismus von u.a. Handelsministerin Ewa Björling und einem wirtschaftlichen Ausblick der Swedbank-Chefökonomin Cecilia Hermansson.



Übergabe des Hermes-Exportpreises an Envirotainer, Pappelina und Almondly durch Kronprinzessin Victoria

JCC München



Der Junior Chamber Club München wurde im Februar 2010 gegründet und ist derzeit der jüngste Junior Chamber Club der Schwedischen Handelskammer in Deutschland.

JCC München ist ein Netzwerk für Young Professionals bis 36 Jahre, in dem die Möglichkeit besteht, neue Kontakte zu knüpfen und interessante Unternehmen in der Region Bayern kennenzulernen. Im Oktober werden sich sämtliche JCC Komitees aus ganz Deutschland zum Kick-Off in Frankfurt treffen und ich verspreche mir, dass wir einen Plan festlegen können, wie wir in München gemeinsam JCC weiterentwickeln und auf einer kontinuierlichen Basis interessante und exklusive Veranstaltungen für unsere Mitglieder anbieten können. Um unsere Pläne verwirklichen zu können, sind uns weitere interessierte und engagierte Mitglieder aus der Region immer sehr willkommen. Melde dich mit einer kurzen E-Mail an jcc@schwedenkammer.de!

In Bezug auf München denken viele Schweden sofort an das Oktoberfest, Bier und Trachten. Aber München lebt nicht nur zwei Wochen Ende September auf, sondern ist das ganze Jahr eine interessante Metropole, vor allem für junge Leute.

Der hohe Anteil an modernen Industrien und Dienstleistungsunternehmen macht den Großraum München genauso wie die vor allem durch die Lage begründete Lebensqualität zu einem Magneten, der für stetigen Bevölkerungszuwachs sorgt. Diese Vorteile der Landeshauptstadt haben auch viele Schweden entdeckt. Viele schwedische Vereine und Organisationen sind entstanden, um bayrische und schwedische Netzwerke zusammenzuführen.



Elin Krepper

Mehr Information zu kommenden Veranstaltungen sind unter www.schwedenkammer.de oder in der Facebook-Gruppe des JCC München zu finden.



VERANSTALTUNGEN IN DEN REGIONEN

Oktober

- 25.10. Hotel „Scandic Hamburg Emporio“ stellt sich vor, Hamburg
- 26.10. Svenska Salongen, Stuttgart
- 30.10. JCC Frankfurt: Netigate – Eine echte Erfolgsgeschichte, Frankfurt

November

- 1.11. Nordic Talking Rhein-Main, Frankfurt
- 1.11. JCC Hamburg: AfterWork im Elbe76, Hamburg
- 8.11. Poolias Frukostklubb, Düsseldorf
- 14.11. Kick Off Event: Mentorenprogramm des JCC, Berlin
- 14.11. Exklusive Filippa K Shoppingnight, Berlin
- 15.11. Kreative Kicks für Innovation + Nachhaltigkeit in der Wirtschaft, Berlin
- 15.11. Verleihung des Schwedischen Unternehmenspreises 2012
- 15.11. Musik + Mingel mit Maja Milner, Berlin
- 29.11. Business Lunch: Papier ist geduldig! Zellstoff und Papier – die Zukunft?, Hamburg
- 30.11. Svenska Salongen, Stuttgart

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

SAVE THE DATES!



Sponsoren der Kammer



Nutzen Sie „Schweden aktuell“ für Ihre Kommunikation!

Die Mediadata 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 23.11.2012

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: LKAB

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.

Stabilität ist unser Markenzeichen

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.



Schwedische Wurzeln. Nordeuropäische Tradition. Globale Erfahrung.

Die SEB ist in Bewegung. Seit unseren Anfängen in Schweden vor über 150 Jahren haben wir uns zu einem Finanzdienstleister entwickelt, der an allen wichtigen Plätzen der Welt vertreten ist. Heute sind wir die führende Bank der größten Unternehmen in Nordeuropa und dem Baltikum. In Deutschland sind wir Finanzpartner für 60 der 100 größten deutschen Unternehmen und arbeiten mit der großen Mehrzahl der DAX-Unternehmen zusammen.

Weltweit führende Banken und Finanzinstitute wickeln mit der SEB ihre Geschäfte ab. Internationale Auszeichnungen für unsere Lösungen in den Bereichen Structured Finance, Global Transaction Services, Debt Capital Markets, Cash Management und Trade Finance sind nur ein Grund dafür. Unser als Weltklasse bewerteter Service ein anderer.

Besuchen Sie uns auf seb.de oder kontaktieren Sie uns über information@seb.de, um zu erfahren, was wir gemeinsam erreichen können.