

# SCHWEDEN aktuell



Schwedische  
Handelskammer  
*in der Bundesrepublik  
Deutschland*



New Work  
**Nur ein hippest  
Buzzword?**



Wirtschaftsfaktor Liebe  
**Die Valentins-  
pauschale**



Jahresauftakt  
**Nachhaltige  
Impulse**



The business idea of Ryberg-Consulting is quite simple:  
We want to make your company even better!

**Recruitment  
of Management & Specialists**

Germany: +49 (0)6131-240 651 0  
Sweden: +46 (0)31-417 43 0

**Team & Management  
Development**

info.de@ryberg-consulting.com  
info.se@ryberg-consulting.com

www.ryberg-consulting.com

RYBERG-CONSULTING  
Germany  
Taunusstraße 67  
DE-55118 Mainz  
Tel: +49 (0)6131-240 651 0  
info.de@ryberg-consulting.com

RYBERG-CONSULTING  
Sweden  
Västergatan 20  
SE-41313 Göteborg  
Tel: +46 (0)31-417 43 0  
info.se@ryberg-consulting.com



**Neue Partnerschaften**

Liebe Mitglieder und Freunde der Schwedischen Handelskammer,



das Handelskammerjahr 2020 ist bereits in vollem Gange: Beim Jahresauftakt in Berlin vor wenigen Wochen läutete die Kammer ihr neues Jahresthema Nachhaltigkeit ein. Dieses umfassende Thema deckt viele Aspekte ab und bildet die Grundlage für die Aktivitäten der Kammer in diesem Jahr. 2020 ist auch das Jahr, in dem wir ein ganz neues Projekt starten. Erstmals geht die Kammer eine Partnerschaft mit einer schwedischen Stadt ein. Göteborg ist die Europäische Hauptstadt für Smart Tourism und zum wiederholten Male World's Most Sustainable City. Gute Gründe, die Stadt als Partner für ein Jahr der Nachhaltigkeit auszuwählen. Was genau diese Zusammenarbeit ausmacht, lesen Sie auf Seite 6 in dieser Ausgabe.

In der Zeit rund um den Valentinstag wird besonders deutlich, welcher wichtiger Wirtschaftsfaktor Liebe ist. Juweliers, Telefonunternehmen, Pralinenhersteller – sie alle würden es zu spüren bekommen, wenn Liebe keine Rolle mehr spielte. Schweden Aktuell lädt sie zu einer Entdeckungsreise ein, wie Liebe und Gefühle unsere Wirtschaft beeinflussen.

Ein Phänomen, das immer stärker einen entscheidenden Faktor für die Wirtschaft darstellt, ist die Möglichkeit, seinem eigenen Werdegang eine ganz neue Richtung zu geben. Fachkräftemangel ist ein zunehmendes Problem, New Work könnte eine Lösung sein. Mit welchen gesellschaftlichen Anforderungen sehen Unternehmen und Personaler sich konfrontiert und was erwarten Arbeitnehmer von ihrem Job? Der Schwerpunkt dieser Ausgabe beleuchtet diese und andere Fragen zum Thema New Work.

Ich wünsche Ihnen allen einen guten Beginn des neuen Jahres und freue mich, mein Netzwerk mit der Kammer als Plattform in 2020 weiter wachsen zu lassen!

Elin Keim

Präsidiumsmitglied der Schwedischen Handelskammer und Vorsitzende des Junior Chamber Clubs COO Parkster GmbH



**Inhalt**

- 4 **5 Fragen an...** Laure Berment, Too Good to Go
- 5 **Heiter bis schwedisch, Kolumne Lundin**
- 6 **Kurznachrichten**
- 7 **Mitglied im Portrait** | Wasa
- 8 **New Work** | Nur ein hippestes Buzzword?
- 11 **Liebe** | Die Valentinspouschale
- 14 **Kammerkompetenz** | Unsere Berater im Überblick
- 16 **Aus der Kammer** | Jahresauftakt in Berlin
- 21 **JCC**
- 22 **3 Minuten mit** | Peter Marx
- 23 **Impressum** | Kammerkalender

# 5 Fragen an...

Laure Berment, Geschäftsführerin Too Good To Go Deutschland

## „WIR HABEN BEREITS 30 MILLIONEN MAHLZEITEN GERETTET“



**Ihr zentrales Anliegen ist der Kampf gegen die Lebensmittelverschwendung – weltweit. Warum ist das so wichtig?**

Ein Drittel aller Lebensmittel weltweit landet in der Tonne. Allein in Deutschland sind das jährlich 18 Millionen Tonnen. Diese Lebensmittelverschwendung zieht eine enorme Ressourcenverschwendung mit sich. Denn für jedes Lebensmittel werden Ressourcen wie Boden, Wasser, Energie, Transport und Verpackung benötigt. Ganz zu schweigen von der Arbeitskraft, die hineinfließt. Außerdem wird bei der Produktion und der Müllverarbeitung von Lebensmitteln sehr viel CO<sub>2</sub> ausgestoßen, das bei der Verschwendung umsonst in der Atmosphäre landet. Acht Prozent der globalen Treibhausgasemissionen sind auf die Lebensmittelverschwendung zurückzuführen.

**Was ist der Ansatz des Unternehmens Too Good To Go?**

Unter anderem ermöglicht Too Good To Go mit der eigenen App, gastronomischen Betrieben wie Bäckereien, Restaurants, Cafés, Hotels und Supermärkten, ihr überproduziertes Essen zu einem vergünstigten Preis an SelbstaholernInnen anzubieten. So entsteht eine Win-Win-Situation: Leckerer Essen für die KundInnen, weniger Verschwendung für die Betriebe und Ressourcenschonung für die Umwelt. Neben der App engagiert sich Too Good To Go auch in anderen Lebensbereichen für Lebensmittelrettung – beispielsweise über Aufklärungskampagnen, Bildungsangebote und auf (inter-)nationalem politischen Parkett.

**Wie weit sind Sie schon gekommen, d.h. wie hoch ist die Wahrscheinlichkeit, dass ich über die App als Nutzer relevante Angebote bekommen kann?**

Too Good To Go ist seit der Gründung zu einem internationalen Social Impact Business gewachsen. Europaweit arbeiten wir mit 38.000 Partner in aktuell 13 Ländern zusammen. Auf diese Weise wurden in Europa bereits über 30 Millionen Mahlzeiten gerettet. In Deutschland hat Too Good To Go rund 4.000 Partnerläden in 900 Städten und rettete bereits über 3 Millionen Mahlzeiten vor der Tonne. Täglich kommen neue Partnerläden hinzu.

**Was steckt hinter Ihrer neuen Initiative „Oft länger gut“?**

Die Hälfte der Lebensmittelverschwendung in Deutschland findet in Privathaushalten statt. Das Mindesthaltbarkeitsdatum spielt dabei eine entscheidende Rolle. Knapp die Hälfte der Deutschen wissen nämlich nicht, dass "mindestens haltbar bis" nicht gleichbedeutend ist mit „ungenießbar ab“. Daher

hat Too Good To Go im November 2019 den Zusatzhinweis „Oft länger gut“ initiiert. Schon über 40 Lebensmittelproduzenten haben sich dazu bereit erklärt, auf Produkte in die Nähe des Mindesthaltbarkeitsdatums den Zusatzhinweis „Oft länger gut“ zu drucken. Er fordert VerbraucherInnen dazu auf, auch wieder die Sinne zur Beurteilung der Haltbarkeit von Lebensmitteln zu verwenden: Schauen – Riechen – Schmecken. Erste Produkte mit dem neuen Zusatzhinweis sind ab sofort in den Supermärkten zu finden.

**Gibt es Too Good To Go eigentlich auch in Schweden?**

Aktuell (Stand Januar 2019) ist Too Good To Go in 13 europäischen Ländern aktiv. Dazu gehören Deutschland, Dänemark, Großbritannien, Frankreich, Norwegen, die Niederlande, Belgien, die Schweiz, Spanien, Italien, Polen, Portugal und Österreich. Erst kürzlich gab Too Good To Go bekannt, noch im Jahr 2020 sowohl in den USA als auch in Schweden an den Start zu gehen.



**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:**

### Skispaß in Åre

Schnee. Die Älteren erinnern sich: das ist ein Aggregatzustand des Regens, der sich bezaubernd über die Lande legen kann. Wollen Sie dieses Phänomen kennenlernen? Dann auf nach Åre, Schwedens kosmopolitischem Wintersportort in Jämtland-Härjedalen. Die Stimmung in diesem Bergdorf ist einzigartig; Pisten für jeden Anspruch und jede Menge Restaurants und Geschäfte, alles gemütlich und trendig zugleich.

Wir verlosen die Unterbringung in einem Apartment und den Skipass für zwei Personen während einer kurzen Woche (Sonntag-Donnerstag) – im Wert von 800 Euro! Sie können zwischen den Kalenderwochen 11-13 wählen, also ab dem 9., 16. oder 23. März 2020. Der Preis ist persönlich und kann nicht auf eine andere Person übertragen und nicht gegen Bargeld eingetauscht werden. Hin kommen Sie übrigens u.a. per Direktflug mit easyjet von Berlin – aber problemlos auch von allen anderen Flughäfen. Ski Heil!

**SKISTAR  
ÅRE**



**Gewinnen Sie! E-Mail genügt!**

Wenn Sie den Aufenthalt mit Unterkunft und Skipass für zwei Personen gewinnen möchten, schicken Sie bis zum **15.2.20** eine E-Mail mit dem Stichwort „Åre“ und Ihrer Adresse an [schwedenaktuell@nordis.biz](mailto:schwedenaktuell@nordis.biz).



Tomas Lundin

## Schuften – aber nur wenn's Spaß macht

Bei der „Emigrantenbörse“ in Utrecht, mit 11.000 zahlenden Besuchern die größte Jobmesse für Auswanderer in Europa, drängen sich jedes Jahr gut qualifizierte Arbeitssuchende vor den Ständen schwedischer Arbeitgeber. Sie suchen alle das Gleiche: Ein neues Leben in Schweden, um Arbeit und Freizeit, Job und Familie, unter einen Hut zu bringen, erzählte mir neulich Tuva Holm von der schwedischen Arbeitsvermittlung, die seit Jahren in Utrecht dabei ist. Man kann nur hoffen, dass sie nicht enttäuscht werden. Denn die Fakten sprechen teilweise eine andere Sprache. So zeigt die neueste Umfrage der internationalen Zeitarbeitsfirma Randstad, dass das Arbeitsleben in Schweden und Deutschland als etwa gleich belastend und gleich fremdbestimmt empfunden wird. In Deutschland, wie in Schweden, sind zwei von drei Arbeitnehmern vor oder nach ihrer eigentlichen Arbeitszeit für berufliche Mails und Telefonate erreichbar. Fast die Hälfte reagiert unmittelbar, egal ob am Wochenende oder im Urlaub. Etwa jeder Dritte, in Deutschland 30 % und in Schweden 36 %, gibt an, dass der Arbeitgeber auch im Urlaub Bereitschaftsdienst erwartet.

Was tun? Gesetze und freiwillige Regeln der Arbeitgeber bringen nicht viel. So gibt es in Frankreich seit Jahren ein Verbot gegen Mails nach der Arbeit. In der Praxis hat das wenig dazu beigetragen, den Stress zu verringern. Wenn es klingelt oder eine Mail Aufmerksamkeit fordert, antwortet in Frankreich jeder zweite Arbeitnehmer. Dabei ist die Arbeitslosigkeit in großen Teilen Europas auf rekordtiefem Niveau. Arbeitgeber suchen verzweifelt nach Personal. Und trotzdem wird auf Teufel komm raus geschuftet. Das gilt zumindest für die Generation der Babyboomer. Die heutigen Generationen Z und Y arbeiten zwar nicht weniger. Die Motivation ist aber eine Andere: es muss Spaß machen. Nur dann wird Gas gegeben. Für Schweden, so meine ich, könnte das am Ende doch einen leichten Punktevorsprung ergeben. Denn die flacheren Hierarchien in der Arbeitswelt und die familienfreundlichere Gesellschaft erhöhen den Spaßfaktor.

## Nachhaltige Metropole im Taschenformat: Partnerschaft mit Göteborg



Katarina Thorstensson,  
Göteborg&Co

Göteborg hat alles, was man sich wünscht: Welt-offenheit, Innovationskraft und kurze Wege. Die „Metropole im Taschenformat“ ist 2020 Partnerstadt der Schwedischen Handelskammer. Ein Grund für das neue Partnerstadtprojekt ist Göteborgs mehrfach ausgezeichnete Nachhaltigkeitspolicy. Die Stadt wurde sowohl zur Hauptstadt für Smart Tourism als auch zur Nachhaltigsten Stadt der Welt gewählt. „Göteborg ist für seine weitsichtigen Ideen bekannt“, sagt Thomas Ryberg, Präsident der Schwedischen Handelskammer. „Wir sind überzeugt, dass wir aus der Partnerschaft mit dieser Stadt viel neue Inspiration für unser Netzwerk schöpfen können“. In Göteborg wird der öffentliche Nahverkehr mit erneuerbarer Energie betrieben, nachhaltige Modeläden laden zum Shopping ein und sogar Events und Festivals werden nachhaltig organisiert. Katarina Thorstensson, Head of Sustainability bei Göteborg & Co, eröffnete das Partnerschaftsjahr beim Jahresauftakt der Handelskammer in Berlin und gab Einblicke

in die Arbeit der Stadt, die internationales Vorbild für die Umsetzung der Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen sein will. Im Laufe des Jahres sind mehrere Aktivitäten mit Göteborg geplant, darunter auch eine Studienreise für Mitglieder der Kammer.



## 10 Jahre AutoNova



Marion Johl, Thomas Mengelkoch,  
Helen Hoffmann, Frank Denzin, Charlotte Roggenbuck

Mit einem großen Fest feierte Kammermitglied AutoNova im Januar sein zehnjähriges Bestehen. In Glindes bei Hamburg beheimatet, ist der Volvohändler jedoch weit über die Grenzen bekannt. AutoNova schaute an diesem Abend nicht nur auf ein erfolgreiches Jahrzehnt zurück, sondern blickte gemeinsam mit dem Zukunftsforscher Sven Gábor Jánuszky auch auf die Herausforderungen, die Wirtschaft und Gesellschaft in Sachen Künstlicher Intelligenz erwarten. Zum 10. Geburtstag AutoNovas war die Geschäftsleitung von Volvo Car Germany mit Thomas Bauch, Thomas Mengelkoch und Frank Denzin angereist. Aus der Geschäftsstelle der Schwedischen Handelskammer beglückwünschten Helen Hoffmann und Charlotte Roggenbuck das Team rundum AutoNova-Chef Heinz Preiß und Gunnar Sill.

## Kronprinzessin Victoria bleibt Schirmherrin



I.K.H. Kronprinzessin Victoria ist seit 2015 Schirmherrin der Schwedischen Handelskammer. Nun hat sie diesen Status offiziell für weitere fünf Jahre bestätigt. „Für uns ist das eine wunderbare Bestätigung unsere Arbeit für die schwedische Wirtschaft in Deutschland“, freut sich Präsident Thomas Ryberg. „Die Anerkennung durch die Kronprinzessin ist gewissermaßen ein Gütesiegel für die Kammerleistung und eine Unterstützung in unserer Außenwirkung.“ Kronprinzessin Viktoria hat die Kammer zuletzt anlässlich der Unternehmenspreisverleihung 2017 in Leipzig persönlich besucht.

# WASA – CO2-NEUTRAL IN DIE ZUKUNFT



Salman Tanzeem, Wasa  
Deutschland GmbH, Marketing  
Manager Bakery Central Europe

**Wasa feiert gerade sein 100-jähriges Markenjubiläum. Seit 1999 sind Sie ein Teil des italienischen Familienunternehmens Barilla. Wie wichtig ist Ihnen heute noch Ihre schwedische Herkunft?**

Unsere schwedische Herkunft ist uns sehr wichtig und wird auch in Zukunft immer ein zentraler Bestandteil der Marke Wasa sein. Denn aus dem schwedischen Lebensgefühl leiten sich auch unsere Wasa Markenwerte ab: Ein „aktiver Lebensstil“, „Fortschritt“, „Familie“ und vor allem die „Liebe zur Natur“. Diese gilt es zu schützen und deshalb ist das Thema „Nachhaltigkeit“ schon immer fest in unserer Markenphilosophie verankert gewesen. Wir von Wasa glauben, dass man selbst mit einer kleinen Sache wie Knäckebrötchen viel erreichen kann.

**Pünktlich zum 100-jährigen Jubiläum hat Wasa es geschafft, als erste große Lebensmittelmarke weltweit CO<sub>2</sub> neutral zu werden. Wie ist Ihnen dieser große Schritt gelungen?**

Seit Jahren verfolgen wir ambitionierte Ziele zur Reduzierung unserer CO<sub>2</sub>-Emissionen. Im ersten Schritt messen wir unsere CO<sub>2</sub>-Emissionen gemäß des GHG Protokolls. Dabei betrachten wir die komplette Wertschöpfungskette – vom Getreidefeld bis ins Regal unserer Handelspartner. Im zweiten Schritt haben wir konkrete Maßnahmen und Stellschrauben identifiziert, um unsere CO<sub>2</sub>-Emissionen zu reduzieren. Wir haben starken Fokus darauf gelegt, unsere Produktions- und Logistikprozesse zu optimieren. So beziehen wir unsere Rohstoffe größtenteils aus der Nähe der Produktionsstätten, haben 70% des kompletten Warenflusses zwischen Deutschland und Schweden auf die Schiene verlagert und nutzen in unseren Werken zu 100% Strom aus erneuerbaren Energien. Dadurch haben wir es geschafft, die CO<sub>2</sub>-Emission unserer Produktionsstandorte in den letzten 9 Jahren um 83% zu senken. Selbstverständlich bleiben dennoch CO<sub>2</sub>-Emissionen übrig. Um diese zu kompensieren, haben wir uns entschieden, einen Beitrag zum Schutz des Regenwaldes zu leisten und die Nutzung der Solarenergie zu unterstützen. Gemeinsam mit EcoAct, einem international anerkannten Beratungsunternehmen für klimaneutrale Strategien, haben wir bei der Wahl der Projekte Wert darauf gelegt, dass sie zum einem VCS-zertifiziert sind, was weltweit der am meisten verbreitete Qualitätsstandard zur Validierung von Emissionsminderungsprojekten ist – und dass die Projekte auch soziale, ökologische und wirtschaftliche Vorteile für die Region mit sich bringen. Zu diesen Projekten gehört das

Madre de Dios Projekt in Peru sowie das Saurindia in Indien. Somit ist es uns gelungen unsere Emissionen vollständig auszugleichen und sind sehr stolz drauf uns pünktlich zu unserem Geburtstag 100% CO<sub>2</sub> neutral nennen zu können.

**Was sind nach der CO<sub>2</sub>-Neutralität die nächsten Ziele für Wasa im Bereich Nachhaltigkeit?**

Natürlich wollen wir unsere CO<sub>2</sub>-Emissionen auch in den kommenden Jahren weiter reduzieren und unsere Prozesse dahingegen optimieren. Neben der stetigen Verbesserung unserer CO<sub>2</sub>-Bilanz, sind wir stolz darauf, dass seit diesem Jahr all unsere Verpackungen zu 100% recyclebar sind.

Darüber hinaus wollen wir unsere Liebe zur Natur auch an unsere Verbraucher weitergeben – im Rahmen der „Knäcke für eine grünere Welt“ Aktion wird für jede gekaufte Packung Wasa derzeit zusammen mit Plant-for-the-Planet nach Kassenbonupload ein Baum gepflanzt.

**Glauben Sie, dass Sie mit der Nachhaltigkeitskampagne auch Verbraucher zu nachhaltigerem Konsum anregen können?**

Ja, auf jeden Fall. Allein wenn die Verbraucher unsere Produkte kaufen, konsumieren sie bereits nachhaltiger. Insgesamt sehen wir, dass das Thema Nachhaltigkeit bei Kaufentscheidungen eine immer größere Rolle spielt. Wir wünschen uns, dass sich noch viel mehr Menschen und Unternehmen uns anschließen – auf dem Weg zu einer besseren Welt für uns und unsere Kinder!



# NEW WORK – NUR EIN HIPPES BUZZWORD?

## Was steckt hinter dem populären Konzept?

VON CHARLOTTE ROGGENBUCK

**A**rbeiten, wann man möchte, wo man möchte, wie man möchte: Als Freelancer auf der Couch oder im Café, als Arbeitnehmer am klassischen Arbeitsplatz aber dafür nur fünf Stunden täglich oder als Gründer im Coworking-Space mit Kreativlounge. Klingt utopisch und irgendwie auch esoterisch? In vielen Unternehmen und im Alltag vieler Menschen ist das bereits gang und gäbe. Und mit ihrem Vorschlag einer Vier-Tage-Woche bringt Finnlands neue Ministerpräsidentin Sanna Marin das Konzept New Work sogar in die Schlagzeilen.

### Im Anfang war der Antikapitalismus

Doch woher stammt eigentlich diese Idee des Neuen Arbeitens? Bei näherer Betrachtung zeigt sich, dass sie in ihrem Ursprung die Grenzen der Arbeitswelt verlässt und sich viel eher in hochpolitischen Sphären bewegt. Der österreichisch-amerikanische Sozialphilosoph Frithjof Bergmann entwickelte New Work als Gegenmodell zum Kapitalismus. Seine Kritik galt vor allem der Vorstellung des Menschen als Arbeitskraft, als Mittel zum Zweck. Von genau dieser wollte Bergmann weg, hin zu einer Auffassung des Arbeitnehmers als Individuum und eigenständige Persönlichkeit. Nicht der Mensch solle für kapitalistische Interessen ausgenutzt werden, vielmehr solle der Mensch selbst von seiner Arbeit profitieren, einen Mehrwert in ihr sehen und seine eigene Persönlichkeit in einer Gemeinschaft entfalten können. Bergmanns New Work beinhaltet drei wesentliche Aspekte: Freiheit, Selbstverantwortung und soziale Teilhabe. Doch während der Sozialphilosoph damit die Kluft zwischen Arm und Reich überwinden, die Landflucht verhindern und die Verschwendung von Ressourcen aufhalten wollte, wirkt New Work in der heutigen Zeit kaum noch politisch, sondern vielmehr als hippestes Buzzword. Was ist heute noch von seinem revolutionären Geist zu spüren?

### Alte Denkmuster aufbrechen und überwinden

Der Wandel der Industriegesellschaft hin zur Wissensgesellschaft sollte eigentlich niemanden mehr überraschen. Dass das Internet eben kein Neuland und die Digitalisierung das Hier und Jetzt eines jeden bestimmt, ist Realität. Die Globalisierung mit

ihrer weltweiten Vernetzung schreitet täglich weiter voran und mit ihr neue Technologien und Möglichkeiten. Jedoch scheinen unsere Köpfe zumindest in der Arbeitswelt noch alten Regeln und Normen zu folgen. New Work versucht diese alten Denkmuster aufzubrechen und zu überwinden. Denn die Neue Arbeit bedeutet auch neues Denken, neue Konzepte und auch neue Dimensionen.

Doch wer nun ein allgemeintaugliches Geheimrezept erwartet, muss leider enttäuscht werden. Eine Schablone, die auf jede Arbeitssituation, jedes Büro und jeden Arbeitnehmer gelegt werden kann und am Ende einen perfekten Arbeitsalltag und rundum zufriedene Mitarbeiter schafft, gibt es nicht. Viel eher geht es darum, verschiedene Ansätze und Ideen auszuprobieren, diese individuell abzuändern und stets weiterzuentwickeln. Hierbei sind Fehler und Rückschläge auch erlaubt. Die Einsicht, dass nicht jedes Konzept zu jedem Unternehmen oder jedem Menschen passt, ist ebenso wichtig, wie der Mut, Veränderungen zu wagen. Denn nicht jeder ist durch eine Arbeitszeitverkürzung produktiver und nicht jeder braucht eine schicke Chill-Out-Area. New Work bedeutet, den Menschen im Mittelpunkt zu sehen und um ihn herum ein ganzheitliches Konzept zu entwickeln, welches eine Balance zwischen dem Individuum, den Zielen des Unternehmens und den Anforderungen der Gesellschaft schafft. Im Praktischen sind der New Work keine Grenzen gesetzt. Sie beginnt bei neuen Erwartungen der Menschen an ihre Arbeit und neuen Vorstellungen der Personaler, geht weiter bei der Neugestaltung des Arbeitsplatzes und der Arbeitszeiten und zieht sich durch bis hin zu neuen Managementskills.

### Grenzen der New Work

Aber kann jeder Job neu gedacht werden? In vielen Branchen, beispielsweise in der Pflege oder im Handwerk, erscheint New Work doch eher als Utopie. Und nicht jeder hat das Bedürfnis, 24 Stunden online und erreichbar zu sein und seinen Küchentisch zum Arbeitsplatz zu machen. Die Gefahr, dass New Work nur als inflationär genutzte und leere Hülse in Stellenausschreibungen oder Unternehmensportfolios verwendet wird, ist groß. Denn New Work bedeutet mehr als das Schaffen von flachen Hierarchien oder das Einführen eines Hipster-Dresscodes. Nicht nur Ar-



BILD: © KINNARPS

Für jede Aufgabe die passende Atmosphäre schaffen. Activity Based Working ist das neue Schlüsselwort bei der Arbeitsplatzgestaltung.

beitsbedingungen müssen verändert werden, auch das Mindset, das Verständnis der Menschen, muss sich ändern. Das Aufbrechen alter, gewohnter Strukturen birgt auch Risiken und viel zu selten stellt man sich der Frage, was passiert, wenn New Work misslingt. Am Ende müssen Kunden befriedigt, Aufträge erfüllt und schwarze Zahlen geschrieben werden. Schafft das Unternehmen dies nicht, nützen der Kicker, das Inhouse-Fitnessstudio oder der Feel-Good-Manager wenig.

Um diesen Risiken entgegenzutreten müssen sich sowohl Arbeitnehmer als auch Arbeitsgeber einem Lernprozess unterziehen, ist sich Kerstin Knabenbauer, Inhaberin der Firma KERMAROK, sicher. „Mitarbeiter sind nicht reine Arbeitskräfte, sondern müssen als Individuen mit ganz persönlichen Stärken, Schwächen und Potentialen verstanden werden“, sagt sie. Die Mitarbeiter werden zunehmend dazu aufgefordert, mehr Eigenverantwortung zu übernehmen und lösungsorientiert zu handeln. Aber auch Arbeitgeber müssen sich neuen Anforderungen stellen – und das sowohl in den Bereichen Organisation und Kompetenz als auch in der Wahrnehmung und den Werten eines Unternehmens. Diese verschiedenen Ebenen sind voneinander abhängig und bedingen einen Wandel der Unternehmenskultur. „Es hilft z.B. wenig, Mitarbeiter für New Work zu schulen, wenn die organisatorischen Grundsteine nicht gelegt sind, oder offene Treffpunkte im Büro für kreatives Arbeiten zu schaffen, wenn die Führungskräfte die Werte nicht entsprechend leben“, erklärt Kerstin Knabenbauer. Eben diese Führungskräfte müssen sich selbst fragen, wie viel



Mitarbeitern mehr Raum zum Austausch geben, ihnen mehr Verantwortung übertragen – ein Balanceakt für viele Unternehmen.

Verantwortung sie abgeben und wie sie Raum schaffen können für ihre Mitarbeiter. Dies erfordert ein Umdenken und Hinterfragen des eigenen Führungsstils, bedeutet jedoch nicht, dass man als Chef auf einmal mit jedem befreundet oder per Du sein

muss, sondern viel mehr, dass man den Menschen hinter dem Arbeitnehmer erkennt, ihm vertraut, ihn anspricht und unterstützt und einen Erfahrungsaustausch ermöglicht. Diese neuen Management Skills mögen nicht jedem in die Kinderwiege gelegt worden sein, können jedoch auch erlernt werden.

Wer sich dem Thema New Work verweigert, bleibt auf der Strecke, davon ist David Wiechmann, Director Communication and Marketing der Kinnarps GmbH, überzeugt. „Natürlich gehen mit dem Konzept große Veränderungen einher, denen sensibel begegnet werden muss. Die Veränderung des Arbeitsplatzes ist da ein wichtiger Schritt, denn die Anforderungen der New Work spiegeln sich hierin wider“, so Wiechmann. Neue Formen der Kommunikation, der Zusammenarbeit und der Unternehmensführung müssen durch das räumliche Umfeld gefördert werden, denn nur so kann der Arbeitnehmer sich für seine spezifischen Aufgaben das jeweils passende Umfeld suchen. Rückzugsräume sind in diesem Zusammenhang genauso wichtig wie kommunikationsfördernde Arbeitsbereiche.

### Welcher Mensch steckt hinter einer Bewerbung?

In dem Maße, wie sich Arbeitnehmer und -geber und auch Arbeitsplätze verändern, müssen sich auch Personalabteilungen neuorientieren, denn die Erwartungen zukünftiger Mitarbeiter



Eine Chance von New Work: Individuelle Lösungen für kreative Köpfe finden, die nicht ins Schema F passen.

sind ebenso individuell wie die Menschen selbst. New Work eröffnet den Arbeitsmarkt für Menschen, die nicht in das Schema einer 40-Stunden-Woche passen und bedeutet auch das Zusammenarbeiten mit jenen, die nicht angestellt werden wollen. Nicht jeder Mensch strebt mehr nach einem festen Arbeitsplatz, die Anzahl der Freelancer steigt und so werden Dienstleistungen an externe Mitarbeiter vergeben. Doch auch für die, die durchaus fest angestellt sein wollen, fordert New Work individuelle Lösungen. Für Arbeitnehmer mit Kindern, Teilzeitkräfte, Studierende oder Rentner mit einer sogenannten Encore-Karriere haben nicht immer Gehalt, Arbeitsweg oder Aufstiegschancen höchste Priorität.

### Mut zur Lücke

Während man früher nach der Schule mit einem konkreten Berufsziel ins Studium oder die Ausbildung gestartet ist, wagt die neue Generation heute auch Umwege im Lebenslauf. Die Möglichkeiten sind vielfältig: Sei es eine Lücke zwischen Bachelor und Master, um in die Arbeitswelt zu schnuppern, ein Studium nach der Ausbildung, ein Fernstudium neben dem Beruf oder ein kompletter Neustart. Viele Jobs erfordern nicht eine konkrete Ausbildung auf einem Gebiet, sondern eine ganze Palette an Qualifikationen und Social Skills, die nicht unbedingt in der Ausbildung, sondern viel mehr in der Praxis erlangt werden. Dazu gehört auch der Mut, neue Wege einzuschlagen fernab von festgetretenen Pfaden – gegebenenfalls auch mit ein paar Schritten zurück. In der neuen Arbeitswelt müssen Lebensläufe nicht immer geradlinig sein, auch Kurven und Abwechslung sind erlaubt. Auf diese individuellen Lebensläufe reagiert New Work.

Welche Bedingungen benötigt der Mensch, um möglichst produktiv zu sein und welche dieser Bedingungen sind realistisch? Welchen Stellenwert nimmt Arbeit in der Gesellschaft aber auch im ganz persönlichen Leben ein? New Work ist ein Balanceakt zwischen individuellem Freiraum und gemeinschaftlichem Erfolg, aber auch ein Aushandlungsprozess zwischen Unternehmen und Individuen.

Sollte man sich dafür entscheiden, sich diesen Herausforderungen zu stellen, besteht die Chance, dass Arbeit neu gedacht werden kann. Wer wagt, kann gewinnen: erfolgreichere Mitarbeiter, zufriedener Kunden und Zukunftsfähigkeit.

Anzeige

BÜRGERSCHAFTSWAHL IN HAMBURG

**JEDE STIMME ZÄHLT - ICH FREUE MICH AUF IHRE STIMME!**

**SETZEN SIE AM 23. FEBRUAR IHRE 5 STIMMEN AUF DEN FDP-LANDESLISTENPLATZ 23!**

XXXXXX

Ich möchte meine Arbeit als Abgeordnete in der Hamburgischen Bürgerschaft mit vollem Elan fortsetzen. Hamburg braucht vernunftgesteuerte und pragmatische Politiker.

**Ihre Kandidatin Christel Nicolaysen**

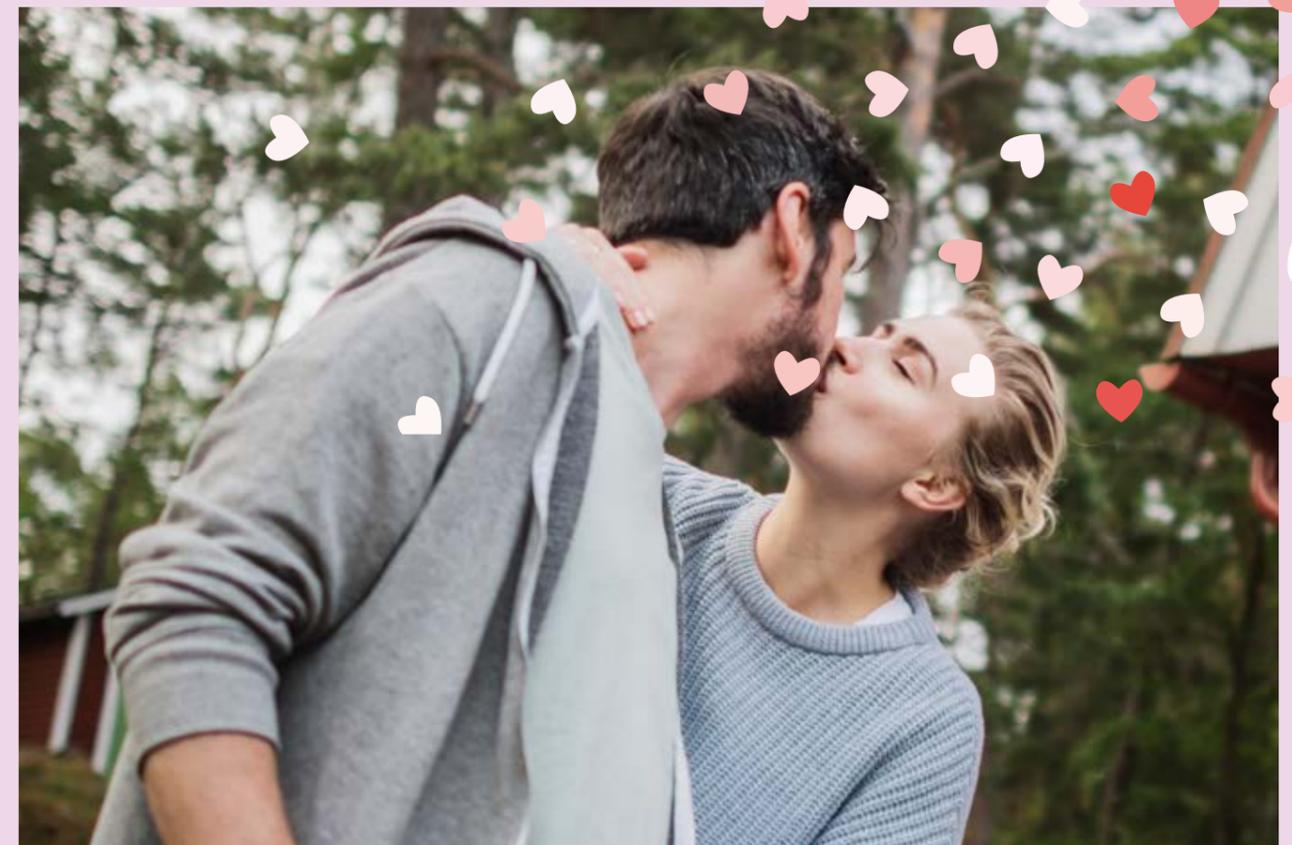
Für Wirtschaftskooperationen mit Skandinavien

Freie Demokraten FDP

# DIE VALENTINS-PAUSCHALE

Von der Liebe. Und von der Wirtschaft.

VON PETER MARX



Am 14. Februar ist Valentinstag. Hierzulande ein Ereignis, das, wie es scheint, vor allem in der Werbung des Blumenhandels stattfindet und nicht so richtig die Herzen erreicht. Aber wie sieht es damit in Schweden aus? Da hat der Tag jedenfalls einen sehr schönen Zweitnamen, es ist der „Tag aller Herzen“, der *alla hjärtans dag*. Damit geht es in Schweden bereits über pseudoromantische Zweisamkeitsrituale hinaus. Doch auch im Norden hat die Feier des Valentinstages einen kommerziellen Ursprung. Das Kaufhaus Nordiska Kompaniet witterte im Schweden der Fünfzigerjahre eine Bereitschaft, amerikanische kulturelle Einflüsse aufzunehmen und versuchte 1956, den Brauch mittels herzförmiger Gelee-Süßigkeiten nach

Schweden zu importieren; die schwedische Blumenindustrie zog 1957 nach. Es dauerte jedoch einige Zeit, bis der Valentinsbrauch tatsächlich im Alltag der Menschen ankam und dann 1985 offiziell als Valentinstag in schwedischen Kalendern markiert wurde. In den neunziger Jahren gewann das Feiern an Fahrt, nicht zuletzt in den Schulen.

Es ist tatsächlich ein Tag geworden, an dem viele Schweden ihre Liebe zum Ausdruck bringen, nicht nur zu einem Liebespartner, sondern auch zu engen Freunden. Das kann mit netten Worten, mit Blumen und Geschenken geschehen. Laut einem auf einer Umfrage basierenden Bericht von Svensk Handel plant immerhin jeder zweite, dem Tag aller Herzen Aufmerksamkeit zu schenken.



Interessen vorselektieren und etwa über die Seite kristendate.se nach Partnern mit christlicher Grundeinstellung suchen. In Deutschland zählten die Single-Börsen fast 9 Millionen registrierte Nutzer, also etwa 11 % der Bevölkerung und nahmen 211 Millionen Euro ein, in Schweden nutzten sogar 15 % dejtingssajter, jeder Fünfte hat es schon mal ausprobiert. Kosten muss dies nicht immer etwas. Wer Werbung akzeptiert, kann gratis die große Liebe suchen, etwa bei Anbietern mit so schönen Namen wie Happy Pancake.

### TV: Pfarrer sucht Frau

Auch im schwedischen Fernsehen ist die Liebe in allen Facetten omnipräsent. In „Gift vid första ögonkastet“ (Verheiratet auf den ersten Blick) hilft ein Expertengremium drei Paaren, ihren perfekten Partner zu finden. Das erste Mal treffen sie sich allerdings gleich am Altar - und dann leben sie vier Wochen wie echte Ehepartner, ordnungsgemäß verheiratet. Unter dem Titel „Tro, hopp och kärlek“ (Glaube, Hoffnung und Liebe) suchen nicht Landwirte, sondern vier „Liebeskranke“ Pfarrer und Pfarrerinnen nach der großen Liebe. Ob die deutschen Privatsender sich diese Idee bald anschauen, bleibt abzuwarten.

### Die Liebe als Wirtschaftsfaktor

Der Valentinstag – ein schöner Anlass, sich einmal bewusst zu machen, welche unterschätzte Bedeutung die Liebe mit all den zu ihr gehörenden großen Gefühlen wie Eifersucht, Liebeskummer, Leidenschaft für das Florieren der Wirtschaft spielt. Die Mode-, Parfüm- und Beautybranche, der Blumenhandel, Juweliers, Hochzeitslocations – sie alle könnten wohl einpacken ohne die großen Gefühle. Die Kehrseite der Liebe, der Liebeskummer, sorgt auch

für klingelnde Kassen. Nicht nur beschäftigt er die Schokoladenindustrie, auch der Buchhandel und die Psychologen können ihre Dienste anbieten. Vielleicht könnte man bei so viel Wirtschaftsförderung über einen Steuerfreibetrag für Verliebte nachdenken? Einen Namen hätte ich schon: die „Valentinspauschale“.

Eine frühere Umfrage ergab folgende Hitliste: Bei 36 % stand eine Einladung zum Abendessen ganz oben, 17 % wollten Blumen schenken – die Geleeherzen dagegen hatten nur zwei Prozent auf der Liste.

Damit wird der Tag der Herzen dann ganz handfest zum Wirtschaftsfaktor: Am Valentinstag werden in Schweden über vier Millionen Rosen verkauft. Vor allem dunkelrote Rosen sind gefragt. Da die Nachfrage nach Rosen aber an diesem Tag größer ist als das Angebot, werden auch viele dunkelrote Tulpen und Nelken verkauft.

Ganz anders als in Deutschland ist der Alla Hjärtans Dag auch an so mancher schwedischen Schule ein Thema. Schulkinder feiern den Tag, indem sie Gleichaltrigen Blumen schenken. Die Farbe der Blüten hat unterschiedliche Bedeutungen: Eine rote Blume bedeutet normalerweise Liebe, eine weiße eher Freundschaft und eine rosa oder gelbe kann einfach Sympathie bedeuten – oder Interpretationsspielraum lassen.

### Schweden ist Single-Europameister

Was abertun, wenn man gar keinen Liebsten hat, dem man am 14. Februar seine Zuneigung versichern kann? Schweden hat mit rund 52 % den höchsten Anteil an Single-Haushalten in ganz Europa (2017); 40 % der Schweden sind Singles. Wenig überraschend sind Online-Dating und Dating-Apps auch in Schweden eine der häufigsten Möglichkeiten, in Kontakt zu kommen – vermutlich sogar die häufigste überhaupt. Es ist mittlerweile in allen Altersgruppen üblich, Mitglied auf einer Dating-Site zu sein, um andere Alleinstehende zu treffen. Dating-Sites werden nicht nur verwendet, um mit einem Liebes- oder Lebensgefährten anzubandeln, sondern auch um neue Freunde kennenzulernen. Dabei kann man nach



### Speeddating

Auf den Datingseiten gehen zahlreiche Nachrichten hin und her, entscheidend ist dann doch die erste, echte Begegnung. Schließlich braucht das Unterbewusste nur wenige Minuten, um zu entscheiden: Finde ich mein Gegenüber attraktiv oder nicht? Dieser schnellen intuitiven Entscheidung trägt eine neuere Mode der Partnersuche Rechnung: das Speeddating. Zu so einem Abend können sich eine bestimmte Anzahl von Männern und Frauen anmelden, die sich dann rotierend nacheinander kennenlernen und zwar in nur sieben Minuten. Danach macht man ein Kreuzchen, ob man denjenigen wieder treffen möchte. In Schweden erfreut sich das Format wachsender Beliebtheit und hat so neue Unternehmen geschaffen. Firmen wie speed8.se organisieren die Abende professionell. Für gut 30 Euro können Singles sich einbuchen – übrigens gestaffelt nach Altersgruppen.



Die Liebe ist ein unerschöpfliches Thema – natürlich auch im schwedischen TV. Diese schönen Menschen probieren im TV Format „Gift vid första ögonkastet“ eine gelungene Ehe „vom Fleck weg“...

A STAR ALLIANCE MEMBER

**SAS**  
Scandinavian Airlines

**SOME SEE A FAIRY TALE DESTINATION  
OTHERS SEE CONTRACTS  
WAITING TO BE WRITTEN**

SOFORTIGE ERMÄSSIGUNG – EIN EINFACHES PROGRAMM

**SAS FOR BUSINESS**  
www.flysas.de

# Die Berater der Schwedischen Handelskammer



## UNTERNEHMENSBERATUNG



## STEUERBERATUNG & WIRTSCHAFTSPRÜFUNG



## RECHT



## RECHT



## FINANZEN & VERSICHERUNGEN



## PERSONAL & HUMAN RESSOURCES

**SMART @ SOLUTIONS**

Sven Sahlberg  
Hamburg  
smartsolutions.com

**KRISTINA | JOHANSSON**  
STEUERBERATER

Kristina Johansson  
Ostfildern  
steuerberatung-johansson.com

**GHK**

Hans Joachim Herrmann  
Bad Oldesloe  
kanzlei-ghk.de

**legalpartner.berlin**

Dr. Truls Hebrant, Jürgen Busch,  
Dr. Jan-Valentin Deichsel  
Berlin, Jork  
legalpartner.berlin

**mcf**  
CORPORATE FINANCE  
We invest in relationships

Stefan Edlich  
Hamburg  
mfccorpfin.com

**Mercuri Urval**

Thomas Streveld  
Wiesbaden  
mercuriurval.com



## KOMMUNIKATION & MARKETING

**SONNTAG & PARTNER**

Dr. Andreas Katzer  
Augsburg  
sonntag-partner.de

**GÖRLER UND PARTNER**  
Wirtschaftsprüfer Steuerberater Rechtsanwalt

Andreas Ortlepp, LL.M.  
Düsseldorf  
goerler-partner.de

**Linklaters**

Dr. Thomas Nießen,  
Jenny Nyberg  
Düsseldorf  
linklaters.de

**finanzierung select**

Frank Kasch  
Berlin  
finanzierung-select.de

**rc RYBERG CONSULTING**  
... makes companies better!

Thomas Ryberg  
Bundesweit  
ryberg-consulting.com

**EHRENBERG SØRENSEN**  
KOMMUNIKATION

Magnus Ehrenberg  
Hamburg, Stockholm, Malmö  
ehrenbergsoerensen.de

**UHY Deutschland AG**  
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Dr. Ulla Peters  
Berlin  
www.uhydeutschland.de

**HEUSSEN**

Karl Woschnagg  
Frankfurt am Main  
www.heussen-law.de

**WERNER, LUGER & PARTNER**  
RECHTSANWÄLTE · ADVOKATER  
MÜNCHEN · STOCKHOLM

www.wernerlaw.de

Dr. Klaus Werner  
München  
wernerlaw.de



Das hochkarätig besetzte Plenum: Anna Jaspers-Marten (Vattenfall, Moderation), Laure Berment (To Good To Go), Michael Mette (IKEA), Caroline Babendererde (Tetra Pak), Salman Tanzeem (Wasa) und Hendrik Heuermann (H&M)



Jahresauftakt 2020

# NACHHALTIG KONSUMIEREN



VON KERSTIN NORDSTRÖM

Der diesjährige Jahresauftakt fand im Felloshus der Nordischen Botschaften in Berlin statt. Der Tag begann mit dem jährlichen Impulstag, der exklusiv für Mitglieder als offenes Gesprächsforum dient, in dem Mitglieder konkrete Ideen untereinander diskutieren und in die tägliche Arbeit der Kammer einbringen können.

Nach der Präsentation der Ergebnisse des Impulstags ging es weiter mit der Podiumsdiskussion zum Thema „Nachhaltig konsumieren: Best Practices schwedischer B2C-Unternehmen“.

„Der Klimawandel ist eine Tatsache“ eröffnete die Moderatorin Anna Jasper-Martens von Vattenfall Europe Windkraft GmbH den Jahresauftakt.

Im Impulsvortrag brachte Dr. Markus Groth des Climate Service

Center Germany die Gäste auf einen gemeinsamen Nenner und zeigte dramatische Statistiken. Es gehe vor allem darum, dass Klimaschutz nichts Abstraktes ist, sondern dass auch Bestrebungen auf globaler Ebene lokal sichtbare, messbare und spürbare Auswirkungen haben. Sein Appell lautete eindeutig: Wir müssen jetzt handeln! Wir müssen jetzt Emissionen reduzieren, um die Klimaerwärmung zu verlangsamen. Dem gegenüber zeigte er auch die gute Nachricht auf: es sei machbar, und zwar sowohl finanziell als auch technologisch. Zentral dabei ist es, die Wirtschaft mit einzubeziehen. Somit war die Brücke zur Podiumsdiskussion geschlagen, welche mit hochrangigen Nachhaltigkeitsvertretern von namhaften schwedischen Unternehmen besetzt war:



Koch Automobile präsentierte einen Volvo XC 40



Laure Berment, engagiert gegen Lebensmittelverschwendung



Jascha Aust präsentiert Workshop-Ergebnisse



Maria Wolleh (kallan) in der Diskussion beim Impulstag



Workshop zum Thema „Blick hinter die Kulissen“



„Region rocks“ hieß die Arbeitsgruppe von Oliver Cleblad



Detlef Joehnk (SEB) mit Christian Liste (Julius Bär)



Hendrik Heuermann, H&M



Lisa Tullus (Business Sweden) und Helen Hoffmann (Schwedische Handelskammer)



Bettina Pelikan (Handelsbanken) war eine der vier Moderatorinnen des Impulstags.

Hendrik Heuermann, Sustainability Manager Germany bei H&M, nannte mehrere innovative Ansätze des Unternehmens, beispielsweise aus unkonventionellen Rohstoffen eine Grundlage für Textilien zu schaffen. Eine der großen Herausforderungen sei, meinte er, dass das Tempo mit welchem Probleme wachsen nicht mit dem Tempo übereinstimme, mit welchem Lösungen gefunden würden.

Die Marke Wasa sei bereits heute eine klimaneutrale Lebensmittelmarke und benutzt zu 100% erneuerbare Energien für ihre Produktion. Im Moment liege das Augenmerk auf der effizienteren Gestaltung der Transportwege, und dem Versuch weitere Teile der Logistik auf die Schiene zu bringen, so Salman Tanzeem, Marketing Manager Bakery Central Europe bei Wasa Deutschland.

Auch bei TetraPak werde die ganze Wertschöpfungskette betrachtet, wobei der Schutz und die Sicherheit von Lebensmitteln als oberste Priorität gesehen werden. Caroline Babendererde, Sustainability Manager Mid Europe bei TetraPak, zitierte dann auch den Unternehmensgründer Rausing: „Eine Verpackung sollte mehr sparen als sie kostet“, und in der heutigen Zeit sei die Reduzierung von Lebensmittelverschwendung essenziell.

Um ökonomische, ökologische und soziale Nachhaltigkeit und um nachhaltiges Leben geht es bei IKEA, und wie dieser Lebensstil den Menschen nähergebracht werden kann. Einerseits durch neue Konzepte, beispielsweise der „Zweiten Chance“, wo Secondhandmöbel in den IKEA-Einrichtungshäusern in der Fundgrube verkauft werden, oder aber in der Schaffung von innovativen und

mitdenkenden Produkten. Der Konzern ist heute schon energie-neutral, und bis 2030 möchte man sogar klimapositiv sein, so Michael Mette, stellv. Geschäftsführer IKEA Deutschland. Auch die langjährige Kooperation mit gemeinnützigen Organisationen sei ein wichtiger Aspekt der respektvollen Nachhaltigkeitsarbeit. Laure Berment, Geschäftsführerin von Too Good To Go Deutschland, bezeichnete ihr Unternehmen als „Bewegung“, – mit dem obersten Ziel, die Lebensmittelverschwendung zu reduzieren. Erschreckend der Hintergrund: rund ein Drittel aller weltweit produzierten Lebensmittel landen im Müll. Die App, welche zurzeit 19 Millionen Nutzer hat, rettet eine Mahlzeit pro Sekunde, und Berment hofft, die Anzahl der User zu vergrößern. Auch die Kooperation mit anderen Playern der Branche, u.a. mit der Kampagne „oft länger gut“ sei ein wichtiges Werkzeug. Einig waren sich in der Schlussrunde alle Panellisten, dass schwedische bzw. skandinavische Unternehmen schon lange mit Nachhaltigkeitskonzepten arbeiten, dies aber nicht so stark nach Außen kehren, da ein respektvoller Umgang mit Ressourcen eine Selbstverständlichkeit ist und zwar schon lange. Die momentane Popularität des Themas sei aber durchaus positiv, denn jede

Bestrebung sei wichtig und nur gemeinsam seien die Herausforderungen zu meistern. Nach der inspirierenden Podiumsdiskussion präsentierte Katarina Thorstensson, Head of Sustainability bei Göteborg & Co., die neue Partnerschaft zwischen der Schwedischen Handelskammer und der Stadt Göteborg. Erst im vergangenen Jahr wurde Göteborg erneut als „World’s Most Sustainable City“ und in diesem Jahr als „European Capital of Smart Tourism“ ausgezeichnet. Deshalb hätte die Schwedische Handelskammer eine sehr „smarte“ Entscheidung getroffen, die Städtepartnerschaft mit Göteborg einzugehen, so Thorstensson. Anschließend eröffnete der schwedische Botschafter Per Thöresson die Ausstellung „Herausforderungen annehmen – Schweden und die Agenda 2030“. Auch das Buffet, welches am Ende der Veranstaltung eröffnet wurde, stand ganz unter dem Thema Nachhaltigkeit und wurde von IKEA gesponsert. Auf klimanegative Komponenten wie Rind- und Schweinefleisch wurde verzichtet, viele Gerichte wurden vegetarisch und vegan gehalten und Lebensmittel mit nachhaltigen Zertifizierungen wurden verwendet.



Dr. Markus Groth erläuterte die aktuelle Forschung zum Klimawandel



Caroline Babendererde (Tetra Pak) im Gespräch mit Laure Berment (Too good to go)



JCCLerin Henrike Hedel moderierte die Gruppe, die über „Neue Formate“ brainstormte

Bis 30. April

## IHR UNTERNEHMEN HAT SCHWEDISCHE WURZELN, IST IN DEUTSCHLAND ERFOLGREICH UND SEIT MINDESTENS DREI JAHREN AM MARKT?



Dann sind Sie ein aussichtsreicher Kandidat für den Schwedischen Unternehmenspreis 2020!

Der Schwedische Unternehmenspreis wird seit 2003 von der Schwedischen Handelskammer und Business Sweden in Zusammenarbeit mit der Schwedischen Botschaft vergeben. Die Preisverleihung erfolgt im November auf einer großen Gala-Veranstaltung, die zahlreiche Entscheidungsträger der deutsch-schwedischen Wirtschaft versammelt und als Höhepunkt des Kammerjahres gilt. Der Preis wird in drei Kategorien vergeben: **Großunternehmen, mittelständische Unternehmen** und **Newcomer** auf dem deutschen Markt.

Sehen auch Sie Ihr Unternehmen als ein Beispiel erfolgreichen schwedischen Wirkens in Deutschland? **Dann bewerben Sie sich bis zum 30. April** und nehmen Sie vielleicht schon im November auf der Gala in Hamburg ihre Trophäe entgegen!

Erstmals wird der Preis auch in der Sonderkategorie **„Investitionen“** vergeben. In dieser Kategorie werden deutsche Firmen, die in Schweden investiert haben, ausgezeichnet. Weitere Informationen finden Sie unter: [schwedenkammer.de/unternehmenspreis](https://www.schwedenkammer.de/unternehmenspreis)

## Lucia Opening Party Mit Brot, Salz und Lucia: Einweihung der neuen Geschäftsstelle

Mit einem traditionellen Lucia-Fest hat die Schwedische Handelskammer zusammen mit ihrem Fördermitglied Kinnarps Mitte Dezember ihren Einzug in den gemeinsamen Co-Lab-Space in Hamburg-Hammerbrook gefeiert. Über 100 Gäste waren gekommen, um den Einzug der Kammer mit einem Luciafest zu feiern. Auch Per Thöresson, Botschafter Schwedens in Deutschland, und Thomas Ryberg, Präsident der Schwedischen Handelskammer, waren der Einladung zur Lucia Opening Party gefolgt. David Wiechmann, Director Communication + Marketing bei Kinnarps und Vorstandsmitglied der Kammer, hieß die Geschäftsstelle mit dem traditionellen Einzugsgeschenk Brot und Salz willkommen. Die Schwedische Handelskammer hatte ihr 60jähriges Jubiläum zum Anlass genommen, in die Hansestadt zu ziehen, der Schweden seit jeher eng verbundenen ist. „Viele Mitglieder der Kammer sind in Hamburg ansässig oder wählen die Stadt als Ausgangspunkt für ihr Engagement auf dem deutschen Markt“, erläuterte Thomas Ryberg die Entscheidung. „Auch die gute Anbindung an die Hauptstadt Berlin erleichtert die Zusammenarbeit im Team Schweden, ergänzte Ryberg. Im Rahmen einer Kooperation mit dem Kammermitglied Kinnarps auf der Hannover Messe 2019 wurde die Idee geboren, den bestehenden Kinnarps-Showroom in Hammerbrook zu einem gemeinsamen Sweden Co-Lab auszubauen. Da Kinnarps als Europas größter Büromöbelhersteller nicht nur Möbel produziert, sondern auch Unternehmen in ihrem Changeprozess zu New Work begleitet, wünschte man sich einen Standort, der die offene, gemeinschaftliche Art der Zusammenarbeit nach skandinavischem Vorbild widerspiegelt. „Ähnlich wie in einem Co-Working-Space erhoffen wir uns von dem gemeinsamen Co-Lab-Space Synergien. Durch Kollaboration und gemeinsame Veranstaltungen werden wir neue Erfolge für unsere Organisationen erzielen“, erläuterte



David Wiechmann. Er betonte, dass im Kinnarps Co-Lab-Space auch weitere Unternehmen willkommen sind, die eine skandinavisch geprägte Arbeitsweise bevorzugen. Das vierköpfige Team um Helen Hoffmann, Geschäftsstellenleiterin der Schwedenkammer, ist nun in die Räumlichkeiten eingezogen, die das Kinnarps Interior Design Team zum Co-Lab-Space umgestaltet hatte. „Wir arbeiten im schönsten Büro in Hamburg“, freute sich Helen Hoffmann. Die gemeinsame schwedische Fika, d.h. die traditionelle Kaffeepause, mit den Kinnarps-Kollegen ist bereits jetzt fester Bestandteil im Alltag des Co-Lab-Space.

## Partnerschaft mit Wirtschaftsförderung Frankfurt

Seit Ende letzten Jahres arbeitet die Regionalgruppe Rhein-Main mit der Wirtschaftsförderung Frankfurt zusammen. In bester Co-Lab-Manier unterstützen die beiden Partner sich gegenseitig beim Nordic Talking Event. Als Ansprechpartner für Fragen zur wirtschaftlichen Entwicklung in Frankfurt am Main passt die Wirtschaftsförderung gut zum Netzwerk der Regionalgruppe Rhein-Main. Gemeinsam mit Dr. Anna Stepanenko von der Wirtschaftsförderung stellte die Kammer im Dezember die neue Zusammenarbeit vor.



Hans v. Maltzahn, Brigitte Ellerbeck, Oliver Cleblad, Dr. Anna Stepanenko und Thomas Ryberg

## Neujahrsempfang Rhein-Ruhr



Der Neujahrsempfang der Regionalgruppe Rhein-Ruhr am 30.1. fand zum dritten Mal in den wunderbaren Showrooms von FLOKK in Düsseldorf statt. Das Jahresthema Nachhaltigkeit stand sowohl bei der Begrüßung durch Manja Schaufuß, Leiterin Key Account Management bei Flokk als auch beim Vortrag der Architektin Verena Hasiwicz von raum.atelier zum Thema „Phase 0 – Nachhaltigkeit in der Büroplanung“ im Fokus. Die gut 40 Teilnehmer tauschten sich anschließend in lockerer Atmosphäre zu aktuellen Wirtschaftsthemen aus.

## JMV in München



Die Schwedische Handelskammer trifft sich im Süden: am 15. Mai kommt das Netzwerk beim **Zukunftstag** und **Business Dinner** zusammen. Anneli Rhedin, Bürgermeisterin von Göteborg, hält hier die Key Note. Am 16. Mai findet das traditionelle

**Golfturnier** statt – Schnupperkurs für Neugolfer inklusive. Mitglieder, Interessenten und Freunde der Kammer sind herzlich willkommen. Zuvor treffen sich die Mitglieder der Kammer zur **Jahresmitgliederversammlung** – eine offizielle Einladung wird an alle Mitglieder elektronisch verschickt.

## Deutsche Botschafterin in Düsseldorf



Die deutsche Botschafterin in Stockholm, Dr. Anna Prinz, traf sich Ende Dezember zu einem Gespräch mit Olaf Reus, Mitglied der Geschäftsleitung von Ericsson und Vorstandsmitglied der Kammer, und Peter Marx, Schweden aktuell / Regionalgruppe Rhein-Ruhr. In den Geschäftsräumen von Ericsson ging es dabei insbesondere um die deutsch-schwedische Innovationspartnerschaft. Beide Länder arbeiten in zentralen Feldern wie Batterieforschung, eHealth und KI immer enger zusammen. Die Deutsche Botschaft möchte diesen Prozess aktiv unterstützen.

## Lucia bei Catella



Gut 50 Teilnehmer scheuten die frühe Stunde nicht und kamen am 13.12. um 7 Uhr morgens zum gemeinsamen Lucia-Event von Catella und der Schwedischen Handelskammer in Düsseldorf. Geschäftsführer Klaus Franken und Peter Marx

begrüßten die Gäste, die die morgendliche Lucia-Kerzen-Stimmung genossen und kräftig mitsangen. Bei einem schwedischen Frühstück konnte man dann in der Morgendämmerung den Blick über den Düsseldorfer Medienhafen und die Skyline genießen.

## Regionalgruppe Berlin Business Breakfast mit Nordschweden

Flächenmäßig so groß wie die Niederlande – allerdings mit mehr Tieren als Einwohnern: Das ist die Region Jämtland Härjedalen. Beim Swedish Business Breakfast im Dezember in Berlin waren Linda Wasell und Karin Gydemo, Repräsentantinnen für den internationalen Tourismus in der Region, zu Gast und sprachen darüber, wie Natur, Kultur und Gastronomie genutzt werden, um Schweden weltweit populär zu machen. Auch der Balanceakt zwischen steigenden Besucherzahlen und der Bewahrung der Landschaft waren Thema: Denn auch kommende Generationen sollen Jämtland Härjedalen genießen. Das Swedish Business Breakfast findet jeden Monat in Berlin statt. Wollen Sie, als Gast oder Kammermitglied, dabei sein? Melden Sie sich unter [berlin@schwedenkammer.de](mailto:berlin@schwedenkammer.de) !

## JCC Frankfurt – Lunchclub



Die JCCler in Frankfurt trafen sich vor Weihnachten erneut zum gemeinsamen Mittagessen. Beim JCC Lunchclub nutzen die Young Professionals in der Mainmetropole die Mittagspause zum geselligen Netzwerken. Seit

Herbst verstärkt Dominik Schmitt das Komitee Frankfurt. Alle zwei Monate wird der Lunchclub in wechselnden Frankfurter Restaurants stattfinden. Außerdem für 2020 geplant: Impulsvorträge, Unternehmensbesuche und ein Fokus auf die hessische Start-up-Szene.

## JCC-Brancheneinblick New Work: Julia Bardh, z.Zt. in Neuseeland

### „Meine treibende Kraft ist es, Geschichten zu erzählen“



Julia Bardh

**Wo bist Du zurzeit und was machst Du dort?**

Im Moment bin ich auf unbestimmte Zeit in Neuseeland unterwegs. Ich stille hier meine Sehnsucht nach Reisen und besänftige die Angst davor, in das Hamsterrad zu geraten und gleichzeitig kitzelte es mich einfach, so weit wie möglich von Schweden wegzufahren. Ich nutze die Gelegenheit, auf Bauernhöfen zu arbeiten und so viel wie möglich über die Landwirtschaft zu lernen, was ich immer schon mal wollte. Ich bin auch ein bisschen freiberuflich tätig, als Journalistin für das Magazin

#studietid des Studentenwerks der Universität Stockholm.

**Welche Stationen hattest Du vorher?**

Zuvor habe ich mir einen Kindheitstraum erfüllt und für ein Jahr als Postbotin bei PostNord gearbeitet. Davor habe ich Journalismus in Uppsala studiert und einige Zeit im schwedischen Rundfunk verbracht. Im Jahr zuvor war ich in Stockholm als Projektmanager für studentische Nachhaltigkeitstrainer tätig. Und davor habe ich ein Jahr in Deutschland mit Praxis und Sprachstudium verbracht – bei Internationella Skolorna und Schweden aktuell. Angefangen hat alles mit einem Studium der Umweltwissenschaften.

**Glaubst Du, dass diese Erfahrungen Deine weitere berufliche Karriere beeinflussen?**

Ja, wahrscheinlich, um ein wenig entspannt zu bleiben und meine Karriere

nicht so ernst zu nehmen. Ich denke, alles, was ich auf die eine oder andere Weise tue, wirkt sich auf die Entscheidungen aus, die ich für die Zukunft treffe. Ich bin nicht besonders daran interessiert, auf der Karriereleiter voranzukommen. Meine treibende Kraft ist es, Geschichten zu erzählen und einen Unterschied in der Welt zu machen, aber mit der Zeit und meiner Erfahrung habe ich auch erkannt, wie schwierig das ist. Ich versuche daher, die Arbeit nicht so ernst zu nehmen. Ich habe wahrscheinlich auch noch nicht den richtigen Job gefunden oder ihm genug Zeit gegeben. Bin etwas zu unruhig und neugierig auf andere Dinge. Früher oder später wird das Leben jedoch eine neue aufregende Richtung einschlagen, das tut es immer!

## JCC Mentorenprogramm 2020

### Bewerbung öffnet in Kürze



Nach dem großen Erfolg des Mentorenprogramms im letzten Jahr bietet die Schwedische Handelskammer auch 2020/21 Young Professionals die Chance, von der Erfahrung ausgewiesener Experten zu

profitieren. Die Bewerbung ist offen für alle bis 40 Jahre und öffnet im Februar.

In allen Regionen Deutschlands bietet die Handelskammer Nachwuchstalente die Möglichkeit, sich für einen Mentor zu bewerben. Das Mentorenprogramm eröffnet den Mentees die Chance, von den Besten zu lernen, um die Weichen für ihre Karriere zu stellen, ihr Wissen und ihre Fähigkeiten weiterzuentwickeln, um in der sich verändernden Berufswelt erfolgreich zu sein und ihr eigenes Netzwerk mit exklusiven Kontakten zu erweitern.

Die Mentoren sind allesamt Experten in ihrem Feld und blicken auf eine lange, erfolgreiche Berufslaufbahn in der deutsch-schwedischen Wirtschaft zurück. So wird die Weitergabe von Erfahrungen an die nachwachsende Generation schwedisch-

deutscher Führungskräfte gefördert und ein Prozess in Gang gesetzt, der beiden Seiten viel zu geben hat. Durch unser Matchingsystem wird ein Young Professional – ein Mentee – mit einem persönlichen Gesprächspartner – einem Mentoren – der dem Mentee in Fragen seiner Karriere- und Lebensplanung unterstützt, gematcht.

Die Bewerbung als Mentee für das Mentorenprogramm 2020/2021 öffnet im Februar. In den Social Media-Kanälen und auf [schwedenkammer.de](http://schwedenkammer.de) informiert die Kammer über die jeweiligen Mentoren:

- @SchwedischeHandelskammer
- @schwedenkammer
- @SvenskaHandelskammarenITyskland
- [schwedenkammer.de](http://schwedenkammer.de)

**Sie würden sich auch gerne als Mentor engagieren? Melden Sie sich unter [hoffmann@schwedenkammer.de](mailto:hoffmann@schwedenkammer.de). Wir freuen uns! Weitere Informationen finden Sie unter [www.schwedenkammer.de/de/junior-chamber-club/mentorenprogramm](http://www.schwedenkammer.de/de/junior-chamber-club/mentorenprogramm).**



### 3 MINUTEN MIT

**Peter Marx**

Nordis – Agentur für Kommunikation

## „Schweden natürlich!“

**Peter, du bist der Mann hinter *Schweden aktuell*. Wie kam es dazu und was hat sich verändert seit du damit begonnen hast?**

Ich habe Germanistik und Skandinavistik studiert und dann als Redakteur und Kommunikationsmann immer viel mit dem Norden zu tun gehabt, unter anderem als Geschäftsführer das Nordeuropamagazin Nordis mit entwickelt. Kammermitglied bin ich seit den 90er Jahren, und als dann 2009 ein Relaunch der *Schweden aktuell* anstand, passten diese Aufgabe und meine Erfahrung und Passion einfach sehr gut zueinander. Seitdem haben wir immer mal wieder das Layout verändert und viele Rubriken ausprobiert, denn jedes Magazin muss leben und sich entwickeln. Mich fasziniert übrigens immer wieder neu, wie vielfältig und erfolgreich die schwedische Wirtschaft ist. Die Themen gehen wahrlich nie aus!

**Alle zwei Monate flattert uns das Magazin ins Haus. Aber wie entsteht so eine *Schweden aktuell* eigentlich?**

Das ist eine sehr enge und inspirierende Zusammenarbeit zwischen der Geschäftsstelle und uns. Einmal im Jahr legen wir in einer ausführlichen Redaktionskonferenz den redaktionellen Fahrplan fest, dann gibt es Telefonkonferenzen zu jeder Ausgabe. Die Texte schreiben dann entweder freie Mitarbeiter, ich selbst, Berater und Kammermitglieder oder eben das Team in Hamburg. Nach dem Redak-

tionsschluss gibt es dann immer eine intensive Woche in engem Austausch mit unserer Grafikerin Anke – die übrigens in Berlin sitzt.

**Schreiben ist schön, aber singen ist schöner – du bist aktiver Chorsänger in deiner Freizeit. Was schätzt du an diesem Hobby besonders?**

Ja, ich singe in der Essener Kantorei, zuletzt Beethovens Missa Solemnis, aktuell Bach, demnächst Haydn – alles wunderbare Musik. Es ist einfach ein ultimativer Luxus, wenn man solche Werke einstudiert – und dabei ja ganz anders kennenlernt als beim bloßen Zuhören – und sie dann mit einem guten Orchester und tollen Solisten aufführt.

**Dein Interesse, vor allem dein sprachliches, gilt ja eigentlich Norwegen.**

**Nun Hand auf's Herz: Norwegen oder Schweden?**

Schweden natürlich! Im Ernst: ich habe im Studium den Schwerpunkt auf Norwegisch und Norwegen gelegt, dort hatten wir später dann auch Büros, wir haben sehr viel für den Norwegentourismus gearbeitet; schließlich zog sogar mein Bruder dorthin und das verbindet

natürlich. Aber erstens waren wir bei Nordis immer panskandinavisch und zweitens habe ich durch die Schwedische Handelskammer und natürlich die Arbeit mit dem Kammermagazin *Schweden* immer besser kennengelernt und wirklich sehr ins Herz geschlossen.

**Alter:** 54  
**Wurzeln:** Wesel am Niederrhein  
**In der Kammer seit:** Irgendwann in den 90ern  
**Liebt:** Die Vielfalt  
**Hasst:** Die Einfalt  
**Lieblingsort:** Weimar. Und Upperud am Dalslandkanal.



**Schirmherrin:**



Kronprinzessin Victoria von Schweden

**Fördermitglieder:**



**Handelsbanken**

## Impressum

**Herausgeber:**

Schwedische Handelskammer in der Bundesrepublik Deutschland e.V.  
 Sachsenstraße 6  
 20097 Hamburg  
 Tel.: 040-6558740

www.schwedenkammer.de

**V.i.S.d.P.:**

Thomas Ryberg, Präsident

**Titelbild:** Torben Geeck

**Koordination, Anzeigen, Produktion:**

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

## Kammerkalender 2020

**06. Februar**

Frankfurt: Nordic Talking

**11. Februar**

Dortmund: Besuch Europalager IKEA

**12. Februar**

JCC Berlin: After Work

**11. März**

Berlin: Swedish Business Breakfast

Nürnberg: Handelskammerdinner

**12. März**

Nürnberg: German-Swedish

Innovation Day

**24. März**

Hamburg: Aino und Kinnarps: Well-Being

at Work [OBS noch nicht freigegeben]

Düsseldorf: Business Frühstück bei Grohe

**8. April**

Berlin: Swedish Business Breakfast

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

### Ihr Kontakt in die Geschäftsstelle

Die Schwedische Handelskammer wird von der Geschäftsstelle in Hamburg aus geleitet. Hier sind wir Ihre Ansprechpartnerinnen für Fragen, Ideen und Anregungen. Melden Sie sich gern per Telefon, E-Mail oder Post bei uns!

**Helen Hoffmann**

Geschäftsstellenleitung  
 Tel.: 040-655874-15

hoffmann@schwedenkammer.de



**Kerstin Nordström**

Projektmanagement  
 Tel.: 040-655874-14

nordstroem@schwedenkammer.de



**Charlotte Roggenbuck**

Projektmanagement  
 Tel.: 040-6558740-13

roggenbuck@schwedenkammer.de



**Isabelle Westling**

Trainee  
 Tel.: 040-6558740-11

westling@schwedenkammer.de



Warum lange suchen, wenn Sie Ihre Zielgruppe direkt erreichen können? Auf unserem Stellenmarkt können Sie unkompliziert und kostenlos Jobangebote inserieren: [www.bit.ly/shkstellenmarkt](http://www.bit.ly/shkstellenmarkt)

### Nutzen Sie Schweden aktuell für Ihre Kommunikation!

Die „Schweden aktuell“ erscheint 6 Mal im Jahr. Dies sind die Schwerpunkte der kommenden Ausgabe 2/20: **Mobilität, Urbanisierung/Metropolisierung Schwedens**. Anzeigenschluss ist der **20.3.2020**. Die Mediadata mit Anzeigenpreisen und Terminen für 2020 finden Sie unter [www.schwedenkammer.de](http://www.schwedenkammer.de). Reservieren Sie jetzt Ihre Anzeigen unter 02054-9 38 54 17 oder [schwedenkammer@nordis.biz](mailto:schwedenkammer@nordis.biz).



# ZEIT, UMZUSCHALTEN.

ALLE PLUG-IN HYBRID MODELLE  
INKLUSIVE LADEBOX & INSTALLATION.

JETZT IM NEUEN VOLVO RECHARGE LEASING.<sup>1,2,3</sup>

[VOLVOCARS.DE/RECHARGE](https://volvocars.de/recharge)



Beispielabbildung eines Fahrzeuges der Baureihe, die Ausstattungsmerkmale des abgebildeten Fahrzeuges sind nicht Bestandteil des Angebots. Kraftstoffverbrauch Volvo V60 T6 TWIN ENGINE AWD MOMENTUM PRO Automatikgetriebe, Hubraum 1969, 186 kW Benzin-/65 kW Elektromotor (253 PS/87 PS), Kraftstoffverbrauch in l/100 km: 1,8, CO<sub>2</sub>-Emission in g/km: 42; Stromverbrauch in kWh/100 km: 16,5 (jeweils kombiniert, gem. vorgeschriebenen Messverfahren), CO<sub>2</sub>-Effizienzklasse: A+

<sup>1</sup>Ein Privat-Leasing-Angebot der Volvo Car Financial Services – ein Service der Santander Consumer Leasing GmbH (Leasinggeber), Santander-Platz 1, 41061 Mönchengladbach – für einen Volvo V60 T6 TWIN ENGINE AWD MOMENTUM PRO Automatikgetriebe, Hubraum 1969, 186 kW Benzin-/65 kW Elektromotor (253 PS/87 PS), Anschaffungspreis 48.149,73 Euro inkl. Ladebox und Installation (ggfs. Abschluss eines Energieversorgungsvertrags erforderlich), Leasing-Sonderzahlung 7.100,00 Euro, monatliche Leasingrate 399,00 Euro, Vertragslaufzeit 36 Monate, Laufleistung pro Jahr 10.000 km, Gesamtbetrag 21.464,00 Euro. Effektiver Jahreszins 3,93 %, fester Sollzins p. a. 3,86 %, repräsentatives Beispiel: Vorstehende Angaben stellen zugleich das <sup>2</sup>/<sub>3</sub> Beispiel gem. § 6a Abs. 4 PAngV dar. Anschaffungspreis zzgl. Überführungskosten und zzgl. Zulassungskosten. Gültig bis 31.03.2020. Das Angebot gilt ausschließlich für Privatkunden. Bonität vorausgesetzt.

Gewerbliche Kunden erhalten ein vergleichbares Angebot bei Ihrem Volvo Händler.

<sup>2</sup>Mehrkosten des Volvo Recharge Leasing (Leasing des Fahrzeugs inkl. Ladebox, Installation und Abonnement-Paket) im Vergleich zum alleinigen Leasing des Fahrzeugs unabhängig vom Fahrzeugmodell, bei einer Laufzeit von 36 Monaten, betragen monatlich 41,06 EUR.

<sup>3</sup>Abbildung zeigt ähnliche Ladebox. Dem Angebot zugrunde liegt eine Wallbox NewMotion Home Advanced View. Die maximale Ladekapazität der Ladebox hängt von verschiedenen Faktoren ab. Diese sind: lokale Regulierungen, Typ des Elektrofahrzeugs, Netzanschluss und der Stromverbrauch Ihres Gebäudes. In der Installation enthalten: Arbeit und Anreise, eine Ladebox für Wandmontage (Standardfarbe), bis zu 20 m Verkabelung entlang der Wand, bis zu drei Wanddurchbrüche, FI Schutzschalter, Anschluss und Inbetriebnahme der Ladebox, Ausfüllen und Übermitteln des Inbetriebnahme- und Abnahmeprotokolls, Anmeldung des Ladepunkts beim lokalen Netzbetreiber und Einweisung des Nutzers. Sonstige Mehrkosten werden separat koordiniert und abgerechnet. Erdarbeiten, Hausanschlusserweiterungen und Änderungen am Sicherungskasten sind nicht Bestandteil des Angebots. Nähere Informationen zum Abonnement-Paket unseres Partners NewMotion erhalten Sie unter [https://newmotion.com/de\\_DE/abonnements-and-services-de](https://newmotion.com/de_DE/abonnements-and-services-de)