

# SCHWEDEN aktuell



Schwedische  
Handelskammer  
*in der Bundesrepublik  
Deutschland*



Best Ager  
**50+**  
Der heimliche  
Wirtschaftsmotor



Alkoholkultur  
Warum die  
Schweden anders  
trinken

# Nett-working auf Schwedisch: Unsere Kammer-FIKA

An jedem  
1. Freitag  
im Monat!\*

An jedem ersten Freitag im Monat\* haben Sie die Möglichkeit, andere Mitglieder bei einer Tasse Kaffee zu treffen und das Neueste aus der Kammer zu erfahren. Mit Überraschungsgästen und Kaffeeklatsch in Kleingruppen im Breakout-Room.

Anmeldung über [www.schwedenkammer.de](http://www.schwedenkammer.de)  
Ihre Fikabox mit allem, was Sie für eine Fika brauchen,  
erhalten Sie gratis dazu.



## Die Kammer ist aktiv

Liebe Mitglieder und Freunde der Schwedischen Handelskammer,

ich gehöre dazu – ich bin ein **Best Ager**. Fragen Sie sich nun, was das bedeutet? Best Ager ist ein neuer Name für die ältere Generation, die heutzutage schon lange nicht mehr mit über 50 als abgeschrieben und gestrig gilt. Best Ager sind eine kaufkräftige Zielgruppe und erfahrene Arbeitnehmer, die teilweise sogar das Überleben von Unternehmen beeinflussen. Wie sich der Blick auf die Älteren in der Gesellschaft – besonders auch in Schweden – verändert hat, lesen Sie in dieser Ausgabe von Schweden Aktuell.

Midsommar und die traditionellen Krebsessen liegen hinter uns und haben in diesem Jahr durch die Pandemie bedingt größtenteils anders stattgefunden. Gemein wird ihnen jedoch der Alkohol gewesen sein, der bei schwedischen Festen – zusammen mit den zugehörigen Liedern – immer dazu gehört. Doch warum spielt der snaps in Schweden so eine zentrale Rolle, obwohl man ihn nur im staatlichen Monopolhandel kaufen kann? Diese Ausgabe begibt sich im Kulturschwerpunkt auf eine historische Entdeckungsreise in die schwedische **Alkoholkultur**.

In diesem Jahr werden wir uns nicht wie gewohnt alle im November bei der Gala zur Verleihung des Schwedischen Unternehmenspreis sehen können. Doch die Kammer ist trotzdem aktiv: In den letzten Monaten durften wir viele neue Mitgliedsfirmen willkommen heißen, haben in digitalen Formaten Mitgliederworkshops und Netzwerktreffen wie unsere beliebte virtuelle Fika abgehalten. Erstmals in unserer Geschichte haben wir **Hybridevents** veranstaltet, bei denen man sowohl in kleinen Gruppen vor Ort als auch online zugeschaltet teilnehmen konnte. Und auch wenn die Gala nicht stattfindet, haben wir im Team Sweden daran gearbeitet, einen **Swedish German Business Day** auf die Beine zu stellen. Das Programm, das normalerweise tagsüber im Vorfeld der Preisverleihung stattgefunden hätte, haben wir ins Digitale verlegt. Hochkarätige Redner und spannende Unternehmen erwarten Sie. Wenn das Infektionsgeschehen es zulässt, werden wir auch dieses Event hybrid gestalten mit mehreren regionalen Treffen. Bleiben Sie gespannt!

Ihr



Detlef Jöhnk

Vize-Präsident  
Senior Executive Family Office bei SEB



## Inhalt

- 4 **5 Fragen an...** Eva Eriksson, Seniorenverband SPF
- 5 **Heiter bis schwedisch, Kolumne Lundin**
- 6 **Kurznachrichten**
- 7 **Mitglied im Portrait** | Euroflorist
- 8 **Best Ager** | Der heimliche Wirtschaftsmotor
- 11 **Kammerkompetenz** | Johansson Steuerberatung
- 12 **Alkoholkultur** | Warum die Schweden anders trinken
- 16 **Interviews** | Magnus Ehrenberg und Gabi Garmsen
- 18 **Aus der Kammer**
- 21 **JCC**
- 22 **3 Minuten mit** | Thomas Mengelkoch
- 23 **Impressum** | Kammerkalender

# 5 FRAGEN AN...

Eva Eriksson, Vorsitzende des schwedischen Seniorenverbandes SPF

## „Die Organisation der Altenpflege muss sich ändern“



**Sie sind die Vorsitzende der SPF-Senioren. Was sind die Ziele Ihrer Organisation?**

Ja, ich bin seit unserem Kongress im Jahr 2017 Vorsitzende und wurde auf einem digitalen Kongress im Jahr 2020 wiedergewählt. Das Ziel von SPF Seniors ist es, die Interessen älterer Menschen zu nutzen und für sie zu arbeiten – wir sind die Stimme der Senioren. Wir versprechen, die engagierteste Seniorenorganisation zu sein.

**Die Coronapandemie hat Aufschluss über viele Schwächen in der schwedischen Altenpflege gegeben. Waren diese Schwächen für Sie überraschend?**

Insgesamt sind die Altenpflege und die medizinische Versorgung der Älteren in Schweden gut. Wir haben jedoch schon seit langer Zeit Mängel festgestellt und die Entscheidungsträger darauf hingewiesen. Daher sind sie weder für uns noch für andere, die mit Betreuung und Altenpflege arbeiten, eine Überraschung. Vor allem sind die Schwächen nichts Neues für alle Senioren, die irgendeine Form von Altenpflege oder Pflege brauchen, oder für ihre Verwandten und Freunde.

**Was wurde unternommen, um die Situation in der schwedischen Altenpflege zu verbessern?**

Die Kommunen haben allgemein mehr Ressourcen erhalten und es sind verschiedene Initiativen in der Altenpflege vorgesehen, z. B. eine Aufstockung des Personals und eine verbesserte Qua-

lität. Es wird daran gearbeitet, den Status und die Kompetenz der Assistenzkrankenschwestern zu verbessern, die die größte Gruppe von Mitarbeitern darstellen und denen die Senioren am meisten begegnen. Wir wollen auch daran arbeiten, Finanzierung, Personal, Kompetenz und Qualität langfristig zu sichern. Die Altenbetreuung enthält immer mehr Elemente der medizinischen Altenpflege, die ein medizinisches Management und eine Anleitung in der Nähe älterer Menschen sowie kontinuierliches Lernen durch das Personal erfordern. Dies erfordert, dass sich das Management und die Organisation der Pflege ändern.

**Was funktioniert gut für Senioren in Schweden?**

Schweden ist ein gutes Land, um hier alt zu werden. Der Großteil der sozialen Unterstützung funktioniert zufriedenstellend, insbesondere wenn man es mit der Situation von Senioren in anderen Ländern vergleicht. Die spezialisierte Krankenhaus- und Notfallversorgung sind von hoher Qualität.

**Wenn Sie drei Wünsche hätten, die von der schwedischen Regierung erfüllt würden, welche wären das?**

1. Erweitern Sie die Grundversorgung mit Spezialisten für die Situation und Krankheiten älterer Menschen.
2. Überprüfen und stärken Sie das Rentensystem.
3. Steigern Sie den Bau von Wohnungen, die für ältere Menschen geeignet sind.



### Altenpflege

*Schweden sind so an ihr unabhängiges Leben gewöhnt, dass es bei der Organisation der Altenpflege darum geht, die beste Lösung zu finden, um ein aktives Leben führen zu können. Die meisten Menschen entscheiden sich dafür, in ihrem eigenen Zuhause zu bleiben, wo sie Zugang zu öffentlicher Unterstützung erhalten, einschließlich der Lieferung von Mahlzeiten nach Hause, Hilfe beim Reinigen und Einkaufen, Transportservice sowie bei Bedarf Sozial- und Gesundheitsfürsorge. Sollte sich ihre Gesundheit mit dem Alter verschlechtern, gibt es auch spezielle Unterkünfte, die rund um die Uhr versorgt werden. Der größte Teil der Altenpflege wird von den Kommunen bereitgestellt, einige von privaten Betreibern. Die Lebenserwartung in Schweden liegt bei Frauen bei 83 Jahren und bei Männern bei 79 Jahren - nach Japan weltweit am höchsten.*

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:

### Lasst Blumen Schwedisch sprechen!



STRAUB  
DES MONATS

Kennen Sie die Sprache der Blumen? Lilien stehen z. B. für Stolz, Rosen für Liebe und Leidenschaft, Chrysanthemen für Treue, Astern für

Geduld oder Freesien für Unschuld. Egal, ob Sie Blumen an eine Geschäftskollegin, die Mama oder einen Freund verschicken, es ist also immer interessant zu

wissen, was denn eigentlich die verschiedenen Blumen bedeuten. Wenn Sie die Blumen mit unserem neuen Kammermitglied Euroflorist verschicken, sparen Sie nicht nur 10 %, sondern können sich sicher sein, dass die Blumen auf jeden Fall Schwedisch verstehen. Denn Europas größtes Blumenhändler-Versandnetzwerk hat seine Wurzeln und den Hauptsitz in Schweden. Lesen Sie mehr dazu auf Seite 7.



### Gewinnen Sie! E-Mail genügt!

Wenn Sie einen von drei Euroflorist-Vouchern im Wert von je 50 € gewinnen wollen, schicken Sie bis zum **27.11.20** eine E-Mail mit dem Stichwort „**Blumensprache**“ und Ihrer Adresse an [schwedenaktuell@nordis.biz](mailto:schwedenaktuell@nordis.biz). Über die Schwedenbilddbände aus dem Kuhnt-Verlag freuten sich Cornelia Ehrenberg (München), Arietta Sterner (Mettmann) und Marion Brachmann (Frankfurt).



## Best Ager, denk auch an die Jüngeren!

Sie sind im „besten Alter“, wollen noch „etwas reißen“ und werden umschwärmt von Marketingstrategen. Denn die Kaufkraft der über 50-Jährigen wächst seit Jahrzehnten. Wohnung oder Haus ist in der Regel abbezahlt, die Rente ist meistens gut und mit dem Ersparten lässt sich der eine oder andere Wunsch problemlos erfüllen. Noch nie hat es eine Generation von Älteren gegeben, der es so gut geht.

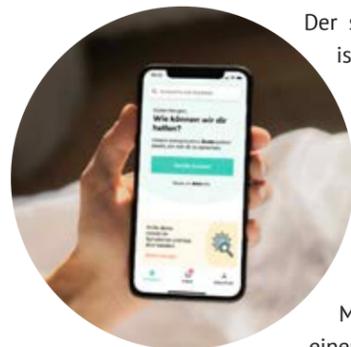
Nun funkt Corona dazwischen und macht einen Strich durch die Rechnung. Der Kontakt zu den Enkelkindern bricht ein. Kulturreisen werden storniert, Theaterabonnements nicht genutzt und Freunde nur noch im Freien besucht. Meine Frau, kurz vor dem Rentenalter, sagt: „Das habe ich mir anders vorgestellt.“

Es stimmt, Pläne werden über den Haufen geworfen und Erwartungen enttäuscht. Die meisten der „Silver Generation“, wie man sie auch nennt, werden es zumindest materiell verkraften. Allerdings geht es keineswegs allen so gut, wie es der schöne Begriff „Best Ager“ erscheinen lässt. Da gibt es die Alleinstehenden mit unterbrochener Erwerbsbiographie, die ohne Zuwendungen nicht zurechtkommen. Frauen, die sich um die Kinder gekümmert haben und jetzt Minirente beziehen. Oder Angestellte im Niedriglohnbereich, die nicht privat haben vorsorgen können. Lange nahm die Altersarmut ab. Seit einigen Jahren steigt sie aber wieder und betrifft inzwischen jeden siebten der über 65-Jährigen.

Aber da ist auch noch die jüngere Generation. Hier schlägt die Pandemie noch härter zu. In Schweden gibt es einen ungleichen Kampf um die Hochschulplätze. Für Jugendliche ohne Berufserfahrung schlagen die Türen zum Arbeitsmarkt knallhart zu. Ähnlich in Deutschland, wo tausende Unternehmen vor dem Aus stehen. Wenn vor kurzem händeringend nach Lehrlingen gesucht wurde, sind heute die freien Stellen zunehmend rar. Corona hat uns auch vor Augen geführt, wie miserabel der Zustand in vielen Schulen ist. Fenster lassen sich nicht öffnen, es gibt zu wenig Waschbecken und die Digitalisierung ist noch nicht angekommen. Als „Best Ager“ meine ich: Hier muss die Gesellschaft mehr leisten.

# NEUES AUS DER WIRTSCHAFT

## Kry: Video-Sprechstunden werden von allen Kassen erstattet



Der schwedische Telemedizin-Anbieter Kry ist seit August bei der Kassenärztlichen Bundesvereinigung (KBV) als Anbieter gemeldet, sodass die Kosten der Kry-Video-Sprechstunden von allen Krankenkassen in Deutschland übernommen werden. Mit der App von Kry können Patienten über ihr Smartphone oder Tablet innerhalb weniger Minuten eine Video-Sprechstunde mit einem Arzt aus Deutschland vereinbaren – von zu Hause, ohne Zeit im Wartezimmer zu verbringen. Im Anschluss an das Gespräch stellt der Arzt bei Bedarf eine Krankschreibung, ein Rezept oder eine Überweisung aus.

## Schweden schließt China vom 5G-Ausbau aus

Huawei, der größte Hersteller von Netzwerkausrüstung der Welt, und der ebenfalls chinesische Konzern ZTE werden nach einem Beschluss der schwedischen Telekommunikationsbehörde PTS vom schwedischen 5G-Netzausbau ausgeschlossen. Der Beschluss basiert auf der am Jahresanfang eingeführten Regelung, dass Netzausrüster zunächst von der Armee sowie von Sicherheitsbehörden geprüft werden müssen, bevor sie zum Einsatz kommen. Die Unternehmen müssten sicherstellen, dass das Netz nicht zum Schaden der Sicherheit Schwedens verwendet werde. Netzbetreiber, die sich in Schweden um 5G-Frequenzen bemühen, dürfen demzufolge keine Hardware von Huawei und ZTE verwenden.

Insbesondere Huawei hat in Europa viele Provider mit Infrastruktur für das bestehende 4G-Netz (LTE) beliefert. Profiteur der Anweisung könnte Ericsson sein. Auf dem Markt sind aber auch Nokia aus Finnland und Samsung aus Südkorea aktiv. Die Versteigerung zum schwedischen Netzausbau findet am 10. November statt. Frankreich, Belgien und Großbritannien haben ebenfalls Huawei beim 5G-Netzausbau ausgeschlossen. China reagierte mit der Androhung von Gegenmaßnahmen.

## Ermutigende Wirtschaftsdaten



Schwedens Chef-Epidemiologe Anders Tegnell

Die Entscheidung Schwedens, auf einen Lockdown zu verzichten, ist weltweit viel beachtet und aufgrund der vergleichsweise hohen Sterberate kontrovers diskutiert worden. Die Wirtschaft jedenfalls scheint von dem umstrittenen Sonderweg zu profitieren. Aufgrund der Abhängigkeit von internationalen Marktzusammenhängen hatte die Finanzministerin Magdalena Andersson im

Mai verkündigt, dass die schwedische Wirtschaft 2020 wohl um 7 % schrumpfen werde. Inzwischen deuten einige Zeichen darauf hin, dass es Schwedens Konjunktur tatsächlich etwas besser ergangen ist. Ein erstes Indiz liefert der Kurs der schwedischen Krone. Der hat sich gegenüber dem Euro gut geschlagen und notiert aktuell bei 0,0963 Euro; ein gutes Stück über dem Niveau zu Jahresbeginn – und das, obwohl der Euro selbst im laufenden Jahr zum Dollar stark zugelegt hat. Die Krone hat sich also nicht nur wegen eines schwachen Euros verteuert. Auch anderweitig deuten Prognosen an, dass sich Schwedens Konjunktur schneller vom Corona-Schock erholen wird als andere Volkswirtschaften. Die Regierung selbst ging zuletzt von einem BIP-Rückgang von 4,6 % aus und kündigte zudem an, die Wirtschaft mit einem Rekord-Haushalt zu stützen. Etwa zehn Milliarden Euro sollen der Wirtschaft über Steuerschnitte und Investitionen zugutekommen. Zwar brach auch das schwedische BIP im zweiten Quartal um nie da gewesene 8,2 % zum Vorjahresquartal ein, die deutsche allerdings schrumpfte im zweiten Quartal um 11,7 % im Vergleich zum Vorjahr. Ausgehend von diesen Daten und den Prognosen scheint es so, als ob Schwedens Sonderweg doch einige Prozentpunkte der Wirtschaftsleistung gerettet hat.

## Duni zeigt sich neu

Das Kammermitglied Duni präsentiert sich unter dem Dach der DUNI Group künftig mit den Marken Duni – Sustainable Goodfoodmood mit nachhaltigen Tischkonzepten und Ess- und Trinklösungen für Profis und Verbraucher sowie BioPak, das auf nachhaltige Lebensmittelverpackungen für die Gastronomie spezialisiert ist.

## EUROFLORIST

# Der größte Blumenvermittler Europas



*Euroflorist gilt mit mehr als 10.000 angeschlossenen Floristen als größtes Blumenvermittlungsnetzwerk Europas. Seit seiner Gründung vor mehr als 30 Jahren in Malmö hat Euroflorist weltweit über 41 Millionen Blumensträuße zugestellt. Wir sprachen mit CEO Per Lindsjö.*

**Was hat Ihr Unternehmen dazu bewogen, Mitglied bei der Schwedischen Handelskammer zu werden?**

Als in 1982 in Malmö gegründetes Unternehmen wollen wir einerseits neue und interessante Partner- und Freundschaften mit anderen schwedischen Unternehmen knüpfen. Andererseits hat Euroflorist 1984 bereits seinen ersten Strauß ins Ausland geliefert und somit einen Meilenstein im internationalen Blumenversand gelegt. Bald darauf konnten wir auch nach Europa und vor allem Deutschland expandieren. Derzeit können wir Ihren Blumengruß in mehr als 150 Ländern austragen.

**Wir befinden uns in etwas kuriosen Zeiten – haben Sie einen Unterschied erlebt, wie die Blumenindustrie während Corona wahrgenommen wird?**

Wir wurden uns definitiv wieder unseres Kernziels bewusst: Menschen einander näherbringen. Jeden Tag sehen und erleben wir, dass Blumen uns Unterstützung geben, wenn uns Schutzmaßnahmen und Distanz von Familie und Freunden fernhalten. Ich bin stolz darauf, in einem Unternehmen zu arbeiten, das dank der Leistung jedes einzelnen Mitarbeiters und Partnerfloristen diese Verbindung zu Ihren Liebsten gewährleisten kann.

Wir hatten als Unternehmen das große Glück, nicht allzu sehr von den Corona-Auswirkungen betroffen zu sein. Von diesem Glück wollten wir gerne einen Teil zurückgeben und haben an diversen europäischen Standorten 1 Euro pro Strauß an wichtige Organisationen gespendet, wie beispielsweise die Krankenhäuser in Frankreich oder die niederländische Stiftung für Senioren.

**Wie können andere Mitglieder der Schwedischen Handelskammer von Euroflorist profitieren?**

Als Mitglied der SHK haben Sie Zugang zu unserer personalisierten Euroflorist-Bestellplattform, bei der Sie direkt einen Preisnachlass von 10 % erhalten. Und um das Thema der aktuellen Ausgabe des Magazins aufzugreifen: Zu Ihrem Blumengruß können Sie auch Sekt und Wein dazu bestellen! Skål!

## Kammermitglieder und Privatpersonen sparen 10 %

Blumen fürs Büro? Oder als Dankeschön für Kunden und Mitarbeiter? Euroflorist deckt alle Bouquet-, Gesteck- und Geschenksetwünsche ab! Als Unternehmen können Sie sich bei Euroflorist für eine personalisierte Bestellplattform anmelden, bei der Sie als Mitglied der Schwedischen Handelskammer einen Exklusivrabatt von 10 % auf all Ihre Bestellungen erhalten (mehr dazu weiter unten).



Doch auch als Privatperson können Sie direkt von Euroflorist profitieren. Mit dem Code **Euroflorist-SHK10** sparen Sie ebenfalls 10%! Wenn Sie ein Bouquet an Freunde oder Familie verschicken möchten, gehen Sie einfach auf unsere allgemeine Webseite euroflorist.de und lösen den Couponcode **EurofloristSHK10** für 10 % Rabatt ein.

**Und so melden Sie sich für Ihre personalisierte Blumenbestellplattform an:**

<p><b>Step 1</b></p>	<p><b>Step 2</b></p>	<p><b>Step 3</b></p>
<p>Kontaktieren Sie die Schwedische Handelskammer, um Ihre personalisierte Bestellplattform anzufordern. Ihre Vorteile:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Eingebundener 10% Exklusivrabatt</li> <li>• Einfacher Bestellprozess (auch Massenbestellungen)</li> <li>• Blumen-Abo für Bürodécoration auf Wunsch</li> </ul>	<p>Bestellen Sie Ihre Blumen über Ihre firmeneigene Bestellplattform und sparen Sie 10% bei jeder Bestellung</p>	<p>Machen Sie Ihren Mitarbeitern zum Geburtstag, Jubiläum und Weihnachten eine Freude oder schicken Sie einen Blumenstrauß an Ihre Geschäftspartner als Zeichen der Wertschätzung.</p>



Grenzlose Mode, Ahlens Modenkampagne aus dem Jahr 2016

# 50+

## Der heimliche Wirtschaftsmotor

VON ALEXANDER ROTH

**D**er alte Mensch als schwache, einsame Person, die fast nie das Haus verlässt und Pfandflaschen sammelt, um zu überleben – dieses Klischee könnte nicht ferner der Realität sein. Zumindest gilt das für die 3,5 Millionen Schweden, die mit über 50 als alt gelten. Oder galten – denn in den letzten Jahrzehnten hat sich das Ältersein gewandelt und eine neue Zielgruppe ist entstanden. Sie hat viele Namen: Best Ager, Silver Ager, das Graue Gold, Silver Surfer. Doch der Fokus dieser Bezeichnungen liegt auf dem gleichen Merkmal: Die besten Jahre fangen jetzt erst an. Die Älteren sind aktiver denn je, Gesundheit und Fitness bleiben viel länger erhalten und die neuen Sprichwörter lauten: „50 ist das neue 30“ und „70 ist das neue 50“.

Diese Best Ager sind Menschen mit viel Freizeit: Die Kinder haben (hoffentlich) das Nest verlassen und nach vielen Jahren Arbeit hat man vielleicht auch eine komfortable finanzielle Situation erreicht. Sie besitzen in Schweden 70 % der persönlichen Vermögen. Außerdem sind die Best Ager gesund. Laut Sifo, dem größten Marktforschungsinstitut Schwedens, erfreuen sich 54 % der Personen zwischen 56-79 bester Gesundheit. Die Jüngeren schneiden da schlechter ab, von den 35- bis 55-Jährigen sind nur 46 % so gesund.

Gesund, frei, reich – Best Ager sind die Kaufkraft Schwedens. Der Mehrheit geht es ökonomisch besser im Alter. Laut einer Untersuchung der schwedischen Statistikbehörde hatten 57 % der Rentner eine bessere persönliche Finanzlage als in der Zeit ihrer Berufstätigkeit. Dass dieses Geld nur gespart wird, ist ein Trugschluss. Oft haben die Eltern der heutigen Best Ager für sie

vorgesorgt und gespart. Manche führen diese Tradition für die eigenen Kinder fort, viele aber wollen im Hier und Jetzt leben – und geben das Gesparte aus. Die schwedische Vernunftstradition, der Kern des schwedischen folkhemmet („Volkshem“), mit ihrer Betonung des rationalen Lebensstils wird abgelöst durch den Wunsch nach aufregenden Erlebnissen, die auch etwas kosten dürfen.

### Viel Geld für Reisen und Erlebnisse

Hoch im Kurs steht deshalb das Reisen bei den Best Agern. Eine (vor Corona durchgeführte) Untersuchung des Instituts Smart Senior zeigt, dass die Senioren allein innerhalb des vorletzten Jahres ihre Reiseausgaben von 7 Milliarden auf 8,6 Milliarden Euro gesteigert haben. Mehr als ein Drittel gibt an, dass sie mehr Geld für Reisen ausgeben, 40 % reisen zwei- oder dreimal im Jahr ins Ausland. „Die Senioren Schwedens reisen mehr denn je und es erhöht sich jedes Jahr. Unsere Untersuchung zeigt, dass die Senioren – die kaufkräftigste Gruppe Schwedens – Erlebnisse und Reisen lieben. Sie haben Zeit, die Reisegewohnheit und die ökonomischen Voraussetzungen dafür“, sagt Mathias Lang, Geschäftsführer bei Smart Senior.

Doch nicht nur der Tourismus, auch die Kulturbranche profitiert von den aktiven Alten. Sie besuchen, Theater, Kino und Oper. Ein Drittel der schwedischen Theaterbesucher gehört zu den Best Agern und 85 % lesen jeden Tag eine Zeitung in der Papierform. Folglich versuchen viele Unternehmen, die Generation 50+ als Kunden zu gewinnen. Denn die Best Ager bleiben oft einer Firma



Typische Lebensstufendarstellung aus dem 19. Jahrhundert. Das heutige Lebensgefühl gewinnt dem Alter höhere Qualitäten ab.

Bewusstsein vieler Medienschaffenden zu beherrschen. Die Lebensstufen waren ein verbreitetes Bildmotiv vom 17. bis 19. Jahrhundert, das den Verlauf des menschlichen Lebens bildhaft darstellte. Das Motiv ist ein Auf und Ab als Treppensteigen: Bis 50 Jahre steigt die Treppe und ab 50 Jahre senkt sie sich immer schneller ab. Das Alter ab 50 wird also wie ein Verfall dargestellt. Mit der Wirklichkeit hat die Lebensstufen nicht mehr viel zu tun. Studien zeigen, dass wir ab 50 oft ein höheres Engagement im Job sehen, ein gesteigertes Gefühl von Teilhabe, weniger Stress und mehr Gelassenheit und weniger Arbeitsausfälle wegen Krankheit. 80 % der Best Ager sind hoch motiviert, im Vergleich zu 67 % der 25-Jährigen. Wissenschaftler an der Internationalen Hochschule in Jönköping haben elf Jahre lang

oder Marke treu und folgen nicht jedem Marketingtrend. Das große schwedische Kaufhaus Åhléns sprach in seiner Werbekampagne „Gränslös“ (grenzenlos) die Zielgruppe direkt an und setzte nur ältere Models ein. Die Botschaft der Kampagne war deutlich: Mode ist jenseits vermeintlicher Normen und Regeln für alle Altersgruppen da.

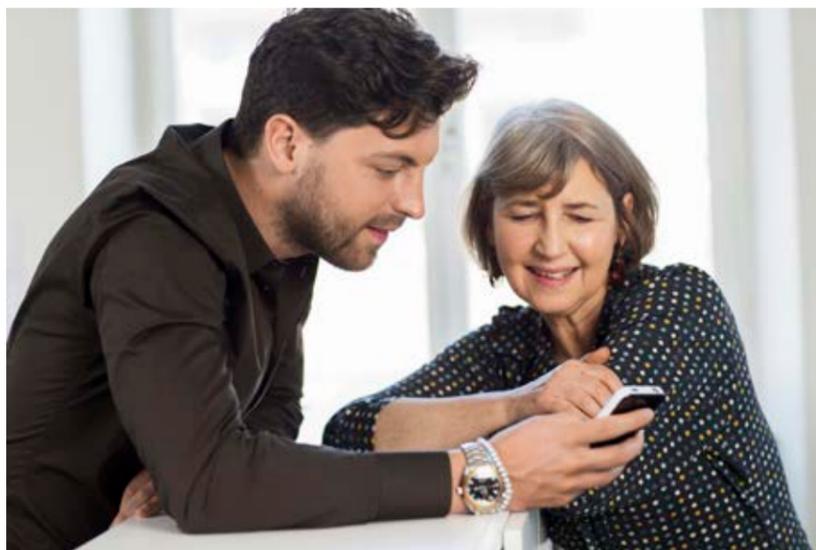
### Unternehmen brauchen die „Alten“

Auch der Arbeitsmarkt verändert sich durch die Best Ager. Als 1913 die schwedische „Volkspension“ eingeführt wurde, lag die durchschnittliche Lebenserwartung bei 60 Jahren und das Pensionsalter bei 67. Heute leben die Schweden durchschnittlich bis zu 23 Jahre länger. Die Bevölkerungspyramide ist keine Pyramide mehr, sondern ein Turm. Die Statistikbehörde SCB prognostiziert, dass im Jahr 2070 die durchschnittliche Lebenserwartung für Frauen in Schweden 89,3 Jahre betragen wird, eine Steigerung um 5,2 Jahre, und für Männer 87,3, das sind 6,6 Jahre mehr als heute.

Vor dem Hintergrund dieser Entwicklung prognostizierte der frühere schwedische Ministerpräsident Fredrik Reinfeldt, dass die Schweden in Zukunft bis zum 75. Lebensjahr arbeiten müssen. Doch als älterer Mensch einen Job zu finden, ist oft schwierig. In Schweden dominiert die Jugendkultur. Über 50-Jährige sind selten in den Medien vertreten und wenn, dann nur als zwei Extreme porträtiert: entweder ein kraftloser, fragiler Mensch oder ein Marathonläufer. Das alte Bild der Lebensstufen scheint noch das

350.000 Firmen im Hinblick auf das Alter des Personals untersucht. „Es gibt vermutlich einen ergänzenden Effekt, der positiv für die Unternehmer ist, die die älteren Personen anstellen. Die Jüngeren bringen zum Beispiel Energie, Risikowillen und Ideen mit, während die Älteren Erfahrungen, Fähigkeiten und Kontakte einbringen. Die verschiedenen Altersgruppen ergänzen einander“, sagt Mikaela Backmann, Forscherin an der Internationalen Handelshochschule in Jönköping.

Das Fazit: Firmen mit älteren Angestellten überleben Krisen eher. Es zeigt sich also: Unternehmen, die verkaufen wollen und erfolgreiche Teams brauchen, müssen ihre Sichtweise aufs Alter ändern. Denn die Best Ager gehören noch lange nicht zum alten Eisen.



Ältere Angestellte unterstützen die Unternehmen besonders durch ihre Erfahrungen, Fähigkeiten und Kontakte.

### Neue Gesetzeslage

## „Wegen Steuervorteilen auf E-Mobilität umsteigen?“

Der Dienstwagen ist und bleibt ein wichtiges Thema im Steuerrecht, da es sowohl Arbeitnehmer als auch Unternehmer betrifft. Arbeitnehmer, die einen Dienstwagen vom Arbeitgeber gestellt bekommen, und Unternehmer, die ihr Fahrzeug dem Betrieb zugeordnet haben und das Fahrzeug auch privat nutzen, müssen diese private Nutzung versteuern. Wer kein Fahrtenbuch führt, muss die private Nutzung grundsätzlich mit einem Prozent des Bruttolistenpreises versteuern.

Seit dem 01.01.2020 gibt es eine Gesetzesänderung, die den Umstieg auf E-Mobilität noch attraktiver macht. Bei der Privatnutzung von reinen Elektroautos mit einem Bruttolistenpreis bis zu 60.000 Euro müssen nur 0,25 % des Bruttolistenpreises pro Monat versteuert werden. Für Hybridfahrzeuge, die bestimmte Voraussetzungen erfüllen, und für reine Elektroautos mit einem Bruttolistenpreis über 60.000 Euro müssen 0,5 % des Bruttolistenpreises als private Nutzung angesetzt werden. Diese Neuregelungen gelten für Erstzulassungen vom 01. Januar 2019 bis zum 31. Dezember 2030.

Um die Elektromobilität noch mehr zu fördern, hat die Bundesregierung weitere Steuervorteile geschaffen. Wer zum Beispiel bis zum 31.12.2030 ein reines E-Fahrzeug zulässt, muss zehn Jahre keine Kfz-Steuer bezahlen. Käufer eines E-Autos können des Weiteren von Prämien des Bundes und der Hersteller in Höhe von bis zu 9.000 Euro profitieren, wenn die Anschaffung bis zum 31.12.2021 getätigt wird. Eine weitere Förderung betrifft ab 2020 die Abschreibung der Elektroautos. Im Jahr der Anschaffung kann eine Sonderabschreibung von 50 %, zusätzlich zur regulären Abschreibung, vorgenommen werden. Wer der Umwelt und seiner Gesundheit noch mehr Gutes tun möchte, der kann auch auf ein Dienststrad umsteigen. Einige Arbeitgeber stellen ihren Angestellten Dienstfahräder zur Verfügung, die diese dann häufig beruflich und privat fahren. Auch für E-Bikes und Pedelecs gewährt der Gesetzgeber Steuervorteile, damit Unternehmer und Mitarbeiter auf umweltfreundliche Verkehrsmittel umsteigen. Die private Nutzung ist hier sogar teilweise steuerfrei. Immer mehr Kommunen planen Fördertöpfe für das E-Bike. Es empfiehlt sich, vor dem Kauf nach solchen Programmen zu fragen. Schon jetzt werden E-Lastenräder für den Waren- oder Personentransport in manchen Städten mit bis zu 3.000 Euro bezuschusst.

Der Zeitpunkt um auf E-Mobilität umzusteigen ist so günstig wie nie zuvor.



Kristina Johansson  
Wirtschaftsprüfer/Steuerberater



Jessica Johansson  
Steuerberater

Johansson Steuerberatung  
Ostfildern  
+49 (0) 711 451 457 0  
[www.johansson-steuerberatung.com](http://www.johansson-steuerberatung.com)

In unserer Rubrik  
„Kammerkompetenz“  
schreiben Mitglieder  
der Beratergruppen  
über aktuelle Fragen  
aus Wirtschaft und Recht.

# Warum die Schweden anders trinken

VON ALEXANDER ROTH



„Scheint das Grab Dir tief und dumpf sein Druck: Alavott, so nimm noch einen Schluck und noch einen hinterher und rasch noch zweie, dreie mehr, dann stirbt sich's nicht so schwer“. Diesen Rat gibt der schwedische Nationaldichter Carl Michael Bellman in Fredmans Epistel, einem seiner populärsten Werke. Ausgerechnet durch den Mund des versoffenen Hofuhrmachers Fredman porträtiert Bellman das Stockholm des späten 18. Jahrhunderts. Es ist nicht zu bestreiten: Der Alkohol hat einen prominenten Platz in der schwedischen Kultur.

Am Feiertag ist der Schnaps am Esstisch so wichtig wie der Hering oder die Krebse, und sobald die Schweden ihre Heimat verlassen, sprechen viele dem Alkohol im Übermaß zu. Halbwüchsige Schüler reisen nach Dänemark, mit der Fähre nach Helsingör oder über die Öresundbrücke nach Kopenhagen, um betrunken zu werden. Die Studenten in Südschweden leihen LKWs, fahren durch Dänemark nach Deutschland und füllen ihre Wagen mit Bier und Spirituosen. Auf Mallorca, Ibiza und Rhodos sind die vergnügt trinkenden Schweden immer ein Teil der Szenerie.

## Die große Mehrheit der Schweden findet, dass das Monopol notwendig ist.

Doch sind die Schweden wirklich ein Volk hemmungsloser Säuer? Oder sind die Exzesse Folge der staatlichen Alkoholpolitik Schwedens, die sich deutlich von der anderer europäischer Länder unterscheidet? Im „Verbotsschweden“, so nennen es die Dänen, sind die Preise höher, das Trinken von Alkohol in der Öffentlichkeit ist verboten und der Verkauf von alkoholhaltigen Getränken ist sehr begrenzt. Der schwedische Staat hat ein Monopol über den Alkoholverkauf und vertreibt die Getränke im Systembolaget mit seinem giftgrünen Logo, der einzigen Verkaufsstelle für Alkohol mit über 3,5 Volumenprozent.

Jeder Schwede kann ab 18 eine Firma gründen, heiraten, wählen und als Soldat im Ausland dienen – aber erst nach dem 20. Geburtstag darf er bei „Systemet“, wie die Läden im Volksmund genannt werden, einkaufen. Restaurants und Kneipen dürfen Alkohol nicht verkaufen, ohne auch Speisen anzubieten, und niemals zu günstigeren Preisen als der staatliche Handel. Im Supermarkt und an Tankstellen kann man zwar Bier kaufen – aber nur Leichtbier unter 3,5 %.

Keine Rabattaktionen, keine Schlussverkäufe – der Systembolaget verkauft immer zu gleichen Preisen in gleich aussehenden, steril wirkenden Läden. Das erklärte Ziel: den Alkoholkonsum in Schweden einzudämmen.

Doch der staatliche Alkoholmonopolist hat keinen schlechten Ruf. Die große Mehrheit der Schweden findet, dass das Monopol notwendig und wichtig ist, um den Alkoholismus zu begrenzen. Das System ist Ergebnis eines jahrhundertelangen Prozesses zwischen dem Staat und verschiedenen Gruppen der Gesellschaft. Das schwedische Klima macht die Herstellung von Wein



Historische Aufnahme eines Systembolaget



Durch das „Gegenbuch“ kontrollierte der Staat den persönlichen Alkoholkonsum. Hier wird ein solches Buch im Jahr 1955 gestempelt.

und Bier schwierig, sodass das Land im sogenannten „Branntweingürtel“ liegt. Denn die Rohstoffe – Kartoffeln und Getreide – und die entsprechende Technologie zum Schnapsbrennen hatten die Schweden trotz der ansonsten großen Armut Anfang des 19. Jahrhunderts.

## Jahrzehnte des Alkoholismus

Die Schweden versuchten also ihre Sorgen mit Branntwein zu ertränken, die Jahre zwischen 1810 und 1850 werden als „die Jahrzehnte des Alkoholismus“ beschrieben. Im Jahr 1848 benannte der schwedische Arzt Magnus Huss als erster den Alkoholismus als Krankheit. Ein Deutscher notierte: „Die Menschen sahen fürchterlich aus, sie waren berauscht und ausgezehrt. Selbst Kindern gab man Spiritus.“ Das Elend war groß, der Wille, es mit sozialpolitischen Mitteln zu bekämpfen, jedoch auch. Man betrachtete übermäßigen Alkoholgenuss als den Weg in die Armut und deswegen auch als eine Belastung für die Gesellschaft. Eine Volksbewegung entstand, die über politische Interesse hinweg Abstinenzler, Freikirchen und die Arbeiterbewegung einte. Die erste Schlacht im Krieg gegen den Alkoholismus wurde die Gründung des Göteborgsystems. Es bedeutete, dass die Kommu-

nen die Verantwortung für den Alkoholverkauf übernehmen. Die Läden sollten hell und respektabel sein und die Kneipen sollten sich in hellen, geräumigen und gesunden Lokalen befinden; eine schöne neue Gesellschaft sollte entstehen. Der Alkoholismus war Anfang des 20. Jahrhunderts noch weit verbreitet, die Abstinenzler wollten jedoch den Alkohol völlig verboten wissen. Der Staat war dagegen, nicht zuletzt, weil ein großer Teil der Steuereinnahmen aus dem Alkoholverkauf kam. Dieser Streit kam 1922 zu einem Höhepunkt, als man ein Referendum über das Verbot von Alkohol hielt. Es scheiterte sehr knapp: 48,8 % stimmten für das Verbot, 50,2 % dagegen.

Schon 1917 hatte man das „Brattsystem“ eingeführt, nach dem Arzt Ivar Bratt benannt, das nur eine bestimmte jährliche Alkoholmenge pro Kopf erlaubte. Wer Schnaps oder Wein kaufen wollte, musste erst einmal beim „Systemvertrieb“ in seiner Gemeinde um Erlaubnis nachsuchen. Wie viel Alkohol einem gestattet wurde, stand im „Gegenbuch“ (Schwedisch: motbok). Bis vor ungefähr 70 Jahren bestimmte das Gegenbuch den Lebensrhythmus der Schweden. Der Zweck des Systems: den Alkoholeinkauf zu erschweren, ohne ihn zu verbieten. Doch das System war von komplizierten Regeln und einer großen Bürokratie geprägt. Die gesellschaftliche Position entschied, wer überhaupt kaufen durfte. Unverheiratet? Arbeitslos? Unter 25? Für diese Personengruppen gab es keinen Alkohol.

Nur 10 % aller Frauen hatten ein Gegenbuch, und die eins hatten, konnten nur anderthalb Liter Alkohol im Monat kaufen. Männern waren drei Liter zugeordnet und besonders angesehene Herren, wie ein Direktor, durften vier Liter erwerben. Der Zweite Weltkrieg brachte das „Brattsystem“ zum Ende. Das Land war nicht mehr das, was es vor dem Krieg war, die Schweden waren die Restriktionen, die sie mit den Entbehrungen der Kriegszeit verknüpften, leid. Der Blick nach Dänemark zeigte, dass es gelingen konnte, den Alkoholkonsum durch die Erhöhung der Alkoholpreise zu verringern. So entschied man sich 1955 dafür, alle Alkohol- und Spirituosengeschäfte in einem nationalen Vertrieb des Systembolaget zusammenzufassen. Das heutige System, das Nicht-Schweden für strikt halten, wirkt aus der historischen Perspektive damit geradezu mild.

### Stressmoment Weineinkauf

Heute trinkt der durchschnittliche Schwede 392 Flaschen Bier, oder 91 Flaschen Wein, oder 32 Flaschen Spirituosen pro Jahr. Klingt viel? Deutsche trinken fast ein Viertel mehr als Schweden, sie konsumieren jährlich fast elf Liter reinen Alkohol. Kein Wunder, kostet doch eine Flasche Wein oder Schnaps in Deutschland nur halb so viel wie in Schweden; ein Bier gibt es gar zum Drittel des schwedischen Preises. Nicht nur die höheren Kosten sorgen wie geplant in Schweden bis heute für einen niedrigen Alkoholkonsum. Auch die Beschaffung gestaltet sich kompliziert: Der Systembolaget ist nur von 10 bis 19 Uhr geöffnet, nachmittags vor Wochenfeiertagen sind die Läden geschlossen, um die Last-Minute-Käufe zu begrenzen. Samstags bilden sich oft Schlangen, Systemet schließt schon um 15 Uhr. Der Alkoholeinkauf wird so

gewissermaßen zum Stressmoment und will gründlich geplant sein. Das Bier in der Kneipe und der edle Tropfen im Restaurant sind für Schweden weniger gewöhnlich als für andere Europäer. Während ein Drittel der Spanier jede Woche ins Restaurant geht, sind es in Schweden nur 5 %. Wer trinkt, tut es jedoch meist aus geselligem Anlass – doch auch die Sehnsucht nach dem Rausch treibt viele an.

Die schwedische Alkoholkultur, wie die norwegische und finnische, wird stärker von Rauschtrinken und Feiertagen geprägt. Schnaps ist dabei das traditionelle Getränk, das man zu Weih-

## Die Alkoholkultur mag sich verändern, eine Abschaffung des Systembolaget steht jedoch nicht zur Debatte.

nachten, zu Ostern, an Mittsommer, zum Krebsfest, zur Walpurgisnacht, am erstem Mai und St. Martin haben muss. Zu jedem Schnaps gehört ein Schnapslied, ein Erbe der Studentenkultur. Die Studentenstädte Lund und Uppsala sind die einzigen, in denen es erlaubt ist, in der Öffentlichkeit zu trinken, und bei einem großen Teil der Studententraditionen spielt Alkohol eine Rolle: Kneipen, Bälle, Studententheater, Karneval, und Studentenverbindungen. Dass man meist gemeinsam trinkt – nur 5 % des Alkohols werden allein getrunken – liegt womöglich an der kulturellen Position des Alkohols. „Auszugehen“ ist in Schweden gleichbedeutend mit Alkohol trinken. Die Reglementierung hat also auch dazu geführt, dass, wenn getrunken wird, der Rausch größer als in anderen Ländern ausfällt. Einerseits ist das Betrunkensein sozial akzeptiert, andererseits ist Schweden auch weiterhin von seiner althergebrachten Abstinenzbewegung geprägt. Jeder vierte Schwede hat Schuldgefühle, wenn er gebechert hat. Im europäischen Durchschnitt kennt das nur jeder zehnte. Selbst sprachliche Begrifflichkeiten haben sich herausgebildet: „Eine weiße Woche“ einzulegen bedeutet im Schwedischen den völligen Alkoholverzicht für ein paar Tage. Viele Schweden bezeichnen sich gar als nykterister, also Abstinenzler, die nie Alkohol trinken.

Und die Alkoholkultur ist in ständiger Veränderung. In den letzten Jahren hat sich der schwedische Geschmack verfeinert. Die Schweden kaufen zwar 8 % weniger Alkohol, mehr davon jedoch im Restaurant. Den starken Branntwein als beliebtestes Getränk hat der kultiviertere Wein abgelöst. Getrunken wird dieser gern, weniger kultiviert, aus Pappboxen. Während Alkoholwerbung früher verboten war, kann man jetzt Weinempfehlungen in Zeitungen wie Svenska Dagbladet und Dagens Nyheter lesen. Und: Schweden hat in den letzten zehn Jahren einen Mikrobrauereiboom erlebt. Im Jahr 2010 gab es 42 Mikrobrauereien, zehn Jahre später hat sich die Anzahl vervielfacht und liegt bei rund 400. Schweden hat damit mehr Brauereien als Belgien. Dies sind vor allem kleinere, lokal agierende Unternehmen mit durchschnitt-



Modern, aber auch bewusst nüchtern gestaltet:  
Der Systembolaget ist bis heute die einzige Verkaufsstelle für Wein und Spirituosen.



Plakate zum Alkoholverbots-Referendum am 27. August 1922.  
Oben: Zahntag. Wähle Ja!  
Unten: Nein! Zum Krebsessen gehören diese Getränke!

lich fünf Angestellten. Aber auch sie dürfen ihre Produkte nur im Systembolaget oder in Restaurants verkaufen. Die kleinen Brauereien eröffnen deshalb oft gleich ein Restaurant, Hotel oder bieten Konferenzmöglichkeiten an.

Auch für den schwedischen Export spielt Alkohol eine Rolle. Besonders Spirituosen sind im Ausland beliebt. The Absolut Company mit ihrem bekanntesten Produkt Absolut Vodka ist der größte Alkoholproduzent Schwedens und setzt ca 400 Millionen Euro jährlich um, 90 % davon im Export. In den letzten Jahren wurde auch schwedischer Whisky zum Exportschlager, z. B. Mackmyra Swedish Whiskey.

### Schweden wollen das System bewahren

Ihre Meinung über die Reglementierung haben die Schweden trotz allem nicht geändert. Die meisten sprechen sich für eine noch restriktivere Alkoholpolitik aus und sehen Begrenzungen gegen Alkoholwerbung und das Einführen von Warntexten auf Flaschen positiv. Auch zufällige Alkoholkontrollen und Mengengrenzen unterstützt die Mehrheit der Schweden.

Die Alkoholkultur mag sich verändern, eine Abschaffung des Systembolaget steht jedoch nicht zur Debatte. Vielleicht ist er noch immer Zeugnis für einen Kampf, mit dem ein Land sich selbst aus Armut und Elend zog.



Neue Alkoholkultur: Whisky von Mackmyra.  
Angela d'Orazio bei ihrer Arbeit als Masterblenderin.

## „Die Trinkkultur hat sich geändert“

**Magnus Ehrenberg**

Repräsentant des Deutschen  
Weininstituts

**M**agnus, du bist bekennender Weinliebhaber. Wie erlebst Du den Unterschied zwischen schwedischer und deutscher Trinkkultur?

Die Trinkkultur in Schweden hat sich in den letzten 10-15 Jahren stark verändert. Es wird deutlich weniger Starkalkohol getrunken, stattdessen wesentlich mehr Wein. Überall in Schweden, in jedem kleinen Dorf, gibt es so genannte Wein-Klubs, wo man sich gelegentlich im Freundeskreis trifft und unterschiedliche Weine gemeinsam ausprobiert. In den größeren Städten gibt es zunehmend mehr Wein-Bars und viele Restaurants bieten sehr hochwertige Weine zu vernünftigen Preisen an. Dies alles hat auch damit zu tun, dass die Besteuerung von Alkohol während der bürgerlichen Regierung von Fredrik Reinfeldt geändert wurde. Starke Alkoholgetränke wurden teurer und Getränke mit niedrigerem Alkoholgehalt, wie Wein, günstiger. Deswegen bekommt man in Schweden z. B. guten Champagner und Wein teilweise günstiger als in Deutschland.

**Du bist Repräsentant des Deutschen Weininstituts in Schweden. Was ist die Aufgabe, wie gestaltet sich das?**

Unsere Aufgabe ist es, Kenntnisse über deutsche Weine und deutsche Weinkultur in Schweden zu erhöhen. Wir arbeiten deswegen

mit Einkäufern von Restaurants, Sommeliers und Journalisten zusammen. Auch initiieren wir u. a. Aktivitäten, wie die mittlerweile sehr beliebte Riesling-Week, wo viele gute Restaurants eine Woche lang unterschiedliche deutsche Riesling-Weine anbieten.

**Ist denn der deutsche Wein in Schweden erfolgreich, oder dominieren andere Herkunftsländer?**

Wenn man sich die Statistik des Systembolaget anschaut, sind Weine aus Italien, Frankreich und Südafrika die Wein-Nationen, die die größten Mengen nach Schweden verkaufen. Aber meine Landsleute in Südschweden fahren seit Jahren selber nach Deutschland und kaufen dann dort ihre Weine ein. Es wird jedes Jahr mehr und mehr Wein aus Deutschland in Schweden verkauft. Das Interessante daran ist, dass es sich hier nicht um billige Volum-Weine in Bag-in-Box handelt, sondern um hochwertige Sektsorten, wie Riesling und Spätburgunder, die nicht gerade günstig sind. Es ist also als ein Erfolg zu bezeichnen, dass die Schweden mittlerweile gute Qualitätsweine aus Deutschland trinken.



## „Wir sind kein Exot mehr“

**Gabi Garmsen**

Mackmyra Swedish Whisky GmbH

**B**ei Hochprozentigem aus Schweden denkt man zuerst an Wodka. Gibt es eigentlich eine schwedische Whiskytradition – bzw. seit wann gibt es Mackmyra?

Die Whiskytradition in Schweden startete tatsächlich mit Mackmyra. 1999 wurde der erste Whisky in der Mackmyra Bruk destilliert, einer alten Mühle in dem Dörfchen Mackmyra, unweit der mittelschwedischen Stadt Gävle.

Eigentlich war die Idee, in Schweden Whisky herzustellen, gar nicht so abwegig. Es braucht ja erst mal nicht viel mehr als Wasser und Gerste. Das Klima ist dem schottischen sehr ähnlich, lange Sommer sorgen für süße Gerste (die sogar nach Schottland exportiert wird), das Wasser ist besonders rein. Für eine weitere schwedische Prägung sorgen die schwedische Eiche, die bei der Herstellung der Fässer zum Einsatz kommt, sowie Torf aus der Umgebung, der für einen rauchigen Geschmack sorgt.

Ein Glückstreffer war für Mackmyra die Entwicklung des 30-Liter-Fasses, welches durch sein kleines Format eine zügige und intensive Reifung des Whiskys ermöglicht. Heute wie in den Anfängen 1999 stellt man bei Mackmyra Whisky mit großer Entdeckerfreude und Experimentierlust her. Inzwischen geschieht dies in der revolutionären Gravity Distillery in Gävle. Man interpretiert das traditionelle Whiskybrennen neu, und so erzeugt Mackmyra innovative Whiskys mit schwedischen Rohstoffen.

**Whisky aus Schweden – löst das in Deutschland noch Staunen aus oder kennen die Kenner das schon? Und wie organisieren Sie den Vertrieb in Deutschland?**

2014 nahm Mackmyra den Vertrieb in Deutschland in die eigene Hand und wächst seitdem kontinuierlich. Der eigene Außendienst verteilt den schwedischen Whisky im Fachhandel, ein gutes Dutzend Markenbotschafter sorgt in kurzweiligen Whisky-Tastings für Mund-zu-Mund-Propaganda. In Mackmyras einzigem deutschen Fasslager auf Gut Basthorst vor den Toren Hamburgs kann der Whiskyfan ein eigenes 30-Liter-Fass erwerben und den Whisky auf seiner Reise begleiten. Dank zahlreicher Whiskymessen ist schwedischer Whisky mittlerweile kein reiner Exot mehr und Mackmyra den meisten Whiskyfreunden ein Begriff.

Lust, Mackmyra zu probieren?  
Am 10.12.2020 führt der JCC mit Mackmyra ein virtuelles Whisky-Tasting durch.



## Swedish German Business Day mit regionalen Netzwerktreffen

Gemeinsam mit den Regionalgruppen, euch und Team Sweden lädt die Kammer zu einer neuen Version des Swedish German Business Day (bisher „Tagesprogramm“ des Unternehmenspreises) am 4. Dezember. Thema des diesjährigen Business Day wird der erfolgreiche Übergang zu grünen und digitalen Technologien in Europa sein. Neben einer physischen Veranstaltung im Felleshus der Nordischen Botschaften, zu der aus Gründen der Abstandswahrung nur Redner und Organisatoren zugelassen sind, bietet die Kammer Mitgliedern und Interessierten in verschiedenen Regionen vor Ort Netzwerktreffen, die als „viewing party mit live talk“ funktionieren. In Hamburg, Berlin und Rhein-Ruhr treffen sich unter Leitung der Regionalgruppen vor Ort physisch kleinere Gruppen und streamen gemeinsam die Vorträge aus dem Felleshus. Nach einem gestreamten Vortrag wird es interaktive Elemente und ausreichend Gelegenheit zum Netzwerken in kleinem Rahmen geben. Auch das Zuschalten alleine von zuhause wird möglich sein. Weitere Informationen zum Programm, zu Rednern und zu den regionalen Netzwerktreffen finden Sie laufend aktualisiert auf [schwedenkammer.de](http://schwedenkammer.de)



**SWEDISH  
GERMAN  
BUSINESS DAY  
2020**

## Erstmals digital: Mitgliederworkshop

Beim Impulstag im Januar äußerten die Mitglieder den Wunsch nach einer zeitnahen Vertiefung der entwickelten Ideen. Gemeinsam mit #FORTSCHRITT, Neumitglied in der Kammer, setzte die Geschäftsstelle diesen Wunsch Ende September um. Aufgrund der Corona-Situation fand der Workshop komplett digital statt. Das #FORTSCHRITT-Team rund um Daniel Brugger und Emily Buber begleitete die Veranstaltung mit Kreativitätstechniken wie dem Lightning Decision Jam. Bei der Methode standen die Mitglieder im Mittelpunkt: Sie bestimmten das Thema „Neue Formate zum Netzwerken“, sie brachten Ideen und Vorschläge ein und sie entschieden, was weiterverfolgt wird.

In drei Gruppen erarbeiteten die Teilnehmenden in Breakout Rooms auf digitalen Tafeln 53 Einzelideen. Für sechs Ideen fanden sich Mitglieder, die sich aktiv engagieren wollen, die geplanten Maßnahmen umzusetzen. Daniel Brugger zog positive Bilanz des Workshops: „Es war aus unserer Sicht eine interessante und konstruktive Runde“.

## Klarna beim Business Breakfast in Berlin und bundesweit

Eingeladen hatte die Regionalgruppe Berlin zum traditionell monatlich stattfindenden Swedish Business Breakfast in den Capital Club im Hilton Hotel. Aufgrund der aktuellen Lage musste dieses jedoch in den virtuellen Raum verlegt werden. Der gewohnt kommunikativen Atmosphäre des Netzwerktreffens tat das jedoch keinen Abbruch.

Thomas Vagner, Commercial Director DACH des Mitglieds Klarna, eröffnete das Business Breakfast mit einem Impuls, in dem er den Zuhörern aus ganz Deutschland über die Unternehmensgeschichte des schwedischen FinTechs berichtete. Klarna, das als Startup mit Zahlungsdienstleistungen startete, blickt mittlerweile auf große Meilensteine der eigenen Geschichte zurück wie z. B. die Gründung einer eigenen lizenzierten Bank, der Ausbau von Kooperationen mit unterschiedlichen Händlern und die Entwicklung einer eigenen App. Stillstand gibt es weiterhin nicht. „Wir wollen mit Kreativität und Originalität weiterwachsen und in neue Ideen und Technologien investieren“, erklärte Vagner, der sich im zweiten Teil der Veranstaltung ausführlich den Fragen der Teilnehmenden widmete und anhand der Unternehmenskultur erläuterte, wie wichtig es ist, alte Strukturen zu hinterfragen und den Spirit eines Start-Ups zu bewahren.

## Helen Hoffmann zum Country Manager berufen



Die Schwedische Handelskammer hat Helen Hoffmann zu ihrem Country Manager ernannt. In der neu geschaffenen Funktion verantwortet Hoffmann ab Oktober damit das operative Geschäft und die Weiterentwicklung der Kammer. Sie ist seit 2015 Teil des Teams der Kammer.

„Helen Hoffmann hat in den letzten Jahren mit sehr viel Engagement und Kreativität die Arbeit der Kammer vorangetrieben und dabei immer mehr Verantwortung übernommen. Daher ist sie für uns die ideale Besetzung für diese Position und wir freuen uns sehr, dass sie die Rolle übernimmt“, sagte Thomas Ryberg, Vorstandsvorsitzender und Präsident der Kammer.

## Sustainability Roadshow berichtete über schwedische Nachhaltigkeitsstrategien



**In vier Regionen machte die Roadshow rund um Nachhaltigkeitslösungen der Mitgliedsunternehmen der Kammer einen Stopp. Vor Ort, hybrid oder komplett digital hatten die Teilnehmer Gelegenheit, mit den Unternehmen ins Gespräch zu kommen und Lösungen für die Zukunft zu diskutieren.**



**DÜSSELDORF**

Nachhaltigkeit zieht – in Zeiten von Corona vielleicht mehr denn je. Nachhaltiges Handeln verringert nicht nur den ökologischen Fußabdruck, der sparsame Umgang mit Ressourcen senkt

auch die eigenen Kosten. Über diese und weitere Vorteile berichteten die drei Mitglieder Wasa Deutschland, Blåkläder und Flokk Germany zum Auftakt der Sustainability Roadshow in Düsseldorf. Alle drei dokumentierten eindrucksvoll, wie engagiert sie sich für ressourcenschonendes und humanes Wirtschaften einsetzen. Wasa hat das große Etappenziel erreicht, über die ganze Wertschöpfungskette hinweg in der Summe CO<sub>2</sub>-neutral zu arbeiten, wie die online zugeschaltete Stephanie Rudolph darlegte. Bei Flokk als Büromöbelhersteller stehen die verwendeten Rohstoffe im Fokus, aber auch das konsequent auf den ganzen Lebenszyklus durchdachte Design und die weitgehend einfach durch Decken ersetzte Verpackung, berichtete Gastgeberin Manja Schaufuß. Bei der Berufsbekleidung von Blåkläder kommt es besonders auf die Langlebigkeit an und auf die vollständige Kontrolle der Lieferkette.



**HAMBURG**

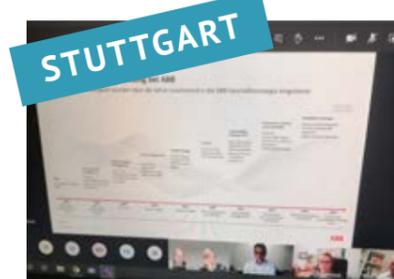
Zwei schwedische Traditionsunternehmen auf dem Weg in eine grüne Zukunft: Ende September erfuhr die Mitglieder der Kammer vor Ort und digital zugeschaltet beim Hamburger

Stopp der Roadshow mit SCA Logistics und Stena Line, wie die beiden Firmen Nachhaltigkeit im eigenen Unternehmen vorantreiben.

In den Räumlichkeiten von Regionalgruppenmitglied EHRENBORG SØRENSEN Kommunikation berichteten Stenas Geschäftsführer Ron Gerlach und Managing Director HR Svenja Kosminski, warum die Vision der Reederei „Connecting Europe for a Sustainable Future“ keine leere Phrase ist. So will das Unternehmen unter anderem bis 2030 seine CO<sub>2</sub>-Emissionen um 30 % reduzieren und setzt auf die Entwicklung der Stena Elektra, um

den batteriebasierten Schiffsbetrieb voranzubringen. „Nachhaltigkeit muss aber auch bei den Menschen ansetzen“, betonte Svenja Kosminski. Deswegen setzt das Fährunternehmen auch in Sachen Diversity ein Zeichen und schafft für seine Mitarbeiter eine Atmosphäre, in welcher sie sich nachhaltig entwickeln können und wohl fühlen.

Eine ganzheitliche Nachhaltigkeitsstrategie verfolgt auch das Unternehmen SCA Logistics, dessen Mutterkonzern, SCA, Europas größter privater Waldeigentümer ist. „SCA hat sich zum forstwirtschaftlichen Ziel gemacht, die biologische Vielfalt der Wälder zu erhalten“, erklärte Geschäftsführer Jörn Grage. Er stellte in seinem Vortrag dar, welchen Beitrag SCA auf dem Weg zu einer fossilfreien Gesellschaft leistet, in dem es unter anderem auf ein aktives, durchdachtes Forstmanagement und die Entwicklung erneuerbarer Produkte setzt. Doch auch für ihn stehen Gesundheit und Sicherheit der Mitarbeiter im Vordergrund, verdeutlicht durch das Programm ZERO, welches eine Vision von null Arbeitsunfällen verfolgt und somit zu einer nachhaltigen Arbeitsschutzkultur beiträgt.



**STUTTGART**

Dass Nachhaltigkeit nicht nur Ökologie umfasst, zeigte die Regionalgruppe Baden-Württemberg bei ihrer digitalen Station der Roadshow Ende September, bei der sie mit den Mitgliedsunter-

nehmen ABB, Aino Health und Nordic Volt ein branchenübergreifendes digitales Panel zusammenbrachte. Dass Nachhaltigkeit weit über den Umweltaspekt hinausgeht, wurde bereits im ersten Impulsvortrag von Klaus Treichel (ABB) deutlich. So ist ABB Titelsponsor der Formel E und setzt damit ein klares Statement in Sachen nachhaltiger Mobilität. Aber auch die soziale und gesundheitliche Nachhaltigkeit im Unternehmen wird großgeschrieben, betonte Treichel. Genau diese war auch für Referentin Ewa Johansson (Aino Health) zentral. Wie wichtig die Gesundheit der Mitarbeiter ist und dass nicht nur körperliche, sondern auch psychische Leiden eine große Rolle im nachhaltigen Gesundheitsmanagement eines Unternehmens spielen, machte die Chief Commercial Officer deutlich. „Nachhaltigkeit auf allen Ebenen des Unternehmens“ – so lautet die Strategie des Dritten auf dem Panel, der Marketingagentur Nordic Volt. Dazu gehöre eine Umweltpolicy, die nicht nur nach innen kommuniziert, sondern auch nach außen getragen wird. „Dies fängt mit der Nutzung neuer Technologien an, geht weiter bei der Auswahl der Kunden, Partner und Lieferanten und endet bei der betrieblichen Altersvorsorge, die nachhaltige Anlagelösungen bietet“, erklärte Geschäftsführer Alexander Hansen das Konzept.

In der Diskussion wurde deutlich, dass in Sachen Nachhaltigkeit Mut gefordert ist, andere Wege zu gehen und stark zu bleiben. „Mit Greenwashing kommt man nicht weiter“, fand Klaus Treichel klare Worte. Viel eher sei es wichtig, eine einheitliche Zielsetzung für das Unternehmen zu entwickeln, hinter welcher die Mitarbeiter stehen und welche man nach außen klar formuliert.



Dass Tetra Pak Vorreiter in der Nachhaltigkeitsarbeit ist, zeigte sich bereits im Januar, als Sustainability Managerin Mid Europe Caroline Babendererde zusammen mit weiteren Unternehmensvertretern beim Jahresauftakt der Kammer rund um das Thema diskutierte. Mitte Oktober kam sie zum Stopp der Roadshow in Frankfurt im Scandic Hotel am Museumsufer und vertiefte den Einblick in die Arbeit des Verpackungsherstellers. Im Fokus stand dabei diesmal die Kreislaufwirtschaft Tetra Paks. Wie genau das Recycling von Getränkekartons funktioniert, veranschaulichte Babendererde ganz plastisch mittels eines Experiments, welches die Zuschauer vor Ort aber auch digital verfolgen konnten. „Dabei spielt auch die Aufklärung des Konsumenten eine große Rolle, da nur dann effektiv recycelt werden kann, wenn Verpackungen richtig sortiert werden“, sagte Babendererde. Aber auch die grüne Umstellung intern beschäftigt das Unternehmen: Tetra Pak verfolgt nicht nur die Science Based Targets zur Emissionsminderung, um die Erderwärmung auf 1,5 ° C zu begrenzen, sondern will bis 2030 auf 100 % erneuerbare Energien umsteigen.

## Kooperationswebinare weltweit mit Swedish Chambers International

Auch im Herbst wird die erfolgreiche Zusammenarbeit im Rahmen von Swedish Chambers International fortgesetzt. Die Mitglieder der Schwedischen Handelskammer haben erneut Zugang zu vielfältigen Webinaren aus der ganzen Welt, die von schwedischen Partnerkammern durchgeführt werden. Globale Themen wie die Wahl in den USA, die Lage der Luftfahrtbranche, Wirtschaftschancen in China oder die allgegenwärtige Herausforderung des Home Office werden von Experten in den Webinaren beleuchtet. Mitglieder können an den Online-Events kostenlos teilnehmen und finden weitere Informationen im Veranstaltungskalender der Kammer.

## Swedish German Business News: Neues Newsletter-Angebot für Mitglieder

Täglich wissen, was in der schwedischen Wirtschaft in Deutschland passiert? Sich über andere Unternehmen, potentielle Kunden und allgemeine Entwicklungen in den Medien informiert zu halten, ist für viele Mitglieder unerlässlich. Gemeinsam mit Kammermitglied infokontor bietet die Schwedische Handelskammer ihren Mitgliedern deswegen ab sofort ein neues Informationstool. Der Monitoring-Service Sonalytix wertet in Echtzeit den täglichen Datenstrom aus Texten, Fotos und Videos nach Themen aus der schwedische-deutschen Wirtschaft aus und arbeitet dabei mit künstlicher Intelligenz und semantischen Algorithmen. Die Leser erfahren so, was Kunden und Medien über Marken und Geschäftsgeschehen denken, über Werbekampagnen, Produkte, Events oder Konkurrenten. Dabei werden traditionelle und neue soziale Medien einbezogen. Jeden Abend um 17 Uhr flattert den Abonnenten ein automatischer Report „Swedish German Business News“ ins Mailpostfach, in dem Sie die Entwicklungen des Tages der deutsch-schwedischen Wirtschaft im Überblick sehen. Das Abonnement kostet 19,90 Euro im Monat für Mitglieder (39,90 Euro für Nicht-Mitglieder) und kann jeweils zum Monatsende gekündigt werden. Wer das neue Angebot ausprobieren möchte, kann sich unter [bit.ly/swedishbusinessnews](https://bit.ly/swedishbusinessnews) anmelden.

## Kammer on Tour: Reise zu den Mitgliedern

Wie geht es den Mitgliedsunternehmen in Pandemiezeiten und wo kann die Kammer unterstützen? Um diese Frage zu beantworten, begann im September die „Kammer on Tour“. Dabei reiste Helen Hoffmann, teilweise gemeinsam mit Vertretern des Präsidiums, zu Mitgliedern in den verschiedenen Regionen Deutschlands und erhielt bei den Besuchen wertvolle Einblicke in die Situation der Mitglieder. „Als Schwedische Handelskammer ist unser wichtigster Auftrag, unsere Mitglieder zu stärken. Deswegen ist es wesentlich, dass wir im Gespräch bleiben und um die Anliegen der Unternehmen wissen“, erklärte Hoffmann den Hintergrund der Treffen. Die Mitgliederbesuche sollen fortgesetzt werden – jedoch stets angepasst an das aktuelle Infektionsgeschehen. Mitgliedsunternehmen, die sich ein persönliches Treffen, auch virtuell, wünschen, können sich jederzeit in der Geschäftsstelle melden.

## NEUES AUS DEM JUNIOR CHAMBER CLUB

### JCC Menteetag Hamburg: Inspirierende Atmosphäre



Das Mentorenprogramm, das im Frühling digital startete, steuert jetzt bereits die Halbzeit an. Entsprechend lud die Geschäftsstelle alle Mentees zum Menteetag nach Hamburg, bei dem die Teilnehmer wertvollen Karriereinput erhielten, mehr über die Kammer erfuhren und miteinander ins Gespräch über ihre Erfahrungen als Mentee kamen. Kammermitglied Fredrik Keerberg machte



den Auftakt des umfangreichen Tagesprogramms in den Räumen von MCF Corporate Finance über den Dächern von Hamburg. Der Schwede, der in vielen verschiedenen Ländern gearbeitet hat, berichtete von seinen Erfahrungen und stellte sich den Fragen der JCCler.

Um mehr über die Arbeitsweise der Kammer zu erfahren, konnten die Mentees außerdem mit Kerstin Fuchs von der Regionalgruppe Nord ins Gespräch kommen, die dem Menteetag einen Besuch abstattete und berichtete, wie eine Regionalgruppe arbeitet. Mentee Marlene Riedel freute sich über den Input: „Der heutige Tag hat mir interessante Einsichten in die Arbeit der Handelskammer beschert“, befand sie.

Besonders wertvoll empfanden die Mentees auch den Gesprächsworkshop miteinander, in dem sie vertraulich über die bisherigen Entwicklungen im Mentorenprogramm sprachen. „Es war schön, wieder in einer junggebliebenen Atmosphäre im gleichen Boot zu sitzen – sehr bereichernd und inspirierend“, resümierte Mentee Klaus Kühler den Tag. Nach dem Tagesprogramm erwartete ein Abschlussdinner beim Kammermitglied Scandic Emporio die Mentees.

*Der Menteetag in München, der für die Mentees in den Regionen München und Frankfurt geplant war, musste aufgrund der örtlichen Coronabedingungen abgesagt werden und wird am 13. November nachgeholt.*

**Wir danken unseren Mitgliedern für die Gastfreundschaft**



### JCC Oktoberfest Online

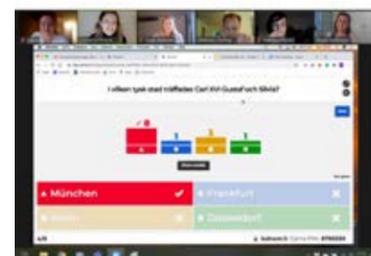
Keine Wiesn dieses Jahr? Das hielt das JCC-Komitee München nicht davon ab, ein eigenes virtuelles Weinfest zu veranstalten. Die Teilnehmer durften unter der Anleitung von Tobias Koch des Frankfurter Komitees vier verschiedene Flaschen Wein verkosten. „Es ist zwar nicht das Gleiche, wie zusammen im Festzelt zu sitzen“, fand Jenny Sofia Hoegen, „aber wir hatten auch virtuell einen sehr gelungenen Abend!“



### JCC Virtuelles Pubquiz: Kaffee mit Käse

Nach dem erfolgreichen virtuellen Quiz im Frühjahr lud Mitte September das Hamburger Komitee zu einer Revanche ein. Emma Almedeh forderte die Teilnehmer rund um das Thema Essen und Trinken heraus. So erfuhren die JCCler zum Beispiel, dass die Nordschweden Kaffee mit Käse trinken. Der Gewinn war ebenfalls ein Genuss: JCClerin Svenja Gelpke konnte sich über ein Whisky-Set vom Mitglied Mackmyra freuen.

### JCC After Work ganz auf Schwedisch



Eine Veranstaltung, bei der man seine Schwedischkenntnisse nutzen kann und in der eigenen Sprache plaudert: Diese Idee kam bei der Konferenz der JCC-Komitees im Sommer auf. Die Müncher JCCler machten

darauf Nägel mit Köpfen, sodass im Oktober unter Anleitung von Cornelia Ehrenberg ein schwedischsprachiges digitales Afterwork angeboten wurde. Die meisten Teilnehmer waren Muttersprachler oder geübte Schwedischsprecher, doch auch für die Anfänger gab es einen eigenen Breakoutroom. Die Resonanz war durchweg positiv: „Das After Work war ein super Einstieg. Ich hoffe, wir wiederholen das!“, sagte JCClerin Gyde Petersen.



3 MINUTEN MIT  
Thomas Mengelkoch  
Volvo

## Schwedischer Managementstil? „Ein sehr angenehmer Umgang!“



**Du warst früher in einem amerikanischen und in einem japanischen Konzern tätig. Wie war es, dann bei Volvo in ein schwedisches Milieu zu kommen?**

Nach 15 Jahren im Bereich „Autobank“ bei Ford Credit Europe war ich sehr auf das Arbeitsumfeld und -klima bei Volvo gespannt, also bei dem schwedischen Hersteller, den die Ford Motor Company 1999 akquiriert hatte und der bei meinem Eintritt noch immer zu diesem Konzern gehörte. Nach dem amerikanischen und japanischen Managementstyle, letzteren hatte ich bei Mazda kennen gelernt, kann ich mit der schwedischen Kultur und dem neuen skandinavischen Managementstyle das Beste aus diesen beiden Welten bis heute erleben. In der Volvo-Sprache würde ich sagen; „Cold outside, warm inside“; manchmal zwar etwas zu viel Diskussion, aber sonst ein sehr angenehmer Umgang.

**Du bist für Volvo nicht nur der „Botschafter“ im Vorstand unserer Handelskammer, sondern vertrittst das Haus auch mit gro-**

**ßem Engagement bei der traditionsreichen BILD-Aktion „Ein Herz für Kinder.“ Was bewegt Dich, was bewegt ihr da?**  
Als Finanzdirektor von Volvo Car Germany und Geschäftsführer zweier Joint Ventures im Bereich Financial&Insurance Services muss man auch den Blick für die Schwächsten in der Gesellschaft haben. Deshalb engagiert sich Volvo seit inzwischen neun Jahren zusammen mit seinen Händlern und mit Spenden in Höhe von jeweils mehreren Hunderttausend Euro bei „Ein Herz für Kinder“. Das ist unser CSR-Projekt, das perfekt zur Positionierung unseres Unternehmens passt. Im Straßenverkehr schützen wir Menschen, hier helfen wir jungen Menschen. Die Spenden dienen dazu, die Grundbedürfnisse der Kinder nach Ernährung und Fortbildung nicht nur national zu bedienen; ein tolles, nachhaltiges Engagement und man tut wirklich etwas Gutes! Das Lächeln der glücklichen Kinder ist das schönste Dankeschön bei dieser Aktion.

**Und was macht Thomas Mengelkoch in seiner Freizeit? Wenn man Dich so anschaut könnte man meinen, du treibst heimlich Sport?**

Zum Glück nicht heimlich, aber regelmäßig seit 30 Jahren spiele ich einmal wöchentlich erfolgreich Squash. Toi, toi, toi ohne Verletzungen und mit nicht nachlassender Motivation. Im Sommer ergänze ich das mit Tennis-Partien und viel Joggen...und als Fast-Schwede gehe ich natürlich gerne auch in die Sauna.

**Alter:** 54  
**Wurzeln:** Geboren im Hunsrück, nach Stationen in Singapur, Köln, Stuttgart, Freiburg und München jetzt in der Nähe von Bonn  
**In der Kammer seit:** 5 Jahren  
**Liebt:** neben der Familie sportliche Aktivitäten jeglicher Art  
**Hasst:** k.A.  
**Lieblingsort:** coming home

Schirmherrin:



Kronprinzessin Victoria von Schweden

Fördermitglieder:



VATTENFALL  
Handelsbanken

Impressum

**Herausgeber:**  
Schwedische Handelskammer in der Bundesrepublik Deutschland e.V.  
Sachsenstraße 6  
20097 Hamburg  
Tel.: 040-6558740  
www.schwedenkammer.de  
**Redaktion:**  
Helen Hoffmann, Charlotte Roggenbuck  
Korrektur: Anna-Louisa Lobergh  
**V.i.S.d.P.:**  
Thomas Ryberg, Präsident  
**Titelbild:** Åhléns  
**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

27. Oktober

SCI France Online: China: Risks and Opportunities during a challenging time

4. November

SCI Lithuania Online: Business Connectivity – has the Aviation Industry Recovered?

6. November

Online: Kammerfika

10. November

SCI Netherlands Online: Mixed Presence Office

13. November

JCC München Online: Menteetag des Mentorenprogramms

26. November

JCC Online: Karriere trotz Krise

4. Dezember

Swedish German Business Day

10. Dezember

JCC Online: Whisky-Tasting mit Mackmyra

11. Dezember

Online: Kammerfika

### 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

Country Manager  
Tel.: 040-655874-15  
hoffmann@schwedenkammer.de



Charlotte Roggenbuck

Projektmanagement  
Tel.: 040-655874-13  
roggenbuck@schwedenkammer.de



Cajsa Tapper

Trainee  
Tel.: 040-655874-12  
tapper@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 6/20: **Marketing, (Kunst-)Handwerk.** Anzeigenschluss ist der **20.11.2020.** Die Mediadaten mit Anzeigenpreisen und Terminen für 2020 finden Sie unter [www.schwedenkammer.de](http://www.schwedenkammer.de). Reservieren Sie jetzt Ihre Anzeigen unter 02054-938 5417 oder [schwedenkammer@nordis.biz](mailto:schwedenkammer@nordis.biz).



Gestaltung: www.romald-wisler.de

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](http://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