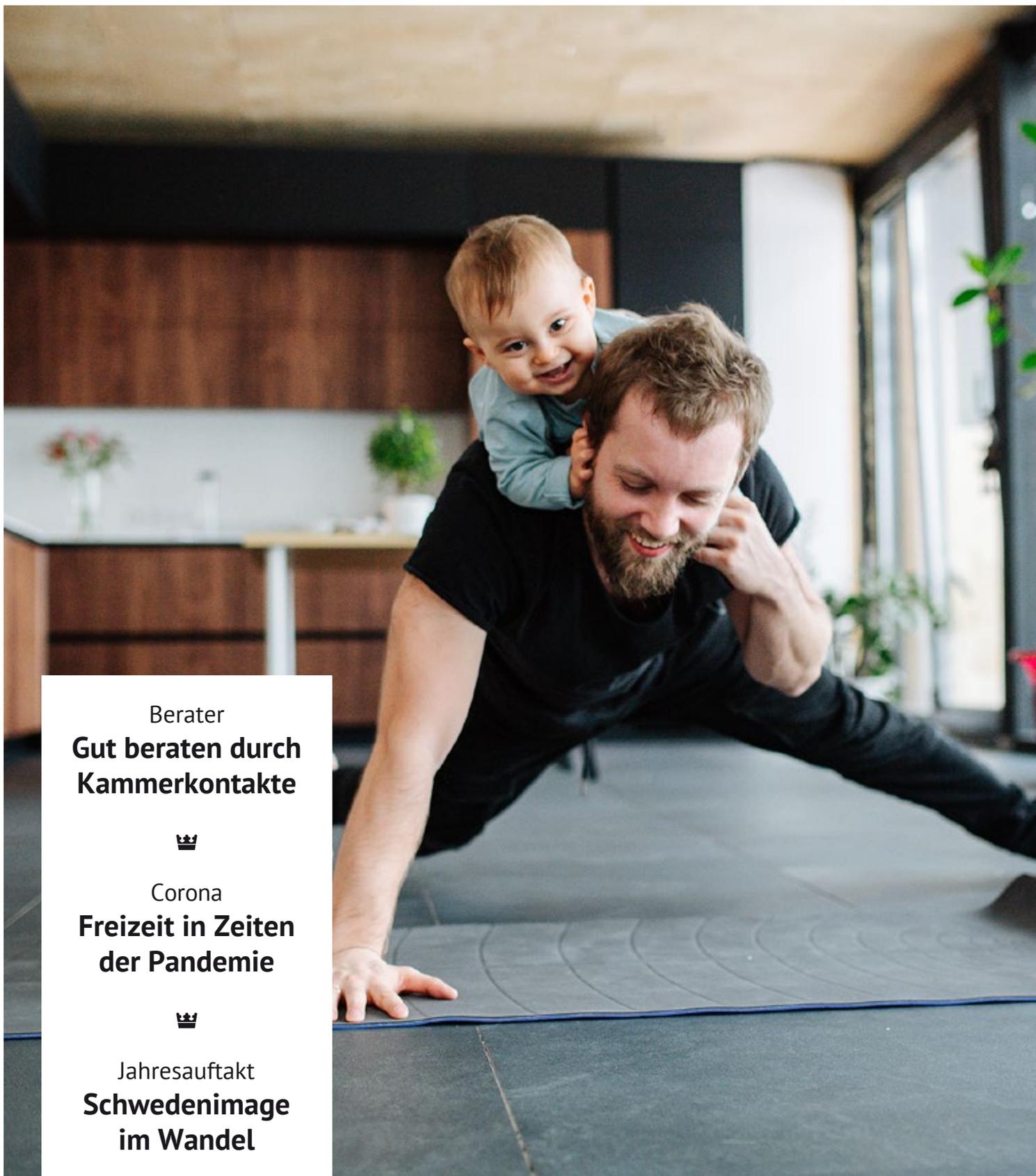


SCHWEDEN aktuell



Schwedische
Handelskammer
*in der Bundesrepublik
Deutschland*



Berater

**Gut beraten durch
Kammerkontakte**



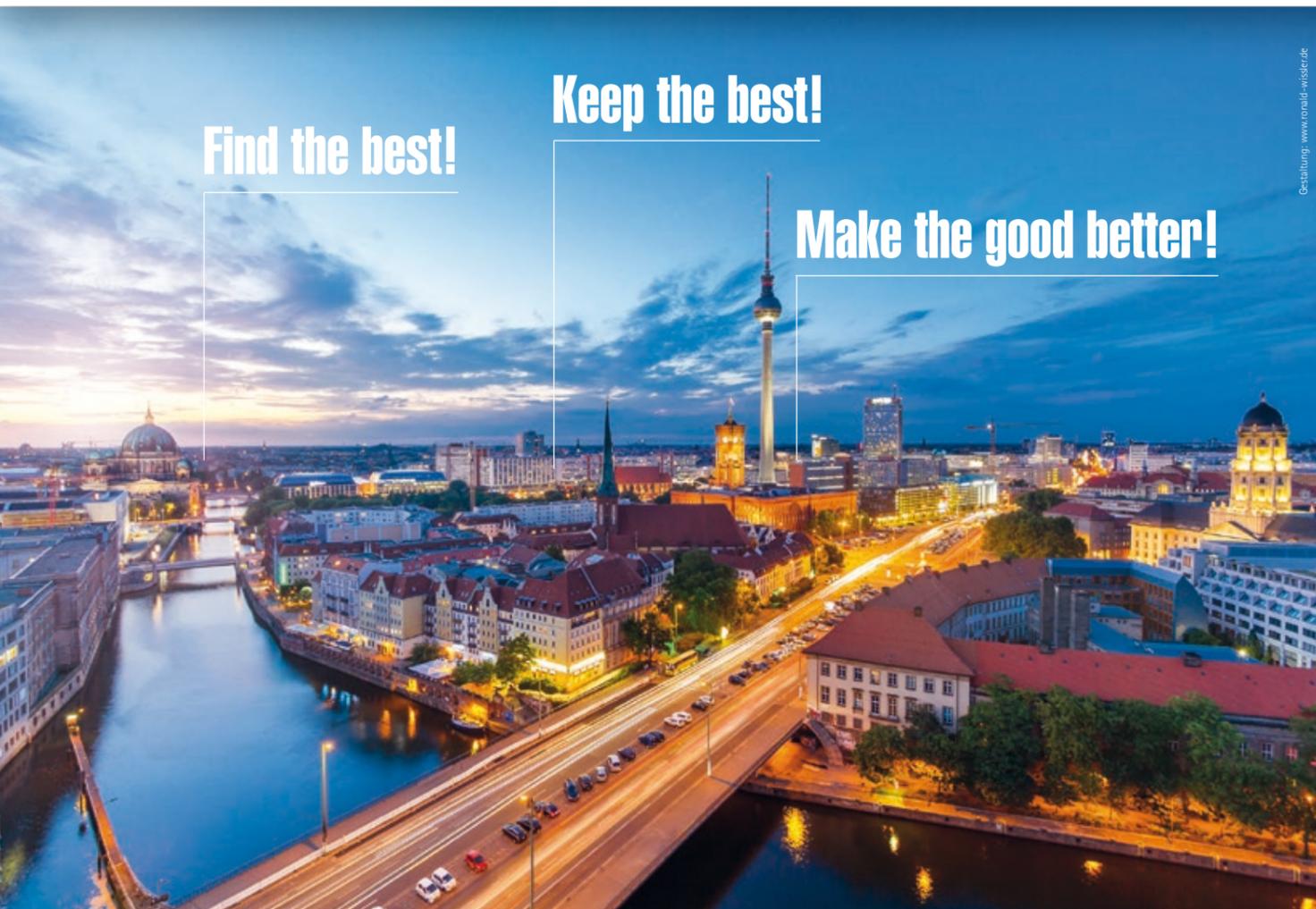
Corona

**Freizeit in Zeiten
der Pandemie**



Jahresauftakt

**Schwedenimage
im Wandel**



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)31 417 430

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 – 417 430
info.se@ryberg-consulting.com



Licht am Ende des Tunnels

Liebe Mitglieder und Freunde der Schwedischen Handelskammer,

obwohl die Maßnahmen gegen die Pandemie erneut verschärft worden sind, sehen wir langsam am Ende des Tunnels ein Licht: Die Impfungen haben begonnen. Auch unser Mitglied AstraZeneca ist daran maßgeblich beteiligt und es freut mich besonders, dass Schweden damit zur Lösung dieses globalen Problems beiträgt. Der herannahende Frühling stimmt uns also hoffnungsvoll – auch weil die Tage wieder länger werden. Nach einem Winter, der länger als normal schien, bedeutet das Tageslicht vielleicht mehr denn je: sowohl Hoffnung, Energie als auch Freizeit in der Sonne. Wussten Sie, dass das Konzept von **Freizeit** in Schweden erst vor gut 100 Jahren entstand? In dieser Ausgabe der Schweden aktuell können Sie mehr dazu lesen, wie sowohl der Zeitgeist als auch die Pandemie im letzten Jahr die Freizeit geprägt haben und was sich bei der Freizeitgestaltung verändert hat.

Für viele bedeutet ein neues Jahr auch immer die Idee eines Neuanfangs – oft auch beruflich oder für das eigene Unternehmen. Wie sollte man sich am besten auf die post-pandemische Zeit vorbereiten? Viele Unternehmen nehmen dazu die Hilfe von **Beratern** in Anspruch und die Beraterbranche verzeichnet seit Jahren ein kontinuierliches Wachstum. Auch mit diesem Thema beschäftigt sich diese Ausgabe, in der Sie erfahren, warum viele Mitglieder gerade auf die Berater aus dem Kammernetzwerk vertrauen.

Wir hoffen, dass 2021 das Jahr wird, in dem wir wieder bei gemeinsamen Treffen und Veranstaltungen voller Zuversicht in die Zukunft blicken können. Bis es soweit ist, bleiben wir digital in Kontakt. Die Arbeit der Kammer steht keineswegs still. Wir blicken in dieser Ausgabe auf einen gelungenen **Online-Jahresauftakt** mit einem vielfältigen und hochaktuellen Programm zurück und haben „Kammarpodden“, den **Podcast** der Schwedischen Handelskammer, gestartet, in dem Sie mehr über unsere Mitgliedsunternehmen erfahren. Wir hören uns, wir sehen uns virtuell und bald treffen wir uns auch wieder persönlich – ich freue mich darauf.

Ihr

Thomas Ryberg

Präsident der Schwedischen Handelskammer



Inhalt

- 4 **5 Fragen an...** Prof. Shirin Ahlbäck Öberg, Staatswissenschaftlerin
- 5 **Heiter bis schwedisch, Kolumne Lundin**
- 6 **Neues aus der Wirtschaft**
- 8 **Mitglieder im Portrait** | Mynewsdesk & Scrive
- 10 **Berater** | Gut beraten durch Kammerkontakte
- 13 **Kammerkompetenz** | Frank Kasch, Finanzierung Select
- 14 **Berater der Schwedischen Handelskammer**
- 16 **Freizeit in der Pandemie**
- 20 **Aus der Kammer**
- 22 **JCC**
- 25 **Neue Mitglieder**
- 26 **3 Minuten mit** | Henrik Rinnert
- 27 **Impressum** | Kammerkalender

5 FRAGEN AN...

Prof. Shirin Ahlbäck Öberg, Professorin für Staatswissenschaft an der Universität Uppsala. Ihre Forschungsgebiete sind die öffentliche Verwaltung und die parlamentarische Vertretung.



„Berater spielen in der schwedischen Politik eine geringere Rolle“

In Deutschland gibt es einige Bedenken hinsichtlich des Einflusses von Beratern auf politische Entscheidungen. Die Regierung gibt Millionen für Beraterverträge aus, was sich auch auf die Gesetzgebung auswirkt. Gibt es in Schweden eine ähnliche Diskussion über die „Macht der Berater“?

Ich sehe nicht, dass es in der allgemeinen Debatte explizite Bedenken über Berater gibt. Als Politikwissenschaftlerin kann ich jedoch feststellen, dass hier tendenziell das gleiche Problem besteht. Es ist bisher dazu nur wenig im schwedischen Kontext geforscht worden, daher ist es schwierig zu sagen, wie groß das Problem ist. Aber in einem kürzlich veröffentlichten Kapitel „Einstellung von Politikberatern durch schwedische Regierungsbehörden: Ein Phänomen von größerer Bedeutung?“ weisen die Autoren darauf hin, dass der Einsatz von Beratern bei schwedischen Behörden deutlich zugenommen hat. Dies betrifft auch die Art von Politikberatern, die Sie meinen.

Andersherum betrachtet: Die Pandemie hat gezeigt, dass eine enge Zusammenarbeit zwischen Politikern und (wissenschaftlichen) Beratern, ein gemeinsamer Lernprozess, zu schnellem Handeln führen kann. Hat die schwedische Politik den Behörden zu viel und den Beratern zu wenig zugehört?

Es gibt unterschiedliche Meinungen darüber, ob die Regierung zu stark auf ihre sachverständigen Behörden gehört hat. Generell kann gesagt werden, dass das schwedische Verwaltungsmodell auf der Idee einer wissenschaftlichen Politik basiert, die gut mit der rationalen Sichtweise der

Politik einhergeht, auf der der schwedische Wohlfahrtsstaat beruht. Es ist jedoch wichtig zu verstehen, dass die Regierung in keiner Weise an den Rat ihrer Fachbehörden gebunden ist, sondern dass die letztendliche Verantwortung für das, was getan oder nicht getan wird, jederzeit bei der Regierung liegt.

In Schweden ist die Diskussion entstanden, ob die Regierung auch Ansichten anderer Experten außerhalb der Gesundheitsbehörde hätte berücksichtigen sollen. In dieser Diskussion ging es jedoch um die Beziehung zu anderen wissenschaftlichen Experten, nicht so sehr zu Beratern. Eine weitere Überlegung hierzu: Diese starke Ideentradition einer wissenschaftlichen Politik bedeutet, dass die politisch Verantwortlichen jederzeit durch das beste Wissen in allen Bereichen erreicht werden müssen, besonders in Krisenzeiten. Dies war im Hinblick auf die unzureichende Versorgung älterer Menschen angesichts der Pandemie eindeutig nicht der Fall. Das Wissen über Altenpflege wurde weder von der Regierung eingeholt noch von der zuständigen Behörde, dem Zentralamt für das Gesundheits- und Sozialwesen, angeboten. Es sind eher diese Diskussionen, die in der schwedischen Debatte aufgetaucht sind, als die Frage, ob Berater hätten angesprochen werden sollen.

Welche Rolle spielt Lobbying in der schwedischen Politik?

Keine so große wie z. B. in der EU oder in den USA. Wir haben einen korporatistischen Hintergrund, also eine geregelte Beteiligung bestimmter gesellschaftlicher Gruppen an politischen Entscheidungsprozessen, und selbst wenn das etwas rückläufig ist, können wir dennoch feststellen, dass beispielsweise die Gewerk-

schaftszugehörigkeit (aus internationaler Sicht) hoch ist. Darüber hinaus zitiere ich aus einem aktuellen Kapitel über Lobbying in Skandinavien: „In den letzten Jahrzehnten befand sich die korporatistische Struktur in einem Stadium des Umbruchs und die gesellschaftliche Pluralisierung hat zugenommen, aber es ist wichtig zu bedenken, dass Teile der alten Struktur noch existieren. Zum Beispiel sind die Gewerkschaftsdichte und die Mitgliederquoten immer noch viel höher als in den meisten anderen Ländern.“ Und: „Während eine Reihe von Ländern Gesetze zur Regulierung von Lobbying-Aktivitäten haben (oder vorbereiten), haben die skandinavischen Länder keine ähnliche Regelung eingeführt.“ Hier sieht man also wohl kein so drängendes Problem.

Denken Sie, dass dieser Korporatismus manchmal auch rasches politisches Handeln ausbremst?

Ja, denn Verhandlungen mit unterschiedlichen Interessen brauchen Zeit. Aber gerade während der Corona-Krise war dies meines Erachtens nicht das Problem. In der Debatte hat sich vielmehr gezeigt, dass Gewerkschaften, die sich z. B. um Pflegepersonal kümmern, eher schnellere und klarere Entscheidungen (zum Beispiel über Schutzausrüstung) wollten. Meine vorläufige Einschätzung ist, dass Entscheidungen, die in dieser Krise zu langsam getroffen wurden, von der Regierung oder den Fachbehörden abhingen, auf die sie sich verlassen hat.

Eine Frage zur Lehrsituation in Uppsala: Haben Sie noch Präsenzunterricht?

Seit Ende Oktober unterrichte ich ausschließlich online.



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:

Schwedisches Flair mit Rusta

Zu den Begleiterscheinungen der Pandemie gehört, dass die Aufhübschung der eigenen vier Wände für viele zum regelrechten Hobby geworden ist. Wer zu Hause nicht nur wohnt, sondern auch noch arbeitet, will es eben möglichst nett haben. Wie gut, dass es jetzt schon in vier deutschen Städten Rusta aus Schweden gibt. Denn mit Rusta kann man sein Zuhause ganz einfach auffrischen, komplettieren und zu jeder Jahreszeit neue Inspirationen finden. Das Sortiment umfasst die Bereiche Wohnen, Garten und Heimwerken bis hin zu Haushalt und Beauty – alles zu überraschend günstigen Preisen. Unser Kammermitglied Rusta verlost mit uns drei Einkaufsgutscheine im Wert von je 50 €, einlösbar in den Filialen in Bremen, Lübeck, Schwentinal bei Kiel und Neumünster – sobald diese wieder geöffnet sind.



Gewinnen Sie! E-Mail genügt!

Wenn Sie einen von drei Rusta-Gutscheinen im Wert von je 50 € gewinnen wollen, schicken Sie bis zum **5.3.21** eine E-Mail mit dem Stichwort „RUSTA“ und Ihrer Adresse an schwedenaktuell@nordis.biz. Über die Östersund-Handwerkspakete freuten sich Annika Fegraeus (Berlin), Margareta Nilson (Köln) und Martha Bittner (Herne).



Nein, Couchpotatoes wurden wir nicht

„Wir haben die Welt gerettet durch unseren heldenhaften Einsatz. Wir haben...NICHTS getan.“ In dem Video der Bundesregierung vom letzten Herbst, ein Appell zur Kontaktbegrenzung, wirft sich der Erzähler auf die Couch, stopft Chips in sich hinein und spült sie mit Cola runter während der Fernseher heiß läuft. So der Rückblick im Film auf die Zeit der Pandemie. In Wirklichkeit kam es ganz anders. Bei mir landet jeden Tag eine E-Mail meines Arbeitgebers in Stockholm mit Selfies von Mitarbeitern, die spazieren gehen, im Eis baden oder joggen. Die Aufforderung: Mach eine Pause, geh raus und schau wie schön die Welt ist. Wir sind fast alle im Homeoffice. Videokonferenzen laufen ständig. Und da sieht man die Kollegen mit dem Laptop am Küchentisch, andere im Keller oder unter der Schräge auf dem Dachboden. Im Hintergrund oft Fitnessgeräte wie Laufbänder oder Spinnräder. Bei anderen stapeln sich in den Regalen Gesellschaftsspiele oder Schallplattensammlungen. Es ist ein ungewohnter Einblick in das nun verwobene Arbeits- und Freizeitleben. Und es lässt erahnen, ganz unwissenschaftlich, dass es ein Leben ohne Dauerkonsum (oder „binga“, wie das neuschwedische Verb heißt) von Netflixserien gibt. Auch gibt es keine Zeichen von Fastfood-Exzessen oder Trinkgelagen. Die monatlichen Verkaufszahlen der staatlichen Wein- und Alkoholgesellschaft Systembolaget deuten zwar einen erhöhten Alkoholkonsum an, aber weit geringer als manche befürchtet haben. Dagegen hört man im Gespräch immer wieder, dass die erzwungene Begrenzung der sozialen Kontakte Raum lässt für neue Ideen und neue Lebensentwürfe. Die Natur rückt mehr in den Fokus. Ein Umzug aus der hektischen Großstadt in größere Wohnungen mit Raum für einen Arbeitsplatz lockt. Was aber, wenn die meisten geimpft sind? Historiker zeigen auf die goldenen und wilden zwanziger Jahre nach dem ersten Weltkrieg und der verheerenden Spanischen Grippe, die wahrscheinlich mehr Menschenleben forderte als es Opfer im Krieg gab. Damals dursteten die Menschen nach Vergnügungen und rauschenden Festen, so wie viele jetzt Pläne schmieden für die Zeit nach der Pandemie.

NEUES AUS DER WIRTSCHAFT

Volvo Cars und Göteborg gemeinsam auf dem Weg zur klimaneutralen Stadt

Auf dem Weg zur klimaneutralen Stadt bis zum Jahr 2030 arbeitet Göteborg, aktuell Partnerstadt der Schwedischen Handelskammer, jetzt eng mit Volvo Cars zusammen: Die Heimatstadt des schwedischen Premium-Automobilherstellers will eine neue städtische Zone schaffen, die als Testareal für zukünftige nachhaltige Techniken dienen soll. In der sogenannten „Gothenburg Green City Zone“ ist man innerhalb eines Gebietes der größten Hafenstadt Skandinaviens dank zahlreicher klimaneutraler Transportmittel und einer vernetzten Infrastruktur komplett emissionsfrei unterwegs. Mit einer realen Stadt als Testgebiet kann Volvo die (Weiter-)Entwicklung von Techniken und Dienstleistungen in den Bereichen Elektrifizierung, Shared Mobility, automatisiertes Fahren, Konnektivität und Sicherheit beschleunigen. Volvo plant unter anderem den Einsatz von Robotaxis, die vom unternehmenseigenen Mobilitätsanbieter M betrieben werden. „Im Wesentlichen initiieren wir ein Projekt, das die Anzahl der Autos in der Stadt begrenzen soll – was ganz im Sinne unseres Unternehmens ist“, erklärt Håkan Samuelsson, Präsident und CEO von Volvo Cars. „Das beweist bereits unsere Investition in den Shared-Mobility-Service M, der mithilfe von künstlicher Intelligenz die Effizienz und Auslastung verbessern soll. Wir wollen die Städte der Zukunft mitgestalten und sie lebenswert halten. Diese Initiative gibt uns die Möglichkeit dazu; gleichzeitig können wir Verantwortung in unserer Heimatstadt übernehmen.“



Göteborg ist Partnerstadt der Schwedischen Handelskammer im Themenjahr zur Nachhaltigkeit

Access Germany: Maßgeschneidert für schwedische Scale-Ups

Die Schwedische Handelskammer bietet in diesem Herbst gemeinsam mit Startup Sweden, einem Startup-Programm von Tillväxtverket, erstmals ein besonderes Programm für wachsende, schwedische Tech-Unternehmen an, die sich in Deutschland etablieren wollen. Das Accelerator-Programm, das speziell für diese Art von Unternehmen entwickelt wurde, wird Vorträge und Workshops zu allen relevanten Themen von Finanzierung bis Unternehmensgründung in Deutschland beinhalten. Im zweiten Teil des Programms sind individuelle Coachings und persönliche Treffen mit Experten, Investoren, Partnern und potenziellen Kunden geplant.



Deutsch-schwedische FuE-Förderung: Antragsfrist bis 11. Mai

Das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) und die schwedische Förderagentur Vinnova haben erneut eine gemeinsame Ausschreibung zur Förderung bilateraler FuE-Kooperationsprojekte veröffentlicht. Bereits seit 2017 findet das im Rahmen der deutsch-schwedischen Innovationspartnerschaft jährlich statt. Antragsberechtigt sind KMUs mit weniger als 500 Beschäftigten und Forschungseinrichtungen, die in Schweden registriert sind. Die Förderung erfolgt in Form eines Zuschusses zu den Kosten industrieller Forschung und experimenteller Entwicklung, der nicht zurückgezahlt werden muss. Dabei können kleine und mittelgroße Unternehmen 50 % der Kosten erstattet bekommen, Forschungseinrichtungen bis zu 100 %. Die 4. Ausschreibung mit Schweden ist bis 11. Mai 2021 geöffnet. Infos unter zim.de

Kinnarps sorgt für Work Life Balance bei DB-Verwaltung



Bei der Entwicklung des Bürokonzepts wurden die DB-Mitarbeitenden von Beginn an einbezogen.

Kinnarps hat für die Deutsche Bahn ein Bürokonzept im Verwaltungsbau „Baseler Arkaden“ im Herzen Frankfurts auf den Weg gebracht. Gestaltet wurde die kreative Arbeitswelt vor allem durch die Beteiligung der Mitarbeitenden. Schon vor fünf Jahren wurde mit dem Konzept DB 2020 ein umfassender Prozess in Gang gesetzt, der mit vielfältigen Initiativen die Bahn AG als Arbeitgeber attraktiv machen soll. Homeoffice und flexible Arbeitszeiten sind dabei mittlerweile etabliert, seit

Frühjahr 2020 sowieso. Um die Zufriedenheit zu steigern, stehen das Wohlbefinden und die Work-Life-Balance der Mitarbeiter*innen bei der Bahn AG ebenso im Fokus. Konventionelle Büroräume und -layouts tragen nicht dazu bei, das war schnell klar. Aber wer weiß, und wer bestimmt, wann sich die Menschen wohlfühlen? Am besten die Beschäftigten selbst, entschied die Bahn und initiierte für die neuen Büros des Bereiches „Beschaffung“ in der City von Frankfurt/Main einen umfassenden Analyseprozess: Kinnarps Next Office®. Herausgekommen ist eine kreative, vielfältige und farbenstarke Büroumgebung.

E-Commerce in Europa wuchs durch die Pandemie stark

Nach einer Studie des Kammermitglieds Direct Link/PostNord hat die Pandemie den E-Commerce in Europa stark wachsen lassen. Der Umsatz stieg 2020 gegenüber dem Vorjahr um 12 % auf 260 Milliarden Euro. 220 Millionen Einkäufe wurden im jeweiligen europäischen Ausland getätigt. Besonders hohe Wachstumsquoten wiesen die stark betroffenen Länder Belgien, Italien und Spanien auf. Führende Produktkategorien waren Mode, Lebensmittel und Medizinprodukte. Die Studie analysiert zwölf Märkte und basiert auf Befragungen mit 12.800 europäischen Verbrauchern im Alter zwischen 15 und 79 Jahren. Der komplette Report kann bei Direct Link angefordert werden.

Vattenfall: Wasserstoff- gewinnung aus Wind- und Solarkraft

Die Unternehmen Shell, Mitsubishi Heavy Industries (MHI), Vattenfall sowie die kommunale Wärme Hamburg planen, wie sie künftig gemeinsam Wasserstoff aus Wind- und Solarkraft am Kraftwerksstandort Hamburg-Moorburg erzeugen und im Umfeld nutzen können. Dazu haben die vier Unternehmen jetzt eine Absichtserklärung unterzeichnet. Neben der Errichtung eines Elektrolyseurs mit einer noch skalierbaren 100 Megawatt-Leistung ist auch die künftige Entwicklung des Standorts zu einem sogenannten „Green Energy Hub“ vorgesehen. Es soll dabei auch untersucht werden, inwieweit die bestehende Infrastruktur des Standorts Moorburg künftig zur Energieerzeugung auf Basis erneuerbarer Energien genutzt werden kann. Dabei sollen weiterführende Konzepte wie die notwendigen Logistikketten und Speichermöglichkeiten für Wasserstoff mitgedacht werden. Vorbehaltlich einer finalen Investitionsentscheidung kann die Erzeugung grünen Wasserstoffs nach jetzigem Planungsstand nach erfolgter Baufeldfreimachung am Standort voraussichtlich im Laufe des Jahres 2025 erfolgen. Damit würde der Elektrolyseur zu den größten Anlagen in Europa gehören.

Verschicken Sie einen Frühlingsgruß und sparen Sie 10%



Um 2021 mit einem frischen Farbtupfer zu starten, bieten wir allen Kammermitgliedern einen Exklusivrabatt von 10% an. Schicken Sie Ihren Mitmenschen einen Blumengruß und fühlen Sie sich verbunden. Einfach beim Bestellen auf euroflorist.de den Code **EurofloristSHK10** eingeben!

Sie möchten Ihren Mitarbeitern und Business-Partnern im Home-Office etwas Gutes tun? Nehmen Sie jetzt Kontakt mit uns auf, um Ihren persönlichen Firmenrabatt bei Euroflorist festzulegen.

Team Euroflorist
Telefon: +49 (0) 163 5084007
E-Mail: partner@euroflorist.de



Mynewsdesk

Smart kommunizieren – Das PR-Tool mit Reichweite und Impact



2003 in Stockholm von Journalisten und Web-Enthusiasten ins Leben gerufen, ist Mynewsdesk die smarte Plattform für digitale PR. Die Cloud-basierte PR Software umfasst PR-Distribution und -Analyse sowie Medienbeobachtung basierend auf Künstlicher Intelligenz. Seit Ende 2020 ist Mynewsdesk Mitglied der Schwedischen Handelskammer.

Schweden aktuell sprach mit Sylvia Eberl, Country Managerin, über PR in einer besonderen Krisenzeit.

Sylvia, was waren die größten Herausforderungen für Ihre Kunden im Jahr 2020?

Der plötzliche Lockdown war zunächst ein echter Schock. Für die meisten Unternehmen bedeutete das zunächst die pure Existenzangst. Wie kann ich als Unternehmen weiterhin erfolgreich sein, wenn die meisten Mitarbeiter im Homeoffice sind und ich keinen Kundenkontakt mehr habe? Viele Kunden hatten schlichtweg keinen Krisenkommunikationsplan und wurden so zu Getriebenen der Ereignisse.

Wie hat Mynewsdesk reagiert?

Einen unserer Unternehmenswerte, „We care“, haben unsere Kunden durch die Krise noch stärker erleben können. Gerade jetzt ist in der Kommunikation Fingerspitzengefühl gefragt. Da ist es elementar, sich Zeit zu nehmen und sich in die Situation unserer Kunden hinein zu versetzen. Wir müssen zuhören, die Blickwinkel aller Stakeholder unserer Kunden verstehen. Erst dann können wir wirklich gut und nachhaltig beraten.

Was macht eine gute Krisenkommunikation aus?

Authentizität, Offenheit und die richtige Tonalität. Die Basis dafür sind wie gesagt das Zuhören und eine tiefgehende Analyse. Man muss ebenso verstehen, was „draußen“ über einen gesagt wird. Letztendlich sind alle Betroffenen auch nur Menschen. Empathie muss gelebt werden. Nur dann können kritische Themen so kommuniziert werden, dass sie auch verstanden werden.

Welche PR-Aktionen aus 2020 ist Dir im Gedächtnis geblieben?

Ein leuchtendes Beispiel war für mich der Zusammenschluss verschiedener Restaurants, die dazu aufriefen, beim jeweiligen Konkurrenten zu bestellen. Die Botschaft war eindeutig: Wir sitzen alle im selben Boot und wir kommen nur zusammen durch die Krise. Das war für mich ein starkes Zeichen der Solidarität.

Wie findet man als Unternehmen spannende Themen?

In dem Unternehmen müssen die kreativen Köpfe eine gewisse

Freiheit haben und man sollte über ein solides Media Monitoring verfügen. Es empfiehlt sich, die Stimmung der Kunden, aber auch die der Konkurrenz im Blick zu behalten. Wer mit positivem Beispiel vorangeht, erntet nicht nur Respekt. Langfristig baut dies Vertrauen auf und das ist Basis einer loyalen Kundenbeziehung. **Werfen wir einen Blick in die Glaskugel. Was wird 2021 wichtig?** Die Krise ist ein Katalysator für neue, digitale Strategien. Kommunikations- und Werbebudgets wurden umgeschichtet. Außenwerbung spielt im Marketing-Mix eine immer kleinere Rolle. Gleichzeitig wurden durch die Absage aller Live-Events viele spannende digitale und hybride Eventformate entwickelt – das wird sich 2021 vermutlich noch verstärken.

Wann hören wir wieder von Mynewsdesk?

Sehr bald schon! Wir stellen uns digital vor und organisieren gemeinsam mit der Kammer ein Webinar. Am 25.02.21 um 09:30 Uhr geben wir Einblicke in das Thema „Media Monitoring in Krisenzeiten“. Sie können gespannt sein auf einige Insights aus dem wohl extremsten Krisenjahr dieses Jahrtausends, Best & Worst Practices und wie man die eigene Kommunikation für nach der Krise aufstellt.



Mynewsdesk unterstützt Ihre Kommunikation mit künstlicher Intelligenz

Webinar am 25.02.21, 09.30 Uhr:
„Media Monitoring in Krisenzeiten“.
Infos und Anmeldung auf schwedenkammer.de.

SCRIVE

Innovator für elektronische Signatur und digitale Identität



Scrive wurde 2010 in Stockholm gegründet und etablierte sich schnell als Marktführer für elektronische Signaturlösungen im Norden. Mit dem Know-how und der Erfahrung im Bereich Digitalisierung hilft Scrive heute Unternehmen in über 40 Ländern, Arbeitsabläufe zu optimieren und sich mit Lösungen für elektronische Signatur und Identität für die Zukunft zu rüsten. Wir sprachen mit dem Marktmanager Deutschland Patrik Larm, um mehr über Scrive zu erfahren.

Was hat Scrive dazu bewogen, Mitglied bei der Schwedischen Handelskammer zu werden?

Schwedens weitverbreitete Verwendung von BankID wird von vielen Märkten, unter anderem auch Deutschland, als Vorzeigebispiel für Digitalisierungsprozesse herangezogen. Neben großen Konzernen suchen auch kleine und mittelständische Unternehmen nach Lösungen, den Signierungsprozess effizienter und zugleich kundenfreundlicher zu gestalten. Wir sind mit Standorten in Stockholm, Oslo, Kopenhagen, Amsterdam und seit kurzem auch in München vertreten. Als Mitglied der Schwedischen Handelskammer wollen wir neue und interessante Partnerschaften schließen, sowie bereits etablierte Freundschaften mit schwedischen und deutschen

Unternehmen pflegen.

Scrive ist Marktführer in Skandinavien für elektronische Signaturlösungen. Was steckt hinter diesem Erfolg?

Von Beginn an konzentrierte sich Scrive auf eine Blockchain-Architektur, die den Kunden von uns als Lieferant unabhängig macht. Im Laufe der Zeit haben wir wertvolles Branchenwissen erworben und unsere Lösungen kontinuierlich weiterentwickelt, um die Bedürfnisse unserer Kunden bestmöglich zu unterstützen. Dadurch konnten wir wertvolle CRM-Plattformpartnerschaften aufbauen und haben das Vertrauen von renommierten Unternehmen in streng regulierten Branchen, wie zum Beispiel in der Finanz-, Automotiv- oder Telekommunikationsbranche gewonnen.

Welche Auswirkungen hat die Pandemie, aufgrund der Tatsache, dass so viele Menschen von zu Hause aus arbeiten müssen, auf Ihr Unternehmen?

Fast alle Unternehmen waren dazu gezwungen, die Digitalisierungsprozesse schneller voranzutreiben. Dazu gehört natürlich auch die elektronische Signatur. In Zeiten wie diesen ist die Möglichkeit des persönlichen Kontaktes nun mal sehr eingeschränkt und Unternehmen suchen verstärkt nach einer Lösung für sichere Vertragsabschlüsse auf Distanz. Seit der Pandemie haben wir natürlich einen Anstieg verzeichnet und gezielt daran gearbeitet, unseren Kunden mit lang- aber auch kurzfristigen Lösungen zu helfen.

Webinar am 11.02.21, 09.00 Uhr: „Digitaler Durchbruch - schwedische Sicherheitslösungen“.
Infos und Anmeldung auf schwedenkammer.de.

Scrive bietet Kammermitgliedern im ersten Jahr 50% Rabatt für elektronische Signaturlösungen

Überbrücken Sie die letzte Lücke zu einem 100% papierlosen Betrieb, um ihre Kunden und Mitarbeiter zu begeistern. Scrive bietet Kammermitgliedern einen Rabatt von 50% auf elektronische Signaturlösungen für das erste Jahr.

Starten Sie noch heute ein Testkonto auf www.scrive.com oder kontaktieren Sie uns direkt. Kontakt: patrik.larm@scrive.com | Tel: +46 708 64 28 63



Gut beraten durch Kammerkontakte

VON PETER MARX

Wissen und können Sie alles? Das werden wohl die wenigstens von sich behaupten. Immer wieder gibt es Situationen, in denen Unternehmen, aber auch Politik und Verwaltung die Hilfe von Beratern in Anspruch nehmen. Oft geht es dabei um die Optimierung unternehmensinterner Abläufe – oder der Bedarf ist situationsbedingt, z. B. bei der Suche nach neuem Personal, bei Rechtsstreitigkeiten, bei Finanzierungsbedarf. Die Branche verzeichnet seit vielen Jahren ein kontinuierliches Wachstum. Allein in Deutschland gibt es rund 20.000 Beratungsunternehmen von HR bis IT, die gemeinsam gut 35,7 Milliarden Euro Umsatz erzielen. In Schweden sieht die Berater-Landschaft ähnlich vielfältig aus, bemerkenswert ist die mit 25 vergleichsweise hohe Anzahl börsennotierter Beraterfirmen.

Beratung ist eine ganz zentrale Dienstleistung, die Branche reicht vom Einzelunternehmen bis zu den großen, weltweit agierenden Beratungskonzernen wie Accenture mit über 500.000 Mitarbeitern.

Das Gute liegt so nah

Auch im Netzwerk der Schwedischen Handelskammer finden sich Berater zu vielen Spezialgebieten. Ob Steuer und Recht, Human Resources, PR und Marketing, Finanzierung oder Strategie: Es gibt kaum eine Expertise, die unter den Mitgliedern nicht abgedeckt wäre. Oft liegt hier der „schwedische Mehrwert“ natürlich in einer genauen Kenntnis beider Märkte, meist verbunden mit schwedischer Sprachkenntnis. Wer in beiden Märkten unterwegs ist, ist meist gut beraten, sich Experten zu holen, die über die jeweiligen Besonderheiten gut unterrichtet sind.

Doch gibt es darüber hinaus Gründe, sich seine Ratgeber innerhalb des Kammernetzwerks zu suchen?



Beratung ist Vertrauenssache

Ein Teil der Antwort ist ganz einfach menschlicher Natur, denn die Bedeutung von Vertrauen für Beratungsprozesse ist kaum zu überschätzen. Vertrauen garantiert zwar keinen Beratungserfolg, erleichtert aber die Arbeit. Wenn wir einen Berater beauftragen, erwarten wir, dass der etwas tut, was für uns positiv ist. Leider sind wir uns da aber nicht ganz sicher. Es gibt ein Risiko, dass der Berater uns wenig nützt oder sogar schadet. Wir vertrauen zunächst also seiner Außendarstellung und seinen Referenzen – und im Lauf der Zusammenarbeit wächst dann erst das tragende persönliche Vertrauen.

Die Kammer bietet hier für beide Seiten einen unschätzbaren Vorteil: Das persönliche Kennenlernen, das Aufbauen von Vertrauen, steht hier meist vor dem konkreten Beratungsbedarf. Man kennt sich eben schon, hat miteinander diskutiert und gelacht, Sympathien entwickelt, auch etwas übereinander gelesen und gehört.

Viele Mitglieder berichten, dass sie wenige Verbände kennen, in dem diese Basis so entspannt und offen aufgebaut werden kann, wie in der Schwedischen Handelskammer. „Das hat mit dem Spirit grundsätzlicher gegenseitiger Wertschätzung zu tun, der die Begegnungen bei Kammererevents, analog oder digital, so angenehm macht“, findet Thilo Schulz. Das Berliner Kammermitglied ist nicht nur selbst Berater, sondern hat auch Unterstützung anderer Mitglieder bereits genutzt: „Als für mich neulich die Finanzierung einer Anlageimmobilie anstand, also ein Thema, bei dem auch für mich als erfahrenen Rechtsanwalt im Immobilienbereich Vertrauen in die richtige Beratung zu den Finanzierungsbedingungen und Auswahl der finanzierenden Bank eine große Rolle spielt, war es ein gutes Gefühl, mich mit Frank Kasch an einen ‚Kammerfreund‘ wenden zu können“, berichtet er zufrieden. „Die Wahrscheinlichkeit, dass ich das einem externen Berater anvertraut hätte, wäre ohne diese Grundlage sehr gering gewesen. Der Prozess lief dann auch reibungslos und das Ergebnis war klasse.“

„Der persönliche Charakter der Kammer ist einzigartig“

„Natürlich kann man schwedische Mandanten in Deutschland viel besser beraten, wenn man ihren Background kennt und die schwedischen Fragestellungen“, bestätigt Brigitte Ellerbeck, Vorstandmitglied der Kammer und Geschäftsführerin bei der Steuerberatungs- und Wirtschaftsprüfungsfirma btu. „Wenn ich meinen Mitarbeitern sage, sie sollen ‚Schweden-kompatibel‘ formulieren, wissen die, es soll möglichst kurz, knapp und lösungsorientiert sein.“ Aber auch, wenn der Kunde aus dem Kammernetzwerk kommt und eine deutsche Firma ist, hat man gleich eine ganz andere Basis. „Die unhierarchische schwedische Kultur, das Kammer-Du, dieser persönliche Charakter, auch durch die Überschaubarkeit, das unterscheidet die Schwedische Handelskammer von den meisten anderen Verbänden, es ist etwas ganz Besonderes, das ich sehr schätze“, sagt Brigitte Ellerbeck. „Dabei fände ich ein allgemeines Geduze in Deutschland überhaupt nicht erstrebenswert!“ In diesem Kreis funktioniere es aber, da Formate wie die Kammerfika die entspannte Begegnung auf Augenhöhe förderten. Ein Riesenverband könne so etwas nicht leisten. „Das ist etwas ganz Eigenes. Und es lässt sich eben auch sehr gut in ein bilaterales Verhältnis übertragen, wenn man geschäftlich zusammenarbeitet“, findet Brigitte Ellerbeck.

Gibt es tatsächlich einen schwedischen Stil in der Beratung? Uta Schulz, Unternehmensberaterin mit besonderer Kompetenz für deutsche und schwedische Unternehmenskultur, ist davon überzeugt: „Gerade die großen internationalen Beraterfirmen haben ja den Ruf, mit Expertise von außen zu analysieren, oft auf Kosten der Mitarbeitenden.“ Nicht selten verschwänden die Ergebnisse dann auch in der Schublade, weil sie in den Unternehmen auf Widerstand stoßen. „Im Gegensatz dazu macht die schwedische Art die Mitarbeitenden nicht zu Betroffenen, sondern zu Beteiligten. Es ist ein wertschätzender Umgang. Sie sind doch die eigentlichen Fachleute. Niemand kennt das Unternehmen, den Markt, die Produkte und Dienstleistungen so gut wie sie“, beobachtet

Uta Schulz. Ergebnisse, die die Belegschaft mit ihrem Wissen selbst erarbeitet hätten, wären viel Erfolg versprechender und hätten darüber hinaus eine viel höhere Chance, auch realisiert zu werden. „Die Aufgabe des Beraters ist es, den Prozess analytisch anzustoßen und Perspektiven und Fragen einzubringen, auf die die Mitarbeitenden im Arbeitsalltag selbst nicht kommen“, erläutert Uta Schulz. Die Hamburgerin weiß aber auch, dass der schwedische Beraterstil dazu neigt, kritische Punkte und schwebende Konflikte auszublenden. Die schwedische Konsenskultur sei dabei manchmal nicht zielführend, meint die Beraterin: „Das ist dann der deutsche Anteil in meiner Beratung: Erkenne ich schwierige Punkte im Beratungsprozess, spreche ich das durchaus an, allerdings immer mit Freundlichkeit und einer Prise Humor, gegebenenfalls als Frage.“ Die Kombination aus deutschem und schwedischem Stil führe zu den besten Ergebnissen. Auch für ihr eigenes Unternehmen SveTys griff sie erst kürzlich auf das Kammernetzwerk zurück, um ihren Experten zu finden. Gemeinsam mit Alexander Hansen vom Kammermitglied Nordic Volt entwickelte sie die Corporate Identity ihres Unternehmens neu: „Auch hier geht es um Vertrauen und Inspiration, und die nordische Denk- und Arbeitsweise passt einfach ideal“, resümiert Schulz die Zusammenarbeit unter Kammerfreunden.

Human Resources: Personalberatung ist auch Unternehmensberatung

Auch das für Unternehmen äußerst wichtige Thema Personal ist oft Gegenstand von Beratung. Gibt es auch hier einen „schwedischen Stil“? Thomas Ryberg, Präsident der Schwedischen Handelskammer, ist als Unternehmensberater auf Head-Hunting spezialisiert. Auch, wenn Schweden und Deutsche mehr Gemeinsamkeiten als Unterschiede hätten, zeige die Erfahrung, dass es hilfreich sei, drei Unterschiede zu kennen: „Entscheidungsfindungsprozesse laufen in Schweden langsamer und mit mehr Beteiligten, in Deutschland schneller und mit mehr darauf folgender Kritik“, weiß Ryberg. Das Recruitment von Management und Spezialisten sei nur als integrierter Teil einer Unternehmensberatung optimal zu leisten, ist Ryberg überzeugt. „Nur, wenn ich die Firma und ihre Situation wirklich verstehe, kann ich beraten, welche Art von Führungskraft sie braucht – Softskills inklusive.“ Und genau dieses Verständnis ist unter sich bereits vertrauten Kontakten durch die Kammer oft tiefergehend als bei noch ganz außenstehenden Beratern.

Es gibt für viele Beratungsbedarfe versierte Fachleute im Kammernetzwerk. Eine Auswahl finden Sie auf der folgenden Doppelseite, viele können Sie persönlich treffen bei den zahlreichen Kammerveranstaltungen. Sie können bei einem bestimmten Bedarf auch stets in der Geschäftsstelle nachfragen.



von oben: Brigitte Ellerbeck (btu),
Thomas Ryberg (RYBERG CONSULTING),
Uta Schulz (SveTys),
Thilo Schulz (kallan Rechtsanwalts-gesellschaft)

Wieso ist Schwedens Datentransparenz in der Baufinanzierung problematisch?

Eine Immobilie kaufen, sie selbst nutzen oder sie vermieten, das ist ein großer Moment für Erstkäufer oder Privatinvestoren. Man findet eine Bank zur Finanzierung und im Verhältnis Darlehenssumme zu Beleihungswert werden eine Zinskondition und eine Tilgung vereinbart. Zusammen ist dies die Monatsrate für eine Zinsbindungsperiode. Ist dem Konsumenten das Angebot nicht passend, kann er andere Banken anfragen und dafür zwischen 400 Banken in Deutschland wählen. Nach Ende der Zinsbindung sucht man sich eine neue Bank für eine Umschuldung oder vereinbart eine Anschlussfinanzierung mit seiner alten Bank. Der Zins bezieht sich also auf den Immobilienwert und die Risikoeinschätzung und die Tilgungsdauer auf den Renteneintritt des Antragstellers. Jede Bank hat so ihre eigene Ermittlung von Beleihungswerten und hauseigene Risikobewertungsprofile und spezialisiert sich damit auf Zielgruppen.

In Schweden findet man 4-6 Großbanken, die sich den Markt regional aufteilen. Die Umschuldung, also einen verbraucherfreundlichen Wettbewerb um Konsumenten, findet man eher nicht. Die schwedische Finanzinspektion hat auch dieses Jahr wieder satte Gewinne aus dem Segment Baufinanzierung gemeldet. Hier schiebt man Gewinnspannen eher zum Darlehensgeber als zum Darlehensnehmer. Dies hat in den letzten Jahren zusammen mit den persönlichen Tilgungsanforderungen zu erheblichen Marktschwankungen geführt. Zum einen sind schwedische Tilgungen haushaltseinkommensabhängig, zum anderen werden Tilgungsprofile und bankinterne Wertermittlungen von der alten Bank an die neue Bank übertragen, also persönliche Bonitätsinformationen und Objektdaten zwischen den Banken ausgetauscht, Ablösemitteilungen kommen nur zögerlich. In Deutschland undenkbar. Dadurch sind Zins- und Tilgungsangebote relativ gleichgeschaltet und durch die Datentransparenz existiert für Konsumenten fast kein Wettbewerb am Markt. Nun kommen auf die schwedischen Banken 2022 zugleich eine höhere Bankenbesteuerung und die Umsetzung von Basel IV zu. Die Basler Abkommen entstanden in der letzten Finanzkrise und dienen der verbesserten Bankenkontrolle. Im Zentrum der vierten Stufe steht eine Erhöhung der bankinternen Eigenkapitalquote. Die erhöhte Banksteuer soll in die Verteidigung fließen. Die Kosten hierfür werden durch einen ausgebremsten Wettbewerb und höhere Zinsen auf den Konsumenten abgewälzt. Die Haushaltsverschuldung steigt und die Kreditvergabe wird erschwert. Die ungebremste Datenweitergabe von Tilgungsprofilen zwischen den Banken ist somit nicht nur datenschutzrechtlich schwierig, sondern sie führt indirekt in einen verlangsamten Kreditmarkt.



Frank Kasch
finanzierung-select.de
frank.kasch@finanzierung-select.de
Berlin

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

Die Berater der Schwedischen Handelskammer



PERSONAL & HUMAN RESOURCES

viking communication.
intercultural training

Margret Dotter
Heidelberg
inter-cultural-training.eu



STEUERBERATUNG & WIRTSCHAFTSPRÜFUNG

btu beraterpartner gruppe

Brigitte Ellerbeck
Oberursel/Taunus
btu-beraterpartner.com



RECHT

BAKER & MCKENZIE

Dr. Jon Marcus Meese
Berlin, Düsseldorf, Frankfurt,
München
bakermckenzie.com



RECHT

kallan

Dr. Maria Wolleh, Oliver Cleblad
Berlin, Frankfurt am Main
kallan-legal.de



FINANZEN & VERSICHERUNGEN

Mercuri Urval

Thomas Streveld
Wiesbaden
mercuriurval.com

JL
Johansson Steuerberatung

Kristina und Jessica Johansson
Ostfildern
johansson-steuerberatung.com

GHK

Hans Joachim Herrmann
Bad Oldesloe
kanzlei-ghk.de

mcf
CORPORATE FINANCE
Hamburg Helsinki London Stockholm

Stefan Edlich
Hamburg
mfccorpfin.com

rc RYBERG
CONSULTING
...makes companies better!

Thomas Ryberg
bundesweit
ryberg-consulting.com

SONNTAG & PARTNER
Wirtschaftsprüfer Steuerberater Rechtsanwälte

Dr. Andreas Katzer
Augsburg
sonntag-partner.de

GÖRLER UND PARTNER
Wirtschaftsprüfer Steuerberater Rechtsanwälte

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

Linklaters

Dr. Thomas Nießen,
Jenny Nyberg
Düsseldorf
linklaters.de



KOMMUNIKATION & MARKETING

EHRENBERG SØRENSEN
KOMMUNIKATION

Magnus Ehrenberg
Hamburg, Stockholm, Malmö
ehrenbergsoerensen.de

FINANZIERUNG select

Frank Kasch
Berlin
finanzierung-select.de

SVETYS

Uta Schulz
Hamburg
svetys.net

UHY Deutschland AG
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Dr. Ulla Peters
Berlin
uhydeutschland.de

HEUSSEN

Karl Woschnagg
Frankfurt am Main
heussen-law.de

WERNER, LUGER & PARTNER
RECHTSANWÄLTE · ADVOKATER
MÜNCHEN · STOCKHOLM

Dr. Klaus Werner
München
wernerlaw.de

Freizeit in den Zeiten der Pandemie

Wie sich das Freizeitverhalten
der Schweden verändert hat

VON ALEXANDER ROTH

Freizeit in Schweden ist fast genau 100 Jahre alt. Damals entstand die politische Idee der arbeitsfreien Zeit mit der schwedischen Arbeiterbewegung. Sie wurde durch zwei Ziele geeint: der Forderung nach allgemeinen Wahlen und der des Acht-Stunden-Arbeitstags – acht Stunden für Arbeit, acht Stunden für Freizeit und acht Stunden zum Schlafen. Der freien Zeit wurde eine bedeutende Rolle für die Demokratie beigemessen und so wurde die 40-Stunden-Woche bereits 1919 eingeführt und bildete fortan die Grundlage für die Organisation und Planung der Gesellschaft.

Die Freizeitgestaltung spiegelt den Zeitgeist wider

Doch wie soll man die Freizeit gestalten? Das war immer auch eine politisch-gesellschaftliche Frage. In jedem Fall spiegelt die Freizeitgestaltung immer in höchstem Maße den Zeitgeist wider: Anfangs stand die nützliche Freizeit im Mittelpunkt und in den 1920er- und 1930er-Jahren wurde der Begriff „Hobby“ populär. Es wurden Modelle gebaut und genäht, bis in den Sechzigern das Hobby von der Konsumkultur eingeholt wurde. Nun diente die Freizeit auch dazu, seine Persönlichkeit darzustellen, wenn man so will: eine Identität zu kaufen. Dieser Trend zur identitätsstiftenden Freizeitgestaltung setzte sich fort: Heutige Hobbys wie Golf spielen, Segeln, Fitnessstudios besuchen und Reisen markieren auch meist einen Lebensstil und Status.

Seit einigen Jahrzehnten wandelt sich das Bild von Freizeit durch die stärker durchlässigen Grenzen zwischen dem Arbeitsleben und der privaten Zeit; in vielen Berufen greifen beide Bereiche

immer mehr ineinander. Unsere Freizeit ist weniger frei geworden. Heute ist es eine echte Herausforderung, die Zeit-Puzzleteile zu einem stimmigen Gesamtbild zusammensetzen.

Sozialdistanzierung, Hobbyepidemiologen und Zoombombardement

Das Jahr 2020 bildet erneut eine Zäsur in der Freizeitgestaltung: Das Homeoffice in Pandemiezeiten hat diesen Entgrenzungstrend dramatisch verstärkt. Wie haben sich die Lebensgewohnheiten und das Freizeitverhalten der Schweden in diesem Jahr verändert? Verschiedene Konsumtrends und Kaufmuster der zurückliegenden Monate geben Hinweise darauf, wie die Menschen ihre Freizeit verändert haben. Auch die von der Schwedischen Akademie ermittelten neuen schwedischen Wörter für 2020 weisen auf Veränderungen der Art und Weise hin, wie man seine Freizeit verbringt: Corona-anpassen, Coronagrüße, Hobbyepidemiologie, Sozialdistanzierung, kleine Baumeister und Zoombombardement. Das Jahr war turbulent, verschiedene Branchen haben wegen des Virus dramatische Aufschwünge oder Niedergänge erlebt. In Schweden waren die Restriktionen und Empfehlungen bekanntlich nicht so strikt wie in Deutschland. Aber das bedeutet nicht, dass die Schweden ihr Alltagsleben nicht verändert hätten. Um das Infektionsrisiko zu reduzieren, verbrachten und verbringen die Schweden den Großteil ihrer Freizeit zuhause. Arbeit, Schule, Kultur, Sport und Konsum sind in die eigenen vier Wände eingezogen und die Plätze, an denen Menschen sich sonst trafen, blieben leer: Während Hotels 40 % weniger Übernachtungen verzeichneten und die schwedischen Restaurants Einbrüche von

25 % vermeldeten, gewannen die Lieferservices. Das bereits stark digitalisierte Schweden wurde noch virtueller – und war bestens darauf vorbereitet. Nie war das Netz überlastet, obwohl die Internetnutzung in Privathaushalten um 500 % anstieg. Ob Werktag oder Wochenende machte keinen Unterschied mehr, als alle zuhause ihre Arbeit erledigten: Zwei Drittel aller schwedischen Berufstätigen arbeiteten 2020 zumindest teilweise aus dem Homeoffice.

Shoppingverhalten dokumentiert Freizeitgestaltung

Auch das Onlineshopping boomte – besonders dank der Senioren, einer Gruppe, die zuvor weniger online einkaufte. Im Sommer wurden Mode und Accessoires bestellt, besonders in den Großstädten Stockholm, Göteborg und Malmö. Abseits der Metropolen kauften die Schweden, die näher an der Natur wohnen, besonders viele Sport- und Freizeitgeräte. Auch der Umsatz mit Produkten für das Auto, das Zuhause und den Garten stieg merklich. Das für den Urlaub verplante Geld wurde nun anderweitig ausgegeben: Im Hauptferienmonat der Schweden, dem Juli, fanden erotische

In der dazu gewonnenen Freizeit wurde wieder mehr gelesen. Das galt auch für Zeitschriften und Magazine.

Produkte reißen den Absatz. Vor allem suchte man die Zerstreuung in der Corona-Krise. Es wurde ferngesehen, gelesen und gestreamt wie nie zuvor. Der Verkauf von entsprechenden technischen Geräten, vor allem Fernsehern und Videokonsolen stieg um 50 %. Das Streaming erreichte neue Rekorde. Fast die Hälfte der Schweden bezahlt nun – im Durchschnitt 20 Euro pro Monat – für Streaming, mehr denn je. Die Streaming-Seiten YouTube, Netflix, HBO Nordic und SVT Play verzeichnen Zahlen wie nie zuvor. Dabei beschäftigen sich die Konsumenten am liebsten mit Komödien, Fantasiewelten und dem tröstlichen Altbekannten. Die meistgestreamten Serien waren Modern Family, The Last Dance, und Tiger King; die Prestige-Serien Game of Thrones, West World, Chernobyl, Vikings und das schwedische Eishockeydrama Björnstad. Im Fernsehen fanden die Schweden ihre nationale und traditionelle Unterhaltung. Die populärsten Fernsehprogramme in der Krise waren bekannte Klassiker: Melodifestivalen, På Spåret und Mord im Mittsommer, alle mindestens 10 Jahre auf Sendung. An Weihnachten war der Wunsch nach Gemeinschaftsgefühl durch Home Entertainment besonders stark: Das traditionelle Weihnachtsfernsehprogramm Donald Ducks Weihnachten erreichte einen Zuschauerrekord: 7,5 Millionen von 10 Millionen Schweden sahen das Programm, fast drei Millionen mehr als der frühere Rekord von 4,3 Millionen. Das

macht die Weihnachtssendung 2020 zu einem der größten von allen Schweden geteilten Erlebnisse aller Zeiten.

30 % mehr Garten: Leserinteressenten spiegeln die Aktivitäten wider

Doch die Schweden nutzten ihre Freizeit unter Pandemiebedingungen nicht nur zum Starren in den Flimmerkasten. Wenn auch der Verkauf im stationären Buchhandel zurückging, konnte der Onlinebuchhandel einen Anstieg der verkauften Literatur melden. In der dazu gewonnenen Freizeit wurde wieder mehr gelesen. Das galt auch für Zeitschriften und Magazine, vor allem in der digitalisierten Version. Dr. Susanne Ardisson vom Kammermitglied Ready: „Die Pandemie und ihre Auswirkungen sind in den Lesegewohnheiten der Nutzer und Nutzerinnen deutlich sichtbar. Sie haben dazu geführt, dass weniger gereist und weniger soziale Kontakte geknüpft wurden“, berichtet Ardisson. Im Fokus standen häusliche Aktivitäten. Die Lesegewohnheiten der Ready-Abonnenten spiegelten diese gesellschaftlichen Entwicklungen wider. In Deutschland hätten die Kategorien Essen und Trinken, Architektur und Design sowie Haus und Heimwerken am stärksten zugenommen. „In Schweden ergibt sich ein ähnliches Bild – außer, dass hier zusätzlich die Kategorie Garten durch die Decke ging mit einem Wachstum von mehr als 30 %“, erläutert Ardisson. Verlage mit diesen Themen hätten durch Reisebeschränkungen und die soziale Distanz große Zuwächse in der Nachfrage erfahren. Zeitschriften seien häufig als Inspirations- und Wissensquelle für verschiedene Projekte und Hobbys genutzt worden.



Es wird wieder mehr gelesen – und die thematischen Interessen lassen Rückschlüsse auf die Freizeitgestaltung zu.

Renaissance des Puzzelns

Neben Büchern stieg auch das Interesse für Familien- und Kinderspiele; das gute alte Puzzle erfuhr (wie auch in Deutschland) eine überraschende Renaissance. Der Umsatz mit Puzzles stieg um mehr als 50 %, ein Verkäufer in Stockholm berichtet gar von einer Umsatzsteigerung um 500 %. Für das Miteinander zu Hause ist Spielen eine gute soziale Alternative. Miteinander spielen und sich begegnen kann man auch, ohne im selben Raum zu sitzen. Jessica Bollnert, PR-Expertin aus Östersund, hat beobachtet: „Spieleabende per Videokonferenz oder



auch einfach ein Treffen mit Freunden, bei dem man gemeinsam isst und trinkt – nur eben jeder vor seinem Bildschirm – sind eine der ganz großen Innovationen des Corona-Jahres 2020. Bei allem, was einem da an direktem Miteinander fehlen mag, ein Vorteil liegt auf der Hand: Keiner muss nachher noch nach Hause fahren“, schmunzelt sie.

Nur zuhause zu sitzen führt jedoch potentiell zu Gesundheitsproblemen. 46 % der Schweden hatten schon vor der Pandemie ein schlechtes Kreislaufsystem. In der Coronakrise steuerten sie jedoch offensichtlich dagegen. Der Fahrradverkauf legte dramatisch zu, das Training zuhause wurde vielseitiger und beliebter. Laut einer Umfrage bewegen sich fast die Hälfte der Schweden seit Corona mehr. Vor allem haben sie sich dabei an die Natur gehalten – den großen nationalen Stolz, der Neid des übrigen Europas. Jedes Jahr im Sommer fahren Millionen Schweden aufs Land und verbringen ihre Zeit im meist für sich gelegenen Ferienhaus. Sozialdistanzierung im Urlaub ist also immer schon ein wichtiger Teil der schwedischen Identität und das Interesse ist dieses Jahr noch größer geworden. Das Weihnachtsgeschenk des Jahres war demnach auch die Sturmküche, also Outdoor-Kochgeschirr. „Die Coronapandemie hat zu einem starken Trend draußen zu sein geführt, im Garten wie in der freien Natur. Diesen Trend kann man auch in der Einkaufstatistik sehen und das Geschenk spiegelt dieses Faktum wider“, kommentiert das Schwedische Handelsinstitut die Wahl des stets viel beachteten Weihnachtsgeschenk des Jahres. Die Pandemie war also ein katalysierender Faktor, der das bereits bestehende Interesse für Umwelt und Natur befeuerte.

Welpenmangel

Wenn die Sehnsucht nach Gemeinschaft allzu stark wurde, griffen die Schweden zu anderen Maßnahmen. Das kann man deutlich am Tierversuch des Jahres ablesen. Der Verkauf erhöhte sich um 30 %, die Hundezüchter sprachen gar von einem Mangel an Wel-

pen. Früher hatten viele keine Zeit, einen Hund zu halten – jetzt aber sind die meisten ohnehin zuhause. Die Tierschutzvereine sind dennoch besorgt: Wenn die Pandemie vorbei sei, könnten viele Menschen ihr neues Haustier vernachlässigen.

Freizeit in Zeiten von Corona: Für Schweden hieß das Hindernis und Motivation für neue Entdeckungen zugleich. „Der Mensch muss etwas neben der täglichen Arbeit finden, das er mit Interesse und Liebe umarmen kann“, schrieb das Svenska Dagbladet 1931. Während der Pandemie zeigen nicht nur die Schweden, dass dieses Etwas auch zuhause zu finden ist.



Weihnachtsgeschenk des Jahres 2020: der Sturmkocher

👑 Digitaler Jahresauftakt: „Deutsch-schwedische Handelsbeziehungen sind trotz Corona grundsolide“



Aufgrund der anhaltenden Einschränkungen durch die Corona-Pandemie fand der diesjährige Jahresauftakt der Schwedischen Handelskammer erstmals virtuell statt. Die Mitglieder trafen sich auf der Plattform Gather.Town, die interaktives Netzwerken ermöglicht. Über 80 Teilnehmer nutzten die Gelegenheit, das neue Tool auszuprobieren und den abwechslungsreichsten Vorträgen beim Jahresauftakt zu lauschen, die sich um das Schwedenbild während Corona und die Entwicklung der Streamingbranche in der Pandemie drehten und mit einem kulturellen Gruß aus der Partnerstadt Göteborg abschlossen.

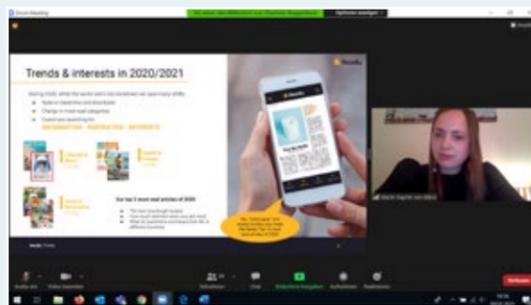
Sofia Bard und Christina Nyström vom Svenska Institutet gaben Einblicke in die Studien des Instituts zum Schwedenbild während der Corona-Pandemie. Anfang 2020 war das Image Schwedens noch positiv, erklärten Bard und Nyström. Die mediale Berichterstattung über Schweden verdichtete sich, als das Land einen deutlichen „Sonderweg“ bei der Bewältigung der Corona-Krise einschlug. „Die Berichterstattung war zunächst positiv, wurde neutral und zum Jahresende hin wurde sie negativer“, fasste Expertin Sofia Bard die Ergebnisse der Studien zusammen. Auch die persönlichen Einschätzungen der Teilnehmer zum veränderten Image Schwedens kamen beim Jahresauftakt zum Tragen. Im Anschluss an den Vortrag bat Moderator Peter Marx von der Regionalgruppe Rhein-Ruhr alle Zugeschalteten in Breakout Rooms, in denen die eigenen Erfahrungen aus verschiedensten Branchen geteilt wurden. Inwiefern sich das Schwedenbild im letzten

Jahr geändert habe und ob das Auswirkungen auf schwedische Geschäftstätigkeiten in Deutschland habe, wurde rege diskutiert. Bezüglich des Images waren sich die Gruppen uneinig: Während einige sicher waren, man habe noch immer ein positives Bild von Schweden, sahen andere deutliche Veränderungen. Jan Valentin Deichsel (legalpartner.berlin) konstatierte, dass das positive Bild mit der gut funktionierenden schwedischen Regierung verbunden war. „Bei der Krisenbewältigung 2020 habe die Regierung allerdings die Erwartungen der Bürger enttäuscht“, fasste er die Einschätzung seiner Breakout-Gruppe zusammen. Diesen Eindruck habe man auch in Deutschland gehabt, stimmte Thilo Schulz (kallan) für seine Gruppe zu. Eine Befürchtung seiner Gruppe sei, dass dieser Eindruck bestehen bleiben könnte. „Zumindest hat die unterschiedliche Reaktion auf die Corona-Krise ein neues Bewusstsein für die politischen und kulturellen Unterschiede Deutschlands und Schwedens geschaffen“, resümierte er.



Hat die Pandemie Auswirkungen auf das Schweden Image? Darüber wurde unter anderem in Breakout Rooms diskutiert

Nahezu einig waren sich die Diskussionsteilnehmer bei der zweiten Frage: Die Kammermitglieder erwarten keine Auswirkungen des veränderten Schwedenbilds auf schwedische Geschäftstätigkeiten in Deutschland: „Schwedisch-deutsche Geschäftsbeziehungen sind grundsolide“, befand Henrik Rinnert von Icomera. Einblick in eine besondere Branche, die während der Pandemie



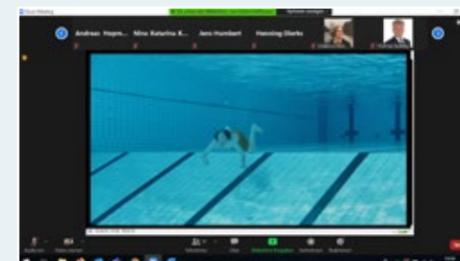
Marie-Sophie von Bibra, Marketingleiterin bei Readly und Kathrin Rüstig von BookBeat Deutschland gaben Einblicke in eine besondere Branche.



Zuwächse verbuchen konnte, gaben Marie-Sophie von Bibra, Marketingleiterin bei Readly und Kathrin Rüstig, Geschäftsführerin für BookBeat Deutschland, im zweiten Teil der Auftaktveranstaltung.

Die beiden Kammermitglieder werben auf dem Streaming-Markt um die Zeit der Nutzer: BookBeat bietet eine unlimitierte Hörbuch-Flatrate, Readly lockt mit dem unbegrenzten Zugriff auf über 50.000 deutsche und internationale Magazine und Zeitschriften. Eine Mentimeter-Umfrage mit den Teilnehmenden zeigte klar, dass die Kammermitglieder Streamingfans sind. Die meisten Teilnehmenden hatten schon vor dem Corona-Jahr ein Abo. Kathrin Rüstig stellte fest, dass die Entwicklung im Hörbuchmarkt bereits vor Corona schon die letzten Jahre rasant war. Auch Readly habe eine starke Beschleunigung auf dem Markt erlebt, jedoch vor allem 2020: „Das letzte Jahr hat einen ganz anderen Gang eingelegt“, sagte Marie-Sophie von Bibra. „Die Leute haben viel mehr gelesen.“ Besonders interessiert waren die Nutzer an Corona als Thema; gleichzeitig war Inspiration aus den Bereichen Lifestyle, Heimwerken und Gesundheit gefragt. Auch Reisemagazine als eine Art Eskapismus aus dem Lockdown fanden großen Anklang. Im Hinblick auf Unterschiede zwischen den Schweden und den Deutschen stellte Kathrin Rüstig klar fest, „Schweden hören weniger Hörbücher bei BookBeat als Deutsche“.

Auf Anregung der Regionalgruppen bot der Jahresauftakt diesmal auch einen kulturellen Teil. Der schwedische Kurzfilm „Badaren“ vom Regisseur Jonatan Etzler, der beim Filmfestival Göteborg seine Weltpremiere feierte, wurde als Abschluss der Jahresauftakts gezeigt und weckte allgemeine Erheiterung mit seinem typisch nordischen Humor. Gabriele Gillner und Sebastian Apel von den Nordischen Filmtagen Lübeck ordneten das Werk im Gespräch mit Peter Marx ein. Dieser zog ein positives Fazit der digitalen Veranstaltung: „Das war ein sehr interessanter Jahresauftakt!“



Kurzfilm exklusiv: „Badaren“ von Jonatan Etzler

👑 Neuer Podcast der Handelskammer: Einblick in Mitgliedsunternehmen



Langeweile im Lockdown? Nicht mit der Kammer – im Januar startete der erste Podcast der Schwedischen Handelskammer, Kammarpodden. Das neue Format ermöglicht Mitgliedern und Interessierten,

orts- und zeitungebunden Neues über Mitgliedsfirmen zu erfahren. Das Spektrum ist dabei denkbar vielfältig. Beim Joggen etwas über digitale Gesundheit made in Sweden hören, den Abwasch machen und dabei lauschen, wie schwedische Firmen Patententwicklung erleichtern oder bei der Autofahrt erfahren, wie 5G in Zukunft unser Leben in Schweden und Deutschland verändert – im Kammarpodden erfahren die Hörer, woran die schwedische Wirtschaft in Deutschland gerade arbeitet und was sie ausmacht. Interviews mit Vertretern spannender Mitgliedsfirmen erwarten das Publikum in jeder Folge. Kammarpodden ist auf allen gängigen Podcastplattformen und schwedenkammer.de zu finden. *Unterstützt wird Kammarpodden von Ryberg-Consulting und Parkster.*

👑 Adventsmingel

Die Vorweihnachtszeit wurde leider anders als erhofft – kein Weihnachtsmarkt, keine Lucia-Feier, keine großen Treffen mit Familien und Freunden. Dafür hat aber die Schwedische Handelskammer, gemeinsam mit den Regionalgruppen, im Dezember die Mitglieder zu insgesamt drei verschiedenen Adventsmingeln eingeladen: einmal mit der Regionalgruppe Baden-Württemberg, einmal mit der Regionalgruppe Bayern und mit der Regionalgruppe Rhein-Ruhr. In entspannter Atmosphäre haben die Teilnehmer eine kurze Auszeit vom Arbeitsalltag genommen und gemeinsam Glögg und Pepparkakor genossen. So haben die Kammermitglieder zusammen etwas Weihnachtsatmosphäre schaffen können – auch digital!

NEUES AUS DEM JUNIOR CHAMBER CLUB

JCC-Brancheneinblick: Duncan Gorst, Solicitor

„Wie Menschen an Streitigkeiten herangehen, verrät, wie ihr Verstand funktioniert“



Du bist Anwalt und berätst täglich Mandanten. Was begeistert dich an diesem Job, warum macht es Spaß, zu beraten?

Mir gefallen vor allem die Abwechslung und die Zusammenarbeit mit Menschen. Anwalt zu sein ist viel mehr als nur das Recht zu kennen. Man muss auch gut mit Menschen umgehen können und gut darin sein, das Mandat, sich selbst und andere Beteiligte zu managen. Ich habe das Glück, mit Kollegen und Mandanten aus der ganzen Welt arbeiten zu dürfen. Jeder Fall ist anders und eine neue Gelegenheit, zu lernen – der Job ist herausfordernd und sicher nicht eintönig.

Du bist selbst Engländer und arbeitest schon lange in der Beratung in Deutschland und hast viele internationale Mandanten. Welche kulturellen Unterschiede zwischen den verschiedenen Ländern stellst du fest, wenn du Rat gibst?

Was mir auffällt, sind nicht nur die kulturellen Unterschiede, sondern auch die kulturellen Gemeinsamkeiten. Deutsche, Briten und Schweden sind im Wesentlichen gar nicht so verschieden. Ich fand es leicht, mich in Deutschland zu integrieren.

Viele kulturelle Unterschiede spiegeln sich interessanterweise in der Sprache wider. Es ist übrigens kein Klischee, dass Deutschland formeller ist. Ich musste mich zum Beispiel daran gewöhnen, Herr Gorst genannt zu werden. Deutsche sind in der Kommunikation auch oft direkter und konfrontativer. Bei Briten und Schweden gibt es eher eine implizite Kommunikation.

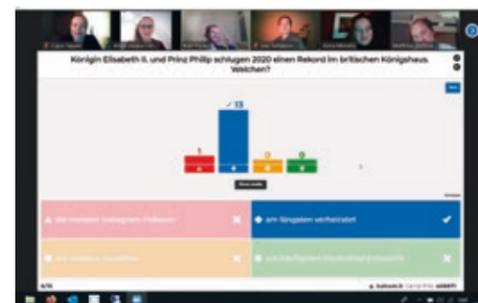
Wie Menschen an Streitigkeiten herangehen, verrät, wie ihr Verstand funktioniert. Ich sehe in der Praxis, wie viele verschiedene Kollegen und Mandanten ähnliche Probleme auf die gleiche Weise angehen. Es gibt eine gewisse Psychologie bei der Entscheidungsfindung, die auf kulturellen Faktoren beruhen kann. Hier sieht man dann die kulturellen Gemeinsamkeiten. Es ist natürlich sehr subjektiv. Die Welt ist heutzutage so vernetzt, dass man meiner Meinung nach nicht verallgemeinern kann.

Du arbeitest viel im Bereich Schiedsgerichtsbarkeit. Bist du auch privat derjenige, der vermittelt und schnell Streits beilegt?

Ja, es gibt meiner Meinung nach immer Raum für konstruktive Diskussionen, um eine gemeinsame Basis zu finden. Beide Seiten müssen bereit sein, einen Schritt zurückzutreten, die Situation neu zu bewerten und einen Kompromiss zu suchen – was natürlich manchmal leichter gesagt als getan ist.

JCC Jahresrückblick-Quiz mit dem Junior Chamber Club

Das Jahr 2020 war von Corona geprägt. Aber was ist sonst noch passiert? Das hat das JCC-Komitee Düsseldorf-Köln in einem Jahresrückblick-Quiz im Januar nochmal genau nachgefragt. Die Teilnehmer wurden durch ein Quiz geführt, bei dem an besondere Ereignisse des vergangenen Jahres erinnert wurde. Von den schwedischen Nachrichten über Stockholms neue „Goldene Brücke“ bis zur US-Wahl: 2020 war schließlich ein inhaltreiches Jahr. Am Ende gab's auch einen Gewinn: JCClerin Henrike Hedel



konnte sich über die exklusive SHK-Maske freuen.

JCC Einzigartiges Jubiläumsprogramm zum 20-jährigen geplant

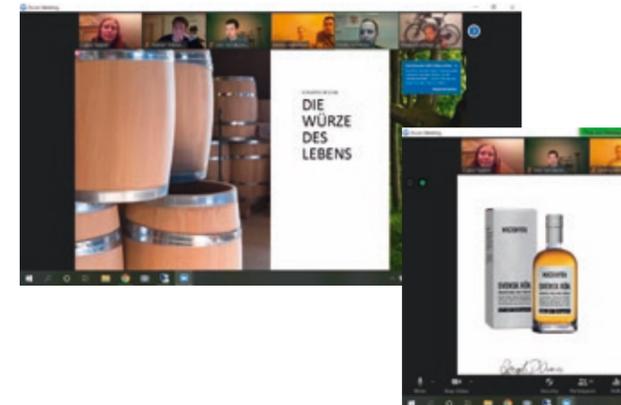
Am 10. – 12. September macht ein Schiff voller JCCler sich auf nach Schweden: Der Junior Chamber Club feiert 20 Jahre seines Bestehens – und bringt zusammen mit Stena Line die große Jubiläumsfeier von Deutschland nach Schweden und zurück. Alle JCCler sind eingeladen, von Freitag bis Sonntag auf der Stena Line und in Göteborg das Jubiläum gemeinsam zu feiern. Frische Inspiration, ein spannender Firmenbesuch und ein festliches Jubiläumsdinner sind die Eckpunkte, die das Festkomitee des Junior Chamber Clubs schon seit mehreren Wochen plant. Merkt euch den Termin schon jetzt vor, eine detaillierte Einladung folgt. Mehr Informationen laufend auf www.schwedenkammer.de oder in den sozialen Kanälen.

Das JCC-Jubiläumslogo (siehe Seite 24) wurde von Nordic Volt entworfen. Wir danken herzlich dafür!

JCC Whisky-Tasting mit Mackmyra

Ist der Dezember normalerweise geprägt von Weihnachtsmarktbesuchen und Glühweinabenden mit Freunden, hieß es im vergangenen Jahr Abstand halten und Kontakte einschränken. Doch dem wollten die JCCler Duncan Gorst (München) und Tobias Koch (Frankfurt) sich nicht völlig geschlagen geben und organisierten ein Whisky-Tasting mit dem Mitgliedsunternehmen Mackmyra. Im Vorfeld konnten die TeilnehmerInnen sich ihre Tasting-Sets bestellen und waren so bestens gerüstet für eine virtuelle Reise durch die Geschichte des ersten schwedischen Malt-Whiskys. Malte Schweia von Mackmyra führte nicht nur durch die un-

terschiedlichen Geschmäcker der zu verköstigenden Whiskys, sondern erklärte darüber hinaus auch, woraus Whisky eigentlich besteht, worin der Unterschied zwischen Whisky und Whiskey besteht und was sich hinter dem Begriff „Angels' share“ verbirgt. Das Genussmittel habe einen Wandel erlebt, erklärte Schweia, und sei heutzutage nicht mehr das Getränk älterer Herren. „Whisky ist jünger geworden“, stellte er fest. Das rege Interesse der JCCler bestätigte diesen Trend nachdrücklich.



Das Whisky-Tasting am heimischen Bildschirm kam beim JCC richtig gut an.

JCC Karriere trotz Krise

Ist es eine gute Idee, sich in der Pandemie beruflich neu zu orientieren? Und wie gehe ich meine Bewerbung in dieser turbulenten Zeit richtig an? Diesen und weiteren Fragen widmete sich das JCC-Event „Karriere trotz Krise“. Anfang Dezember referierte Patrick Roscher, Recruiter beim Fördermitglied Vattenfall, dazu. Die vom JCC Hamburg initiierte virtuelle Veranstaltung zog viele Interessenten an, die unabhängig von ihrer derzeitigen beruflichen Situation und ihrem Alter neugierig waren auf die Tipps vom Profi. Entstanden ist die Idee zu diesem Format bereits während einer JCC-Konferenz im August und wurde weiterentwickelt von den HamburgerInnen Svenja Gelpke und Arne Guthknecht. Patrik Roscher begann seinen Vortrag mit einem Einblick in die Firmenphilosophie Vattenfalls in Bezug auf Young Professionals, ihre Rolle in Unternehmen und ihre beruflichen Werdegänge. Er machte deutlich, dass flexibles Arbeiten und Homeoffice nicht erst seit Beginn der Pandemie Forderungen junger Menschen seien: „Diese Konzepte sind die Zukunft und eine ausgewogene Work-Life-Balance erhält einen



immer größeren Stellenwert.“ Gemeinsam mit dem Referenten diskutierten die Teilnehmer die Veränderungen der Arbeitswelt, erhielten jedoch auch handfeste Tipps zur Erstellung von Lebensläufen und Bewerbungsschreiben, ebenso wie Ratschläge in Sachen Karrieresprünge. Am Ende zog Roscher ein klares Fazit und gab damit vielen Young Professionals Mut: „Karriere trotz Krise? Ganz klar, ja!“



Jubiläum

Der Junior Chamber Club feiert 20 Jahre als Netzwerk für Young Professionals. Seid dabei!

Karriere-Sprungbrett für Talente:

Das Traineejahr bei der Schwedischen Handelskammer



Eine einzigartige Chance, die eigene internationale Laufbahn zu beginnen: Junge Schweden können sich ab sofort wieder für ein Traineejahr bei der Schwedischen Handelskammer in Deutschland bewerben.

Studierende und Absolventen erhalten die Möglichkeit, ein Jahr lang **Teil der Geschäftsstelle** der Handelskammer zu werden und den deutschen Markt und die schwedische Wirtschaft in Deutschland vor Ort kennenzulernen. Eingebunden **in alle Bereiche** der Kammer gewinnt der Trainee Einblick in die Arbeit einer Auslandshandelskammer, entwickelt seine **Sprachkenntnisse** weiter und kann **wertvolle Kontakte** im Netzwerk knüpfen.

Ermöglicht wird das Traineeship durch ein Stipendium des Stipendiefonden för Svensk Utlandsungdom.

Die Bewerbungsfrist läuft bis zum 20. Februar 2021.

Mehr Informationen: [link zum pdf](#)

Välkomna!

Wir begrüßen unsere neuen Mitglieder



Saab Deutschland GmbH

ist mit über 80 Jahren Branchenerfahrung eines der weltweit führenden Hochtechnologie-Unternehmen in den Bereichen Verteidigung, Luftfahrt und zivile Sicherheit. Als langjähriger Partner der Deutschen Luftwaffe ist Saab für die Selbstschutzsysteme des Tornados verantwortlich und bietet eine breite Palette von Radar- sowie Flugabwehrsystemen an. Im maritimen Bereich liefert Saab komplette Plattformen, Sensor- und Effektorsysteme sowie Subsysteme.

Hissmekano AB

ist führender Großhändler für Aufzugskomponenten in Skandinavien und mit 20 engagierten Mitarbeitern in Schweden und mehr als 220 Kunden in Nordeuropa. Die Unternehmenszentrale befindet sich in Täby, einer Gemeinde, die im Norden vom Großraum Stockholm liegt.

Duni GmbH

liefert innovative Konzepte für Tischgedecke und kreative Verpackungs- und Mitnahmelösungen für professionelle Restaurantsbetriebe und Verbraucher. Dunis gesamtes Angebot ist auf Goodfoodmood ausgelegt und spiegelt die jahrzehntelange Spezialisierung in Bezug auf Materialien und Design wider.

Getinge Deutschland GmbH

ist 1904 in der kleinen Stadt Getinge in Schweden gegründet worden und bietet Produkte und Lösungen für die medizinische Versorgung und Life Sciences. Getinge hat über 10.000 Mitarbeiter weltweit, ist in 40 Länder vertreten und hat Vertrieb in mehr als 150 Ländern.

Swedstyle AB

arbeitet mit Bürotechnik für einen schöneren Alltag und eine smartere Arbeitsumgebung. Im schwedischen Småland entwickelt Swedstyle smarte Lösungen für den Arbeitsplatz von Morgen. Mit innovativer, digitaler Technik für das moderne Büro sind Sie mit Swedstyle bei der Entwicklung immer einen Schritt voraus.

AFRY Deutschland GmbH

ist ein internationales Engineering-, Design- und Beratungsunternehmen, mit Fokus auf Nachhaltigkeit und Digitalisierung. Mit 17.000 engagierten Experten aus den Bereichen Infrastruktur, Industrie und Energie, die weltweit tätig sind, schafft AFRY nachhaltige Lösungen für zukünftige Generationen. AFRY ist in etwa 40 Ländern mit Büros vertreten, aber aktiv mit Projekten in über 100 Ländern.

Baumgartner & Co. Business Consultants GmbH

ist die langjährig erfahrene Strategie- und HR-Beratung aus Hamburg. Ihre Wurzeln reichen zurück bis ins Jahr 1958, in dem der Pionier Karl Baumgartner begann, Unternehmen auf Wachstumskurs zu bringen. Ihr besonderer Branchenfokus liegt im gesamten Dienstleistungssektor.

Mynewsdesk GmbH

ist 2003 in Stockholm von Journalisten und Web-Enthusiasten ins Leben gerufen worden. Mynewsdesk ist die smarte Plattform für digitale PR. Die Cloud-basierte PR-Software umfasst Medienbeobachtung, PR-Distribution und -Analyse mit Künstlicher Intelligenz. Seit 2013 ist Mynewsdesk auf dem deutschen PR-Markt aktiv.

Scrive AB

lässt Nutzer Dokumente mühelos signieren und identifizieren – jederzeit und auf jedem Gerät. Scrive ist Anbieter von Vertrauensdiensten gemäß der eIDAS-Verordnung der EU und bietet alle Stufen elektronischer Signaturen an, die im Rahmen dieser Verordnung anerkannt werden. Mit Scrive elektronisch signierte Dokumente entsprechen dem weltweiten Vertragsrecht und können als Beweismittel in Gerichtsverfahren verwendet werden.

BRUNS Products

bietet nachhaltige Haarprodukte für Friseure und Kunden, ein besseres Arbeitsumfeld und eine geringere Umweltbelastung. Zwei erfahrene Friseure in Skåne – und ein Kurs in Stockholm: so beginnt die Geschichte von BRUNS im Jahr 2006. Mittlerweile ist Bruns auch vom Green Salon zertifiziert – eine Garantie dafür, dass ein Betrieb frei von schädlichen Chemikalien ist.

Livsdal Sverige AB

produziert überlegene Leistung auf preisgekröntes schwedisches Design: Die Luftreiniger von Livsdal sind ein elegantes Produkt, das die Luftqualität deutlich erhöht und sich nahtlos in seine Umgebung einfügt. Das Produkt sorgt nicht nur für mehr Elan durch saubere Luft, sondern auch für ein sicheres Raumklima, frei von Viren, Abgasen, Pollen, Bakterien und giftigen Gasen.

Polestar Automotive Germany GmbH

sorgt für Fahrspaß mit einem Produktangebot von fortschrittlichen, elektrifizierten Leistungsautos. Polestar will als Elektro-Performancemarke die Gesellschaft mit moderner Technologie und Design verbessern und bringt das E-Auto in eine neue Ära ohne Kompromisse bei der Konstruktion. Polestar bietet seinen Fahrern außerdem eine nahtlose Integration in ihr (digitales) Leben.



3 MINUTEN MIT

Henrik Rinnert
WR Legal Rechtsanwälte

„Segeln auf dem Göta-Kanal ist mein großer Traum“

Dein Vorname klingt skandinavisch, aber du bist du eigentlich waschechter Norddeutscher. Auf welchen Wegen bist du zur Kammer gekommen?

Ich arbeite als Anwalt sehr viel für skandinavische, vor allem schwedische Unternehmen, u. a. für eine Preisträgerin des Schwedischen Unternehmenspreises. Bei der wunderbaren Verleihungsfeier haben wir entschieden, mit unserer Kanzlei-Gesellschaft auch Mitglied der Kammer zu werden. Die Kammer ist außergewöhnlich und sehr breit engagiert, allein wenn ich an das Mentorenprogramm oder an den JCC denke, und sie ist eine wichtige „Informationsquelle“ rund um den schwedisch-deutschen Handel. Vor 16 Jahren habe ich einmal eine wunderbare Taufe in der Tyska Kyrkan in Stockholm erlebt und dort viele Referenzen an den deutsch-schwedischen Austausch seit Jahrhunderten gesehen. Vielleicht war das der erste Schritt zur Kammer..? Den Vornamen habe ich übrigens aus der Familie meiner Mutter, die auch skandinavische Wurzeln hat.

Du hast in Heidelberg studiert, der Geburtsstadt der schwedischen Königin Sil-

via. Was sind deine schönsten Erinnerungen an die Stadt am Neckar?

Heidelberg ist auch ein „Lieblingsort“ von mir, der verbunden ist mit wunderbaren Erinnerungen: In dieser schönen kleinen Universitätsstadt, die übrigens – anders als andere Städte in Deutschland – nicht im Krieg zerstört wurde, habe ich meine Frau kennengelernt, viele Freunde für das Leben gewonnen und auch – trotz vieler Feste – das Jurastudium erfolgreich beendet. Ich kann mir keinen idealeren Ort zum Studium in Deutschland als Heidelberg vorstellen.

Du engagierst dich auch als Mentor für eine JCClerin in der Handelskammer. Was hat dich überzeugt, dieses Ehrenamt anzunehmen?

Ich finde es spannend, intensive Gespräche mit dem Mentee zu führen und dabei nicht nur seine/ihre Sichtweisen zu hören und zu verstehen, sondern auch dabei über sich selbst etwas zu lernen. Ich freue mich schon auf das nächste Gespräch mit meiner Mentee, die gerade in das Berufsleben eingestiegen ist, und dabei natürlich intensive Erfahrungen macht.

Eines deiner Hobbys ist das Jagen. Warst du schon mal auf der Elchjagd in Schweden, oder wo sind deine Jagdgründe?

Ich war noch nicht zur Jagd auf den Elch in Schweden und jage meist in der Eifel in Deutschland auf Rehwild und Schwarzwild. Ein großer Traum von mir ist aber, Schweden mit dem Segelboot auf dem Göta-Kanal zu queren und die Natur vom Wasser aus zu beobachten.

Alter: 49

Wurzeln: geboren in Eckernförde in Schleswig Holstein; nach 23 Umzügen u. a. in 5 verschiedenen Ländern, ist meine Heimat jetzt aber Düsseldorf

In der Kammer seit: 2019

Liebt: natürlich die Familie, Segeln und die Natur

Hasst: Ignoranz; (kann man Covid-19 hassen?)

Lieblingsort: die Ostsee „rund“ um Gotland bei Sonne & 4bft

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
Korrektorat: Anna-Louisa Lobergh

V.i.S.d.P.:

Thomas Ryberg, Präsident

Titelbild: shutterstock

Koordination, Anzeigen, Produktion:

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

Kammerkalender 2020/21

5. Februar

JCC Online: Tacofredag mit dem JCC

11. Februar

Online: Webinar mit Scrive

KOMMT DER DIGITALE DURCHBRUCH IN DEUTSCHLAND? WAS NEUE SICHERHEITSLÖSUNGEN AUS SCHWEDEN DAZU BEITRAGEN KÖNNEN

25. Februar

Online: Webinar mit Mynewsdesk
MONITORING IN KRISENZEITEN

26. Februar

Online: Kammerfika

SAVE THE DATE:

11. Juni

Jahresmitgliederversammlung
in Hamburg

18. November

Verleihung des Unternehmenspreises
in Hamburg

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

Projektmanagerin
Tel.: 040-655874-13

roggenbuck@schwedenkammer.de



Cajsa Tapper

Trainee
Tel.: 040-655874-12

tapper@schwedenkammer.de



Anna-Louisa Lobergh

Assistentin
Tel.: 040-655874-11

lobergh@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

Nutzen Sie Schweden aktuell für Ihre Kommunikation!

Die „Schweden aktuell“ erscheint 6 Mal im Jahr. Dies sind die Schwerpunkte der kommenden Ausgabe 2/21: **Lebensmittel, Eishockey.** Anzeigenschluss ist der **19.03.2021.** Die Mediadaten mit Anzeigenpreisen und Terminen für 2021 finden Sie unter www.schwedenkammer.de. Reservieren Sie jetzt Ihre Anzeigen unter 02054-938 5417 oder schwedenkammer@nordis.biz.

V O L V O

Unsere schwedischen Markenbotschafter.



Der Volvo XC40 T4 Recharge R-Design Expression. Entwickelt für die Stadt und den Rest der Welt.

EINPARKHILFE VORN + HINTEN | NAVIGATIONSSYSTEM |
RÜCKFAHRKAMERA | SITZ- UND LENKRADHEIZUNG |
APPLE CARPLAY / ANDROID AUTO | EL. HECKKLAPPEN-AUTO-
MATIK | KLIMAAUTOMATIK | HIGH PERFORMANCE SOUND |
DAB+ | BLUETOOTH | VOLVO ON CALL | LED-SCHEINWERFER
„THORS HAMMER“ | 18“ FELGEN 5-SPEICHEN-DESIGN | UVM.

Der Volvo XC90 T8 AWD Recharge R-Design Expression. Unsere Idee von nachhaltigem Luxus.

ALLRAD | EINPARKHILFE VORN + HINTEN | NAVIGATIONS-
SYSTEM | RÜCKFAHRKAMERA | LEDERKOMFORTSITZE MIT
SITZHZG. | APPLE CARPLAY / ANDROID AUTO | STAU-ASSIS-
TENT STOP & GO | KLIMAAUTOMATIK | EL. HECKKLAPPEN-
AUTOMATIK | DAB+ | BLUETOOTH | VOLVO ON CALL |
KEYLESS DRIVE | 19“ FELGEN 5-SPEICHEN-DESIGN | UVM.

INKL. WARTUNG & VERSCHLEISS

119 €/MONAT¹
(NETTO)

INKL. WARTUNG & VERSCHLEISS

239 €/MONAT²
(NETTO)

Full-Service-Leasing-Produkt der Volvo Car Financial Services, ein Service der Santander Consumer Leasing GmbH (Leasinggeber), Santander-Platz 1, 41061 Mönchengladbach. Gewerbliche Angebote. 1) Für den Volvo XC40 T4 Recharge R-Design Expression, 7-Gang-Doppelkupplungsgetriebe, 95 + 60 kW (129 + 82 PS) bei einer Laufzeit von 36 Monaten, 10.000 km Gesamtfahrleistung pro Jahr, einer Sonderzahlung von 3.750,00 Euro – entspricht Bafa Prämie. Die Volvo E-Prämie ist eingerechnet. 2) Für den Volvo XC90 T8 AWD Recharge R-Design Expression, 8-Gang-Automatikgetriebe, 223 + 65 kW (303 + 87 PS) bei einer Laufzeit von 36 Monaten, 10.000 km Gesamtfahrleistung pro Jahr, einer Sonderzahlung von 3.750,00 Euro – entspricht Bafa Prämie. Die Volvo E-Prämie ist eingerechnet. Jeweils inklusive monatlicher Servicerate für „Wartung und Verschleiß“. Angebote zzgl. gesetzlicher Umsatzsteuer, Überführungs- und Zulassungskosten. Gültig ausschließlich für Mitglieder der Schwedischen Handelskammer und solange der Vorrat reicht. Ausgeschlossen sind spezielle Kundengruppen wie z. B. Taxis, Fahrschulen und Mietwagen. Umfang des Service „Wartung und Verschleiß“ gemäß den Bedingungen zum Full-Service-Leasing. Bonität vorausgesetzt. Abb. zeigt Beispielfahrzeug der Baureihe, die dargestellten Ausstattungsmerkmale sind nicht Bestandteil der Angebote.

Kraftstoffverbrauch kombiniert 2,1 - 1,8 l/100 km, CO₂-Emissionen kombiniert 47 - 41 g/km, Stromverbrauch kombiniert: 16,3 - 15,9 kWh/100 km (im kombinierten Testzyklus), CO₂-Effizienzklasse: A+. Die Verbrauchs- und Emissionswerte wurden nach dem WLTP-Prüfverfahren ermittelt und gemäß der gesetzl. Bestimmung zur besseren Vergleichbarkeit auf NEFZ-Werte umgerechnet. Die Kfz-Steuer wird seit dem 1.9.2018 bereits nach den in der Regel höheren WLTP-Werten berechnet.

**AutoNova**

AUTONOVA GMBH
Biedenkamp 27 | 21509 Glinde
www.auto-nova.de

Ihre Ansprechpartnerinnen:



Annika Pätzold
Tel.: 040 - 711 828 20
Mail: a.paetzold@auto-nova.de



Sezen Yurdagel
Tel.: 040 - 711 828 33
Mail: s.yurdagel@auto-nova.de