

SCHWEDEN aktivell

Unternehmenspreis 2017:
**Kronprinzessin Victoria zu Gast
bei der Preisverleihung in Leipzig**

Die schwedische Forst- und Papierwirtschaft
Schwergewicht im Wandel

Schweden in
Rheinland-Pfalz

Kultur im Internet
Content macht Kasse

För oss är livskvalitet en hygienfråga.



Idag blir Essity ett eget bolag. Namnet, som är en blandning av de engelska orden essentials och necessities, beskriver vad vi erbjuder - nödvändigheter i vardagen. Vårt syfte är att varje dag öka livskvaliteten för människor i världen, genom ledande lösningar inom hygien och hälsa. Essity var tidigare en del av SCA, men från och med idag finns vi som ett eget bolag på Nasdaq i Stockholm. Läs gärna mer om oss på essity.com.



Highlights im Herbst

Liebe Freunde und Mitglieder der Schwedischen Handelskammer,

Sie halten heute die neue Ausgabe unseres Kammermagazins „Schweden aktuell“ in den Händen und ich freue mich sehr, Sie dieses Mal im Namen unseres Vorstandes bei der Lektüre begrüßen zu dürfen! „Schweden aktuell“ ist eine unserer wichtigsten Visitenkarten, da die große Bandbreite der Kammeraktivitäten ebenso präsentiert wird wie die vielfältigen Aspekte der deutsch-schwedischen Beziehungen. So ist es auch in dieser Ausgabe: Wir stellen die schwedische Papier- und Verpackungsindustrie vor, die aus der Waldbewirtschaftung entstanden ist und zu den Kernbereichen der schwedischen Industrialisierung gehört. Ein Bereich, der wie viele andere vor großen Veränderungen steht, was Sie direkt erkennen, wenn Sie diese Ausgabe heute bereits elektronisch lesen.

Dass Schweden stark vom Innovationsgedanken geprägt ist, zeigt sich in unserem weiteren Schwerpunkt zur Kultur im Internet – ich freue mich schon darauf, diesen neuen Kulturbereich kennenzulernen. „Schweden aktuell“ setzt die Reise durch die Bundesländer fort und besucht nun Rheinland-Pfalz. Auch hier finden sich viele spannende und durchaus überraschende Anknüpfungen zu Schweden, über die Sie in diesem Heft mehr lesen können.

Neben „Schweden aktuell“ und unserer neuen jährlichen Publikation „Framgång i Tyskland“ sind natürlich unsere Veranstaltungen ein weiterer wichtiger Bestandteil unserer Aktivitäten. Im Herbst finden neben den vielen regionalen Aktivitäten auch zwei unserer Highlightevents statt: Anfang Oktober luden wir zum Management Forum in Frankfurt ein, über das Sie in dieser Ausgabe lesen können. Am 23. November steht dann die Unternehmenspreisverleihung an. Sicherlich haben Sie schon gehört, dass sich dort unsere Schirmherrin I.K.H. Kronprinzessin Victoria angekündigt hat, was für uns als Kammer eine große Ehre ist. Sichern Sie sich Ihre Tickets also schnell – wir sehen uns hoffentlich dort!

Ihre

Maria Wolleh

Vizepräsidentin der Schwedischen Handelskammer,
Partnerin Kallan Rechtsanwaltskanzlei mbH

Inhalt

- 4 **5 Fragen an** Dr. Anne-Sophie Tombeil, Fraunhofer IAO
- 5 **Kolumne, Heiter bis schwedisch**
- 6 **Kurznachrichten**
- 8 **Schwerpunkt Forst- und Papierwirtschaft**
- 11 **Im Portrait |** telenor connexion
- 13 **Kammerkompetenz |** Datenschutz-Grundverordnung
- 14 **Management Forum |** Die Wertschöpfung der Zukunft ist digital
- 16 **Schwedischer Unternehmenspreis 2017**
- 18 **Schweden in ...** Rheinland-Pfalz
- 20 **Kunst & Kultur digital |** Karriere mit Kultur im Internet
- 24 Aus der Kammer
- 25 Schwedisches Design im Fokus
- 26 **Junior Chamber Club**
- 27 Impressum | Save the Date

8
Schwerpunkt
Forst- und Papier-
wirtschaft



18
Schweden in
Rheinland-Pfalz



20
Kunst & Kultur digital



16
Schwedischer
Unternehmenspreis 2017

Generationenmix: Die Vielfalt orchestrieren

Momentan arbeiten drei, manchmal sogar vier Generationen zusammen. Wie verändert der Generationenmix konkret das Leben am Arbeitsplatz?

Im Generationenmix treffen mehr unterschiedliche Kompetenzprofile aber auch Einstellungen und Erwartungshaltungen aufeinander. Studien zeigen, dass die Unterschiede zwischen den Lebenswelten von jüngeren und mittleren Generationen bis 60 + heute als größer wahrgenommen werden. Gleichzeitig wird Arbeit zunehmend vernetzt. Für die Gestaltung von Strukturen und Prozessen der Arbeit gilt es daher, mehr unterschiedlichen Bedürfnissen gerecht zu werden, damit sich Leistungsfähigkeit in ganz unterschiedlichen Biographien und Lebensphasen entfalten kann. Ich halte diese Orchestrierung von Vielfalt für eine große Chance. Eine Chance auf ein im kollegialen Arbeitskontext wachsendes Verständnis für das jeweilige Gegenüber und zugleich für die Entwicklung der eigenen Haltung, auf Wissensgewinn durch generationenübergreifenden formellen und informellen Austausch und nicht zuletzt auf die Entwicklung belastbarer Konfliktlösungsmechanismen als unverzichtbare Routine in der Vielfalt vernetzter Wertschöpfung.

Sie sprachen in Ihrem Vortrag beim Management Forum von „Flexicurity“. Was müssen wir uns darunter vorstellen?

Der Begriff „Flexicurity“ steht für die – vordergründig unmögliche – Vereinbarung von Flexibilität und Sicherheit. Ein zentrales Gestaltungsfeld der aktuellen Transformation in Wirtschaft und Gesellschaft ist es, Flexibilität im realen und virtuellen Raum verbindlich und verlässlich sozial abzusichern. Flexicurity, als Arbeitsplatz- und Arbeitsleistungssicherheit unter Bedingungen flexibler Arbeitszeiten, Arbeitsorte und teilweise auch Arbeitsaufgaben ist keine Einbahnstraße. Arbeitgebende, Arbeitnehmende, die Tarifvertragsparteien und der regulierende Gesetzgeber sind gefordert, wenn es um die Gestaltung von Lösungen für flexible Sicherung und abgesicherte Flexibilität geht.

Die Digitalisierung erleichtert die Vereinbarkeit von Familienpflege und Arbeit für Frauen, stellten Sie beim Management Forum fest. Der Umfang der Arbeit wird dadurch aber nicht weniger. Inwiefern trägt die Digitalisierung zur Gleichberechtigung der Geschlechter im Arbeitsleben bei?

Die Instrumente der Digitalisierung machen uns in der Erbringung unserer Leistungen aber auch im Abrufen der Leistungen anderer – sei es im beruflichen, sei es im privaten Kontext – unabhängiger von Zeit und Raum. Natürlich ist es für die balancierte Koexistenz von Erwerbsarbeit und Familienarbeit



Dr. Anne-Sophie Tombeil

Fraunhofer IAO

hilfreich, Elemente der Familienlogistik wie Einkauf, Hol- und Bringdienste, Kita-, Schul- und Arbeitszeitkoordination, soziale Einbindung von Großeltern und entfernt wohnenden Verwandten und Freunden, über digitale Kanäle, wenn nicht in Echtzeit, so doch sehr zeitnah, flexibel und, Dank sozialer Medien, auch mit menschlichem Antlitz, gestalten zu können. Die Frage der Gleichberechtigung ist allerdings keine Frage der Digitalisierung, sondern eine Frage der Haltung. Wenn es gewollt ist, Arbeitszeit und Familienzeit zwischen den Geschlechtern in neuer Balance aufzuteilen, dann ist das gestaltbar, durch Digitalisierung sogar noch leichter

gestaltbar. Wenn es aber am Willen fehlt und die nötige Elemente wie Betreuungsplätze, lebensphasenbezogene flexible Arbeitszeiten, gleiche Bezahlung für gleiche Arbeit oder gleiche Wertschätzung für verschiedene Kompetenzen – um nur das Vordergründige zu nennen – nicht selbstverständlich und routinisiert in der Arbeitswelt verankert sind, können auch die innovativsten digitalen Möglichkeiten eine Gleichberechtigung im Sinne des fairen Ausgleichs von Belastung nicht herbeizaubern.

Die Welt der Dienstleistung verändert sich durch die Digitalisierung, Produkte werden als Dienste oder on demand angeboten. Müssen Unternehmen, die ihre Produkte nicht als Dienstleistungen anbieten können oder wollen, befürchten, abgehängt zu werden?

Ja. Ohne am Nutzwert orientiertes Dienstleistungsdenken mit tiefer Empathie für die Kontexte externer und interner Kunden, werden Leistungen auf den Märkten heute und morgen nicht bestehen können.

Beim Management Forum haben Sie erwähnt, dass die Kommunikations- und Medienkompetenz bei der Beschäftigung wichtiger sei als die Fachkompetenz. Welche Rolle spielt der fachliche Bildungsweg in Zukunft noch?

Fachliche Kompetenz bleibt wichtig. Insbesondere in den frühen Bildungsphasen. Die Basis, das Know-How, muss belastbar da sein. Aber damit dieses „gewusst wie“ heute und in Zukunft zum Einsatz kommen und die Basis einer erfolgreichen Erwerbsbiographie bleiben kann, müssen sich Fachkompetenzen verschiedenster Art häufiger verändern. Und zu erkennen, dass verändert werden muss, was verändert werden muss, wie und in welche Richtung, brauchen wir als „21st century skills“ die Kompetenzen, die uns befähigen, über den Tellerrand des eigenen Know-how zu schauen, nötige Entwicklungen für die eigene Basis zu erkennen und diese in lebensumspannendem Lernen immer wieder auf den neuesten Stand zu bringen.

Teile und wachse

Von Tomas Lundin



Imperien bauen ist so was von gestern. Heute ist der erfolgreiche Unternehmensleiter ein Zerleger. Nicht so einer wie der ehemalige VW-Chef Ferdinand Piëch, der Firmen kaufte, wie andere abends mal ein paar Lebensmittel in den Einkaufskorb legen. Hier Rolls-Royce, da Bentley und dann noch Bugatti und Lamborghini. Oder Jürgen Schrempp von Daimler-Benz,

der 1998 Chrysler schluckte und von einer „Hochzeit im Himmel“ sprach, um nur zwei Jahre später bei Mitsubishi und kurz danach bei Hyundai einzusteigen.

Es war die goldene Zeit der Konglomerate. Und wie sich bald herausstellen sollte, wohl auch eine Zeit der Selbstüberschätzung. Wie riesige Öltanker durchkreuzten die Konzerne behäbig die Meere und ließen sich nur mit Verzögerung auf neuen Kurs legen. Daimler zog bald die Reißleine und verkaufte. VW kämpft aber noch immer mit 12 Marken aus 7 europäischen Ländern.

Heute zählt Leichtfüßigkeit und Konzentration auf wenige Stärken. Das versucht der schwedische Wald-, Papier- und Hygiene-riesen SCA. 1929 vom „Streichholzkönig“ Ivar Kreuger gegründet, hat sich SCA vom Papier- und Holzhersteller zum Produzenten von Verpackungen, Haushaltspapier, Windeln und anderen Hygieneartikeln entwickelt. Der Wald und das Holz machen nur noch ein Siebtel des Umsatzes aus, zudem kauft die Hygienesparte immer weniger aus dem eigenen Haus. Jetzt wurden die beiden Teile getrennt. In die gleiche Richtung marschiert Atlas Copco. Der Konzern wird aufgeteilt in Berg- und Tunnelbautechnik beziehungsweise Industriewerkzeug und Bautechnik.

Dabei geht es um Spezialisierung oder Aufteilung in neue und alte Technik. Deutlich ist das zu sehen bei den deutschen Energie-riesen. Bei E.ON liegt schon seit 2016 die „alte“ Energie, hauptsächlich die Gas- und Kohlekraftwerke, in dem neugegründeten Unternehmen Uniper. E.ON selbst konzentriert sich auf erneuerbare Energie, Netze und Vertrieb. Es ist ein Erfolgsrezept. Seit Uniper vor gut einem Jahr an die Börse ging, ist der Aktienkurs um 125 % gestiegen. Zudem schreitet die Konzentration auf Kernkompetenzen weiter voran, denn demnächst will die finnische Energiegruppe Fortum die Anteile von E.ON übernehmen.



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:

Immer schön lagom

„Lagom är bäst“: Das richtige Maß ist am besten. Für viele bringt das den schwedischen Lebensstil auf den Punkt: die eigene Mitte finden, Maß halten, dem Leistungsdruck entkommen, mit dem Gegebenen zufrieden sein, fair und nachhaltig agieren. Nicht umsonst gilt Schweden als eines der Länder mit den glücklichsten Einwohnern weltweit. Lola A. Åkerström setzt sich auf unterhaltsame und profunde Weise mit Lagom als ganzheitlichem Lebenskonzept auseinander. Wir erfahren, wie uns kleine Veränderungen im Alltag zu mehr Ausgeglichenheit und Lebensglück verhelfen können. Liebevoll illustriert ist dieses Buch der perfekte Guide für ein einmalig schwedisches Lebensgefühl.



Gewinnen Sie. E-Mail genügt! Wir verlosen 4 Exemplare des Buchs „In der Mitte liegt das Glück“ im Wert von je 14,95 €, gesponsert vom Knesebeck Verlag. Wenn Sie teilnehmen möchten, schicken Sie bis zum 10.11.17 eine E-Mail mit dem Stichwort „Lagom“ und Ihrer Adresse an schwedenaktuell@nordis.biz. Über die Sprachlernprogramme von www.schwedisch-souveraen.de freuen sich Harald Steidle aus Stuttgart, David Banik aus Stendal und Dirk Wiechmann aus Essen.

Schwedin in der Hamburger Bürgerschaft



Die Schwedin Christel Nicolaysen kandidierte 2015 als Direktkandidatin bei der Hamburger Landeswahl und landete auf dem zweiten Platz. Infolge des Comebacks der Liberalen in der Bundestagswahl 2017 übernimmt sie nun im Nachrückverfahren das Mandat der in den Bundestag wechselnden Katja Suding in der Hamburger Bürgerschaft. Nicolaysen wurde in Schweden geboren und studierte Gesellschaftswissenschaft an einer deutschen Universität. Sie hat viele Jahre als Politik- und Kommunikationsberaterin für Unternehmen und Organisationen in München, Berlin, Hamburg und Brüssel gearbeitet. Christel Nicolaysen ist Schatzmeisterin der FDP Blankenese sowie Mitglied im Bezirksvorstand der FDP Altona.

Virtuell Einrichten mit der IKEA Place-App



Wie wohl der Sessel neben dem Regal aussähe? Mit der IKEA Place-App lassen sich Möbel jetzt dreidimensional und maßstabsgetreu darstellen und so virtuell im eigenen Zuhause platzieren – automatisch in der richtigen Größe und Anmutung. Die App skaliert Produkte automatisch, abhängig von den Maßen des Raumes, mit einer Genauigkeit von 98 %. Die Technologie ist laut IKEA zudem so präzise, dass man die Textur der Materialien sowie den Licht- und Schattenfall auf die Einrichtungsgegenstände erkennen kann. Zusätzlich ermöglicht es die App, von der Einrichtung ein Foto oder ein Video zu machen und es mit Freunden zu teilen. Im Anschluss lassen sich die Produkte direkt über die lokale IKEA Webseite erwerben. Mehr als 2.000 IKEA Produkte sind zum Start über die App verfügbar.

Implantierte Fahrkarten – der neue Trend in Schweden

Die schwedische Staatsbahn SJ bietet eine Lösung für alle an, die sich nicht mehr um lästige Bahntickets kümmern möchten. Tausende Schweden haben sich bereits Mikrochips in ihre Hände einsetzen lassen – verbunden mit Apps können diese viele Funktionen bekommen. Die Bahn hält dies für einen Zukunftstrend und bietet seit dem Sommer eine eigene App für das Ticketing per RFDI-Chip an. Durch den kann die Hand gewissermaßen in einen Mini-Computer verwandelt werden. Mit einem Smartphone kann der Zugführer den Chip einfach ablesen, um die Bezahlung des Passagiers zu bestätigen.



Schweden prüft Fracking

Aufgrund von Vibrationen und seismischer Aktivität in eigenen Bergwerken testet LKAB ein Frackingverfahren. Das Ziel ist eine Stabilisierung der Bergwerke. Hydraulic Fracturing, oder Fracking, ist ein Verfahren, in der eine Flüssigkeit mit hohem Druck in die Erde gepresst wird. Heutzutage ist Fracking vor allem als eine Methode für Öl- und Erdgasgewinnung bekannt und wegen des Einsatzes von Chemikalien sehr umstritten. In Schweden soll die Methode aber erprobt werden, um Erderschütterungen und seismische Aktivitäten in den Minen zu reduzieren. Dabei setzt LKAB ausschließlich Wasser ein.



Linking the German and Nordic Markets

(Auch) an interkulturellen Schnittstellen

- systemische Organisationsberatung
- Organisationsentwicklung
- Führungskräfte-Entwicklung
- Teambildung
- interkulturelle Trainings
- und mehr

www.svetys.net

Interkulturelles Management Coaching Übersetzungen

Vereinte Nationen würdigen Volvo Elektrostrategie



Volvo ist von den Vereinten Nationen (UN) für seine Elektrifizierungsstrategie gewürdigt worden. Der jüngste Report von UN Global Compact, der weltweit größten Initiative für nachhaltige Unternehmensführung, beschäftigt sich mit den Fortschritten der Global Compact Mitglieder bei der Umsetzung der UN-Nachhaltigkeitsziele. Volvo-Präsident und CEO Håkan Samuelsson wird darin als einer von zehn Unternehmenschefs genannt, die sich durch besonders mutiges Handeln ausgezeichnet haben. Volvo ist das erste Automobilunternehmen, das sich komplett der Elektrifizierung verschreibt und sie zum Kern seines künftigen Geschäfts macht. Ab dem Jahr 2019 wird jedes neu eingeführte Volvofahrzeug über einen elektrifizierten Antrieb verfügen; dieser Schritt markiert das historische Ende von Fahrzeugen, die ausschließlich von einem Verbrennungsmotor angetrieben werden. Volvo wird zwischen

2019 und 2021 fünf rein elektrisch angetriebene Fahrzeuge auf den Markt bringen – drei Volvo-Modelle und zwei Polestar-Performance-Modelle. Hinzu kommen Plug-in-Hybrid- und Mildhybrid-Fahrzeuge in allen Modellreihen. Volvo bietet damit eines der umfassendsten elektrifizierten Modellportfolios aller Automobilhersteller.



A STAR ALLIANCE MEMBER ✪

LOUNGE GEWÜNSCHT VON REISENDEN

WILLKOMMEN IN UNSERER NEUEN LOUNGE
AM FLUGHAFEN OSLO [FLYSAS.DE](https://flysas.de)



SAS

Schwergewicht im Wandel: Die schwedische Papier- und Zellstoffindustrie

Von Daniel Nilsson

Schweden ist eines der walddreichsten Länder der Erde. Die Waldfläche ist mehr als doppelt so groß wie die deutsche: über die Hälfte der Staatsfläche ist bewaldet. Die wirtschaftliche Bedeutung des Waldes ist entsprechend groß; 70.000 Menschen sind in der Forstwirtschaft und der Papier- und Zellstoffindustrie beschäftigt. Etwa 14 Millionen Tonnen Papier, Pappe und Zellstoff werden jährlich produziert. Damit ist die Papier- und Zellstoffindustrie ein echtes Schwergewicht: Sie steht für 11-13 % des Umsatzes der schwedischen Industrie und ungefähr 10 % der Exporte. Denn der Löwenanteil des in Schweden hergestellten Papiers geht ins Ausland, größter Abnehmer ist dabei Deutschland. Wenn Sie also morgens Ihre Tageszeitung aufschlagen oder jetzt die Schweden aktuell, ist die Wahrscheinlichkeit groß, dass Sie ein Stück schwedischen Waldes in den Händen halten. Da liest man doch gleich mit ganz anderen Gefühlen, oder?

Insgesamt exportieren die schwedischen Produzenten Papier und Zellstoff für 13 Milliarden Euro. Der Marktführer SCA gehört zu den Top-Ten-Unternehmen in Schweden, der Konzern hat 2016 mehr als 11 Milliarden Euro umgesetzt. SCA besitzt 2,6 Mio. Hektar Wald im nördlichen Schweden – eine Fläche größer als

Mecklenburg-Vorpommern. Das zweitgrößte Forstunternehmen in Schweden, das finnisch-schwedische Stora Enso, ist einer der größten Papierproduzenten in der Welt und hat 25.000 Beschäftigte – 1.500 davon in Deutschland. Ein echter Big Player ist auch Södra Skogsägarna, eine aus mehr als 50.000 Mitgliedern bestehende Genossenschaft in Südschweden, die den Forstbesitz der Mitglieder verwaltet, aber auch Sägewerke und Zellulosefabriken betreibt.

Zu den wichtigsten Akteuren, die das gesamte Spektrum von der Forstwirtschaft bis zur Papier- und Energieproduktion abdecken, gehört schließlich die Holmen Gruppe mit gut 3.000 Mitarbeitern.

500jährige Geschichte

Die Geschichte der schwedischen Papierindustrie reicht weit zurück. Schon in den 1520er Jahren gründete der Bischof Hans Brask das erste Papierwerk. Das älteste Papierwerk, das immer noch in Betrieb ist, ist Klippans Finpappersbruk. Es wurde im Jahr 1573 im damals dänischen Schonen gegründet. Von da an hat sich die Industrie immer weiter entwickelt und wurde zu einem tragenden Faktor der schwedischen Wirtschaft.

Viele kleinere Papierfabriken in den Regionen aber wurden in den letzten Jahrzehnten geschlossen oder übernommen. Die Gesamtzahl sank von 1980 bis heute von 72 auf 40. Damit waren zum Teil durchaus schmerzliche Arbeitsplatzverluste in der Provinz verbunden. Zugleich stieg die Produktionskapazität von 10,5 auf 12,7 Millionen Tonnen. Bei den Zellstofffabriken gab es eine parallele Entwicklung, ihre Zahl sank im gleichen Zeitraum von 62 auf 38, während die Produktionskapazität von 7,2 auf 11,2 Millionen Tonnen stieg. Die verbleibenden (oder neu gebauten) Fabriken arbeiten also deutlich effizienter.

Rationalisierung und Effizienzsteigerung

Die Herstellungsprozesse haben sich seit dem 16. Jahrhundert kontinuierlich verändert. Bis in die zweite Hälfte des 19. Jahrhunderts wurde Papier vor allem aus Leinentextilien, Lumpen und Hadern hergestellt. 1843 wurde die mechanische Herstellung von Holzschliff erfunden, was dann in den 1850er Jahren in Schweden eingeführt wurde. Schon am Anfang des 20. Jahrhunderts wurde die mechanische Methode durch das chemische Verfahren ersetzt, wovon heute das so genannte Sulfatverfahren vorherrschend ist. Durch die Industrialisierung und die Digitalisierung wurde die Produktion immer effektiver. Ursprünglich wurde jedes Blatt von Hand gemacht. Heute kann die schnellste Papiermaschine der Welt mehr als 1900 Meter Papier pro Minute produzieren. Die Maschine gehört dem schwedischen Papierwerk Kvarnsveden Pappersbruk und hat fast 500 Millionen Euro gekostet.

Papierproduktion ist energieintensiv. Die Industrie steht für 50 % des Energieverbrauchs der schwedischen Industrie. Ungefähr 60 % kommen heute aus Biokraftstoff und 30 % aus Elektrizität. Nur etwa 7 % des Verbrauchs besteht aus fossilen Brennstoffen. Insgesamt wurden 2015 ungefähr 904.000 Tonnen Treibhausgase von der Papier- und Zellstoffindustrie emittiert. Immer noch viel, aber

75 % weniger als noch 1995. Heute kommen 5 % der Emissionen der schwedischen Industrie aus der Papier- und Zellstoffproduktion.

Auch die Gewässerbelastung durch die chemischen Methoden der Papiererzeugung aus Zellstoff ist durch die technische Entwicklung viel geringer geworden. Wurde die Ablaage lange über den Vorfluter entsorgt, werden die Chemikalien heute rückgewonnen oder umgewandelt und dienen sogar zur Gewinnung von Prozessenergie. Nachhaltig ist die Forstwirtschaft in Schweden ohnehin: Trotz steigender Produktion wachsen die schwedischen Wälder immer mehr. In den letzten 70 Jahren hat Schweden nur ein Jahr eine Nettoabnahme verzeichnet. Sonst ist immer mehr Wald gepflanzt als geerntet worden.

Wussten Sie, dass...

... Stora Enso durch Fusion zwischen der schwedischen Stora und dem finnischen Enso im Jahr 1998 gegründet wurde? Stora war eines der ältesten Unternehmen in der Welt – es wurde 1288 gegründet.

... zwei Fabriken in der kleinen Stadt Piteå in nördlichen Schweden zusammen 25 % der europäischen Kraftlinerproduktion tragen? Kraftliner wird als Deckschicht verwendet und hat den Siegeszug der Wellpappe in der Verpackung ermöglicht.

... Deutschland de facto mehr Holz als Schweden hat? Die schwedischen Wälder sind größer, aber die deutschen sind dichter, die Bäume größer. Im Jahr 2012 hatte Schweden 3,3 Milliarden Festmeter Holz, Deutschland 3,7 Milliarden.



Papiermühlen – hier Billerudkorsnäs in Karlsborg – sind wichtige Arbeitgeber in den Regionen. Rechts: Das Sägewerk Braviken der Holmen-Gruppe gehört zu den größten in Skandinavien.

SCA: Hygiene- und Gesundheitsbereich geht als Essity eigene Wege



Volker Zöller, President
Consumer Goods bei Essity.

Aus dem SCA Hygienegeschäft ist nach der Notierung an der Nasdaq Stockholm im Juni dieses Jahres offiziell Essity geworden, ein global tätiges Hygiene- und Gesundheitsunternehmen. Essity-Produkte sind in rund 150 Ländern weltweit erhältlich. Die Konzernzentrale des Unternehmens befindet sich in Stockholm, Deutschland ist einer der wichtigsten Märkte des Unternehmens. Essity unterhält hier neun Standorte und beschäftigt

über 4000 Mitarbeiter. In den letzten Jahren haben sich SCA und Essity unter anderem mit ihrem ambitionierten Nachhaltigkeitsprogramm einen Namen gemacht. Dafür wird der Konzern unter anderem im Nachhaltigkeitsindex FTSE4Good gelistet und wurde in die CDP Climate-A-Liste aufgenommen. Interview mit Volker Zöller, President Consumer Goods bei Essity.

Dass sich Konzerne aufteilen, ist offenbar branchenübergreifend ein Trend. In Deutschland haben es E.ON und RWE gemacht, in Schweden zum Beispiel Atlas Copco / Epiroc. Was sind in Ihrem Fall die strategischen Überlegungen dahinter?

SCA wurde 1929 als Zusammenschluss mehrerer Forstunternehmen in Schweden gegründet. Seitdem expandierte das Unternehmen sowohl in andere Länder als auch in andere Geschäftsfelder, wie zum Beispiel Papierherstellung, Körperpflege und Hygienepapiere.

Die Synergien zwischen den beiden Geschäftsbereichen Forst und Hygiene haben kontinuierlich abgenommen. 2016 betrug der Anteil des Hygienegeschäfts 86 % des Gesamtumsatzes der SCA-Gruppe, der Anteil des Forstproduktegeschäftes betrug 14 %. Mit der Aufteilung in das Forstunternehmen SCA und das Hygiene- und Gesundheitsunternehmen Essity haben wir einen weiteren wichtigen Schritt in unserer Firmenentwicklung eingeleitet. SCA und Essity können sich nun viel besser auf ihre Potenziale konzentrieren und Werte schaffen.

Welche Profile haben zukünftig die beiden Firmen?

SCA ist heute ein gut aufgestelltes Forstprodukteunternehmen. Das Herzstück sind die 2,6 Millionen Hektar Waldfläche in Nordschweden – was übrigens einem Anteil von ca. 5 % an der Landfläche Schwedens entspricht. Damit ist SCA der größte

private Forstbesitzer in Europa. Hinter Essity verbirgt sich das frühere SCA Hygienegeschäft. Essity umfasst die Geschäftsfelder Consumer Tissue, Professional Hygiene und Personal Care, also Babypflege, Damenhygiene, Inkontinenzprodukte sowie medizinische Produkte. Bereits im April haben wir den Medizinproduktehersteller BSN medical übernommen und damit unsere Marktpräsenz im medizinischen Bereich ausgebaut. Dank BSN medical haben wir nun auch Produkte zur Wundversorgung, für die Kompressionstherapie sowie für orthopädische Maßnahmen im Portfolio.



Welche Marken gehören zu Essity und welche Standorte gibt es in Deutschland?

Deutschland ist der wichtigste und umsatzstärkste Markt für uns in Europa. Hier sind wir bekannt mit den Weltmarken TENA und Tork, den deutschen Marktführern Tempo und Zewa oder den Medizinmarken Leukoplast und JOBST.

Neben den Verwaltungsstandorten in Hamburg, Mannheim und München-Ismaning haben wir Produktionsstandorte in Emmenrich, Hamburg, Mainz-Kostheim, Mannheim, Neuss und Witzhausen.

Und wohin soll die Reise in den kommenden Jahren gehen?

Die letzten Monate haben gezeigt, dass wir auf dem richtigen Weg sind. Ich bin begeistert von den Möglichkeiten, die wir als eigenständiges Unternehmen haben. Unser Ziel ist es, Essity weiter zu einem weltweit führenden Hygiene- und Gesundheitsunternehmen auszubauen. Hygiene und Gesundheit sind untrennbar miteinander verbunden – und sind die Grundlage für ein gutes Leben. Die Aktivitäten im Bereich Gesundheit werden uns neue Wachstumsmöglichkeiten bieten. Wir wollen mit unseren innovativen Produkten und Lösungen einen nachhaltigen Beitrag dazu leisten.

Lösungen für das Internet der Dinge



Hallo Christian Schmidt, die Telenor Connexion ist neues Mitglied unserer Kammer – herzlich willkommen! Was ist Ihr Kerngeschäft?

Vielen Dank für die nette Begrüßung und die Möglichkeit, uns ein bisschen vorzustellen. Bei Telenor Connexion entwickeln wir seit fast 20 Jahren globale IoT- und Konnektivitätslösungen. Wir haben dabei Kunden wie Volvo, Husqvarna, Hitachi, Allianz und

vielen anderen mit Digitalisierung, IoT und Cloud geholfen und mittlerweile weit über 10 Millionen Dinge mit dem Netz verbunden. Präventive Wartung, Kostenreduzierung und neue Marketingkanäle sind nur einige Beispiele, wie Unternehmen heute Wettbewerbsvorteile durch Digitalisierungsprojekte gewinnen.

Welche Arten von Kunden hat Telenor Connexion in Deutschland im Visier?

Wir möchten natürlich so vielen Kunden wie möglich helfen, den digitalen Sprung zu schaffen. Historisch bewegen sich die meisten unserer Kunden im Bereich von Automotive, industrieller Produktion, Energie, Logistik & Transport und Sicherheit. Wir merken gerade in diesem Jahr, dass sich der deutsche Mittelstand viel mit dem Gebiet Digitalisierung und Cloudmanagement beschäftigt, was man derzeit am allgemeinen Interesse am Markt erkennt.

Der Hauptsitz ist in Stockholm – wie und wo sind Sie in Deutschland aufgestellt?

Wir hatten bis vor kurzem eine Geschäftsstelle in Düsseldorf und sind momentan auf der Suche nach einem neuen Büro. In meinem Team versuchen wir den ganzen europäischen Raum abzudecken, was sich von Stockholm aus auch gut machen lässt. Wir haben aber auch Mitarbeiter, die in Deutschland, der



Es geht also um das Vernetzen – von Menschen, Orten und Dingen. Können Sie uns noch ein paar Beispiele geben, die das konkret machen?

Richtig, vernetzt werden kann grundsätzlich jedes „Ding“ – unter der Voraussetzung, dass man mit der richtigen Technik hilft. Nehmen wir als Beispiel Volvo, wo Besitzer über eine App informiert werden, wieviel Treibstoff noch vorhanden ist, wo das Auto geparkt ist etc. An kalten Wintertagen möchte man das Fahrzeug gerne aufgewärmt vorfinden, auch das kann via App gemanagt werden. Husqvarna haben wir geholfen, ihre Rasenmäher zu digitalisieren und dadurch fernzusteuern. Bei Hitachi geht es um die optimale Effizienzsteigerung von großen Maschinen. Es lässt sich also im Prinzip alles machen, nur die eigene Kreativität setzt dabei Grenzen.

Schweiz, Italien und anderen Ländern basiert sind. Insgesamt haben wir momentan Angestellte mit 28 verschiedenen Nationalitäten – es werden also bei uns die meisten Sprachen gesprochen.

Ist die Telenor nicht ursprünglich norwegisch?

Das stimmt, der Hauptsitz und das Innovationscenter der Telenor Connexion liegen jedoch seit Firmengründung in Stockholm und Karlskrona. Das liegt daran, dass die ersten unserer Kunden mit Volvo und Scania schwedisch waren und wir damals die Nähe zum Kunden suchten.

Christian Schmidt | Tel.: +46 734 417 223 | christian.schmidt@telenorconnexion.com | telenorconnexion.de



... makes companies better!



Gestaltung: www.ronald-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)6192- 958 4530
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
Postfach 1386
DE-65703 Hofheim
Tel: +49-(0)6192 – 958 453 – 0
info.de@ryberg-consulting.com

RYBERG-CONSULTING
Hamburg
Europaallee 3
DE-22850 Norderstedt
Tel: +49(0)40 – 646 868 58
info.hamburg@ryberg-consulting.com

RYBERG-CONSULTING
Sweden
Kungssportsavenyn 3
SE-41136 Göteborg
Tel: +46(0)31 – 417 430
info.se@ryberg-consulting.com

Was ändert sich durch die Datenschutz-Grundverordnung?

Ab dem 25. Mai 2018 gilt die EU-Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO). Damit wird der Datenschutz zukünftig einheitlich in der EU geregelt, was zu einer Verschärfung auch des deutschen Datenschutzrechts und damit zu einem Mehraufwand bei Unternehmen führen wird. Der Anwendungsbereich der DSGVO ist weit gefasst, so dass viele Mitgliedsunternehmen der Kammer betroffen sein können.

Neben einer Ausweitung der Rechte der von der Datenerhebung betroffenen Personen (z.B. umfassenderer Auskunftsanspruch, ein Recht auf „Vergessenwerden“ sowie auf Einschränkung der Verarbeitung sowie eine Beschränkung von automatisierten Entscheidungen) legt die DSGVO den datenverarbeitenden Unternehmen weitergehende Pflichten auf.

Wichtigste Änderungen sind u.a. die deutlich ausgeweiteten Informations- und Dokumentationspflichten sowie eine wesentliche Verschärfung der Sanktionen.

Ein datenverarbeitendes Unternehmen ist zukünftig verpflichtet, die Einhaltung der Grundprinzipien der DSGVO (z.B. Rechtmäßigkeit, Transparenz, Zweckbindung, Datenminimierung, Integrität und Vertraulichkeit) nachzuweisen. Dieses wird zu einer Beweislastverteilung zu Lasten der Unternehmen führen. Des Weiteren ist im Rahmen einer „Datenschutz-Folgeabschätzung“ eine aktive Bewertung der Wahrscheinlichkeit und Schwere eines Risikos für die persönlichen Rechte und Freiheiten der betroffenen Personen vorzunehmen. Melde- und Benachrichtigungspflichten bei Datenschutzverletzungen werden ausgeweitet, ebenso wie die Anforderungen, auch in technischer Hinsicht einen wirksamen Datenschutz sicherzustellen.

Ein Verstoß gegen die Grundprinzipien und Pflichten der DSGVO kann zukünftig mit drastischen Bußgeldern von bis zu 20 Mio. EUR oder bis zu 4 % des globalen, konzernweiten Vorjahresumsatzes sanktioniert werden. Daneben werden auch die Möglichkeiten für Schadensersatz ausgeweitet und ein Verbandsklagerecht eingeführt.

Wegen den weitreichenden Konsequenzen einer Nichtbeachtung empfiehlt es sich daher, rechtzeitig gewappnet zu sein.



Dr. Jan Valentin Deichsel
Legalpartner Berlin
Tel: 04162-250 84 22
deichsel@legalpartner.berlin
www.legalpartner.berlin

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



// MANAGEMENT FORUM: Die Wertschöpfung der Zukunft ist digital

Von Anna-Louisa Lobergh



Dr. Anne-Sophie Tombeil

Bis 2025 werden eine Billion Objekte im Internet vernetzt sein, sagen Prognosen vorher. Was bedeutet das für die Arbeit der Zukunft? Wie kann das heutige Arbeitsrecht mit der Digitalisierung vereinbart werden? Darüber, wie wir in Zukunft arbeiten werden, sprachen Dr. Anne-Sophie Tombeil vom Fraunhofer Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation und Dr. Christian Bloth von der Rechtsanwaltskanzlei kallan beim diesjährigen Management Forum in Frankfurt.

„Die Digitalisierung produziert Gewinner und Verlierer“, stellte Dr. Anne-Sophie Tombeil fest. 12 % der Jobs in Deutschland hätten ein hohes Automatisierungsrisiko, könnten also leicht durch Maschinenarbeit ersetzt werden. Dennoch werde sich die Gesamtbeschäftigung kaum verändern, Arbeitsplätze würden stattdessen umgeschichtet, sagte Tombeil voraus.

Die Arbeit der Zukunft erlebe auch einen soziokulturellen Wandel. „Hier im Raum sieht man es schon“, stellte die Expertin fest. „Ich sehe hier mindestens drei Generationen“. Zum ersten Mal in der Geschichte der arbeitenden Menschheit seien in Unternehmen bis zu vier Generationen gleichzeitig aktiv. Die individuellen Lebensphasen werden vielfältiger gestaltet und die jüngeren Arbeitnehmer wechselten häufiger den Beruf. „Sie haben andere Ansprüche an die Arbeit, Lifestyle wird bedeutsamer als Profit“, beobachtet Tombeil. Gleichzeitig veränderten sich auch die Bedürfnisse der Arbeitgeber: Fachwissen sei nicht mehr erstrangig, stattdessen rückt die Kommunikations- und Medienkompetenz an erste Stelle.

Damit verändern sich auch die Modelle der Wertschöpfung. „Die Wertschöpfung der Zukunft ist die digitale Wertschöpfung“, ist sich Tombeil sicher. Produkte würden verstärkt zu Dienstleistungen, wenn Unternehmen die sogenannten as-a-service-Modelle anbieten oder on demand Produkte bereitstellen. Der Nutzwert für den Kunden treibe dabei das Geschäft.



Thomas Ryberg



Dr. Christian Bloth



Albert Nussbaum, Mercuri Urval, und Roland Sauter, SEB



Louise Månsson, Adam Thelander, Junior Chamber Club

Mit der Digitalisierung gehe zwar auch ein höheres Maß an Wissen einher, das jedoch so komplex würde, dass es nicht mehr immer abzubilden sei. Für Entscheidungsträger ergeben sich dadurch neue Herausforderungen: „Sie können nicht wissen, was Sie mit Ihrer Entscheidung im Gesamtsystem auslösen. Sie müssen unter Unsicherheit entscheiden“, erklärte Tombeil.

Zu diesen neuen Entwicklungen in der Arbeitswelt passt das geltende Arbeitsrecht jedoch nur schlecht. „Das Arbeitsrecht ist veraltet und passt nicht mehr zum ‚demokratischen sozialen Wesen‘“, konstatierte Dr. Christian Bloth in seinem Impulsvortrag. Die arbeitsrechtlichen Begriffe des Arbeitnehmers und des Betriebs müssten neu definiert werden, um das Niveau des Arbeitnehmerschutzes aufrecht zu erhalten.

„Manchmal ist elektronische Kommunikation gut, manchmal aber auch gefährlich“, sagte Bloth. Elektronische Dokumente könnten in Zeiten von Fake News leicht gefälscht werden. Hier sei die Beweisfunktion der Unterschrift bedeutend. Eine weitere Herausforderung für das Arbeitsrecht 4.0 sei die Regulierung der Arbeitszeiten, denn diese seien nicht mehr zeitgemäß. Doch das Arbeitsrecht mit seinen teilweise engen Grenzen biete auch wertvollen Schutz für Arbeitnehmer, die durch die digitalisierten Arbeitsweisen stärker unter Druck gerieten. Der Gefahr, dass Arbeit und Privatleben nicht mehr trennbar seien, beugten die Regelungen vor. So gilt auch weiterhin trotz digitaler Erreichbarkeit: Der Feierabend hat seine Berechtigung.

Wir danken dem Fördermitglied der Handelskammer herzlich für die Gastfreundschaft



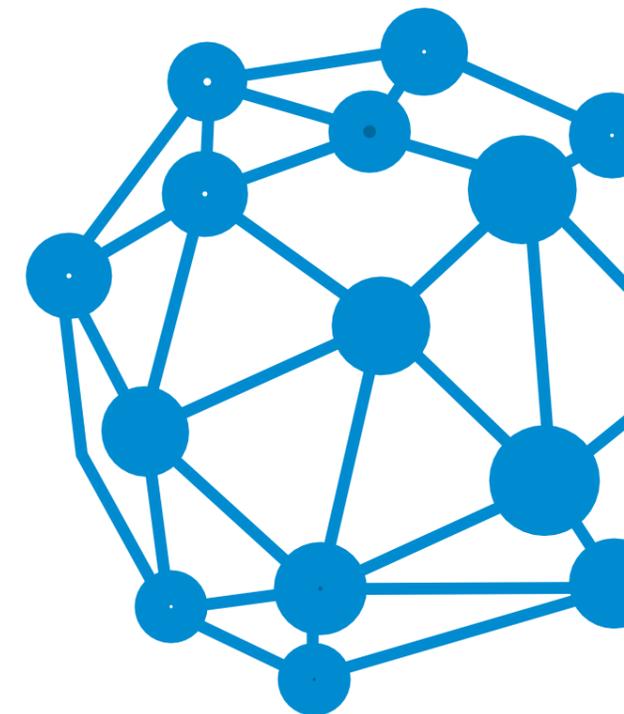
Partner des Management Forums 2017



Jens Humbert, Habib Horst, Joachim Dahmer, Kinnarps



Uwe Lux und Detlef Jöhnk, SEB





Gewinner des Schwedischen Unternehmenspreises 2017

Schwedischer Unternehmenspreis feiert 15-jähriges Jubiläum im Beisein von I.K.H. Kronprinzessin Victoria von Schweden

I.K.H. Kronprinzessin Victoria nimmt am Jubiläum des Schwedischen Unternehmenspreises teil, bei dem die erfolgreichsten schwedischen Unternehmen in Deutschland ausgezeichnet werden. Die diesjährigen Gewinner Elanders, Kinnarps und Tacton Systems werden für ihr Wirken in Deutschland auf einem Galaabend am 23. November in Leipzig geehrt. Die Ehrenauszeichnung 2017 geht an den Musikstreamingdienst Spotify.

In diesem Jahr feiert der Preis ein Jubiläum: Zum 15. Mal wird der Schwedische Unternehmenspreis von der Schwedischen Handelskammer, Business Sweden und der Schwedischen Botschaft verliehen. Die Schirmherrin der Handelskammer, I.K.H. Kronprinzessin Victoria, hat ihre Teilnahme bestätigt.

Der Preis wird jährlich in den Kategorien Großunternehmen, mittelständische Unternehmen und Newcomer auf dem deutschen Markt vergeben. In diesem Jahr werden die Hidden Champions **Elanders**, **Kinnarps** und **Tacton Systems** geehrt. „Der diesjährige Unternehmenspreis zeigt, dass schwedische Firmen in einer Vielzahl von Branchen erfolgreich sind“, sagt Thomas Ryberg, Präsident der Schwedischen Handelskammer. „Schwedische Unternehmen prägen auch hinter den Kulissen als Hidden Champions die deutsche Wirtschaft. Vor allem digitale Lösungen und innovative Produkte treiben das schwedische Unternehmertum in Deutschland“.

Für Schweden ist der deutsche Markt mit Abstand der wichtigste: Im ersten Halbjahr 2017 gingen 11 % aller schwedischen Exporte nach Deutschland, 19 % des Imports nach Schweden stammt aus Deutschland. Schwedische Firmen sind Arbeitgeber für 135.000 Angestellte in Deutschland. Die wirtschaftlichen Beziehungen beider Länder werden durch rund 1.900 Unternehmen mit schwedischer Haupteigentümerschaft in Deutschland und 1.300 Unternehmen mit deutscher Haupteigentümerschaft in Schweden gestärkt.

Im Rahmen des Jahresthemas der Schwedischen Handelskammer, „**Digitalisierung in der Wirtschaft**“, vergibt die Jury die diesjährige Ehrenauszeichnung an den Musikstreamingdienst **Spotify**. Das schwedische Unternehmen, das auch in Deutschland sehr erfolgreich tätig ist, hat mit seiner Geschäftsidee die Musikindustrie revolutioniert.

Die Festrede bei der Verleihung, die 2017 in Leipzig stattfindet, hält **Claudia Olsson**, Young Global Leader des Weltwirtschaftsforums und Geschäftsführerin der Exponential AB. Die Schwedin ist eine prominente Stimme des digitalen Wandels und berät Unternehmen und Regierungen zu strategischen Fragen der Digitalisierung.

Melden Sie sich bis zum **9. November** unter schwedenkammer.de/unternehmenspreis an!

Notieren Sie sich auch den Termin für das **umfassende Tagesprogramm** zum Unternehmenspreis!

Die Gewinner des Unternehmenspreises 2017



Kategorie Großunternehmen – Elanders

Die Elanders GmbH mit Sitz in Waiblingen bietet Lösungen in den Bereichen Druck und Verpackungen, E-Commerce und Logistik. Das 1908 gegründete Unternehmen ist heute eines der bedeutendsten in seiner Branche. Mit seiner hohen Innovationskraft, einem modernen Maschinenpark und kontinuierlichen Investitionen in zukunftsweisende Spitzentechnologie gewährleistet Elanders maßgeschneiderte Cross-Media-Lösungen, die die Jury überzeugten. www.elanders.com



Elanders punktet mit passgenauen Lösungen für Print und Packaging



Kategorie Mittelständisches Unternehmen

Aus einem kleinen Ort in Westschweden stammen dank Kinnarps zahlreiche Möbel, die auch in deutschen Büros ihre Heimat gefunden haben. Der Hersteller von Büroeinrichtungslösungen mit deutschem Sitz in Worms trägt schwedische Werte wie Qualität, Nachhaltigkeitsdenken und die Liebe zum skandinavischen Design seit Jahren erfolgreich in den deutschen Markt und konnte mit innovativen Produkten und intelligenten Einrichtungskonzepten viele namhafte Kunden gewinnen. | www.kinnarps.de



Kinnarps stellt innovative Büroeinrichtung her



Kategorie Newcomer auf dem deutschen Markt

Tacton Systems, seit kurzem mit deutscher Tochtergesellschaft in Karlsruhe ansässig, ist Weltmarktführer in der erweiterten Vertriebs- und Produktkonfiguration. Die Vereinfachung von umfassenden Vorgängen ist Geschäftsidee dieses Newcomers auf dem deutschen Markt. Über zehn Jahre Forschung am Swedish Institute for Computer Science brachten eine Technologie hervor, die Produktkonfiguration neu definiert. Das Design, die Konfiguration und der Verkauf von komplexen Produkten wird erleichtert durch die patentierten Lösungen des schwedischen Unternehmens. | www.tacton.com



Mit Tacton können komplexe Prozesse vereinfacht werden

Sponsoren 2017





Am "Deutschen Eck" in Koblenz fließt die Mosel in den Rhein.



Schwedische Atmosphäre gibt es im Café "Am Nohfels" in Bad Sobernheim.



Scania, Volvo-Baugeräte und Kinnarps-Büromöbel gehören zu den schwedischen Vorzeigefirmen in Rheinland-Pfalz.

... Rheinland-Pfalz

Wir schreiben den 24. Dezember 1631. Der schwedische König Gustav Adolf hält pompösen Einzug ins rheinland-pfälzische Mainz. Die Stadt wird fünf Jahre lang schwedisch regiert und verwaltet. Für die Mainzer Bevölkerung war das nicht sehr angenehm: Häuser wurden konfisziert, hohe Abgaben eingefordert, Bibliotheken nach Schweden verschickt. Die Festungswerke wurden modernisiert – heute erinnert der Ortsname der Stadt Gustavsburg an das Bollwerk und den Schwedenkönig.

Die Schweden, die sich heute in Rheinland-Pfalz angesiedelt haben, dürften ungleich willkommener sein – bringen sie doch Arbeitsplätze mit sich und schätzen als gern gesehene Mitbürger die Lebensqualitäten, die das schöne Bundesland zu bieten hat. Mit rund vier Millionen Einwohnern ist es das siebtgrößte von 16 Ländern, bei der Wirtschaftsleistung liegt es im Mittelfeld. Landeshauptstadt und zugleich bevölkerungsreichste Stadt ist Mainz; mit Ludwigshafen am Rhein, Koblenz, Trier und Kaiserslautern liegen vier weitere Großstädte mit Funktion als Oberzentren in Rheinland-Pfalz.

Ähnlich wie Schweden ist Rheinland-Pfalz ein Land des Wassers und der Wälder. Rhein, Mosel, Saar und Lahn stehen nicht nur für romantische Flusslandschaften, sondern auch für hervorragende Weine. Das wussten bekanntlich schon die alten Römer zu schät-

zen. Und mit 42 % Waldanteil liegt das Land deutlich über dem Bundesdurchschnitt. Westerwald, Eifel, Hunsrück, Taunus und Pfalz sind beliebte Urlaubsziele in dieser Region der alten Kulturlandschaften. Die Porta Nigra in Trier, die Dome von Speyer, Worms und Mainz oder die Abtei Maria Laach muss man einfach gesehen haben – und natürlich die alten Ritterburgen an Rhein und Mosel.

Rheinland-Pfalz steht in Deutschland vor allem für Wein und Sekt, gleichwohl ist der Industrieanteil an der Wirtschaftsleistung höher als im Bundesdurchschnitt. Mit einer Exportquote von ca. 46 % liegt das Land in der Spitzengruppe der deutschen Bundesländer. Ein Grundpfeiler der Wirtschaft ist neben Außenwirtschaft und Industrie der Mittelstand.

Unter den schwedischen Unternehmen im Land finden sich mehrere Big Player: Die Volvo Construction Equipment, einer der weltgrößten Baumaschinenhersteller, fertigt in Konz bei Trier gut 6.000 Radlader und Bagger pro Jahr und beschäftigt 950 Mitarbeiter. Scania gehört mit 42.000 Mitarbeitern zu den größten Herstellern schwerer Lastwagen in Europa und Südamerika und gilt als der profitabelste Nutzfahrzeughersteller der Welt. Scania ist ein hundertprozentiges Tochterunternehmen der Volkswagen AG. Die Produktion und Entwicklung findet überwiegend in Schweden statt, doch am Standort Koblenz beschäftigt das Unternehmen über 200 Mitarbeiter. Kinnarps, Preisträger des diesjährigen

Schwedischen Unternehmenspreises, ist Schwedens größter Hersteller von Büromöbeln und aktuell auch europäischer Marktführer. „Für den Standort Worms haben wir uns aufgrund einer Firmenübernahme entschieden; schnell haben uns dann aber auch die infrastrukturell geschickte Lage zwischen den Metropolregionen Rhein-Main und Rhein-Neckar überzeugt“, erläutert Marketingleiter David Wiechmann. „Am Standort beschäftigen wir zurzeit etwa 250 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, davon etwa die Hälfte in der Produktion. Wir stellen hier Stauraummöbel, also Schränke, Regale, Rollcontainer sowie Schreibtische und Trennwände für den deutschen Markt her.“ Zu diesen drei gro-

ßen gesellen sich neben den selbstverständlichen IKEA-Filialen und anderen Filialisten eine Reihe von Handelsvertretungen und Kleinunternehmen – Schweden ist also gut vertreten an Rhein und Mosel.

Übrigens: Wer Lust auf einen småländischen Käsekuchen mit Hjortronsylt oder eine Prinzessinentorte in anheimelnd schwedischer Atmosphäre hat, dem sei das Café „Am Nohfels“ in Bad Sobernheim empfohlen. Uwe Engelmann und seine Frau betreiben es mit liebevollem Sinn fürs Detail. Ein Tipp nicht nur für die knapp 600 schwedischen Staatsbürger, die aktuell in Rheinland-Pfalz leben.

Mit seiner zentralen Lage im Herzen Europas und den direkten Nachbarn Frankreich, Luxemburg und Belgien hat sich Rheinland-Pfalz als ein international erfolgreicher, zukunftsorientierter Wirtschaftsstandort etabliert. Fünf Branchen prägen die rheinland-pfälzische Wirtschaft. Neben der chemischen und pharmazeutischen Industrie sind dies die Automobilindustrie, die Metallindustrie, der Maschinenbau sowie das Ernährungsgewerbe. Rheinland-Pfalz profitiert von einer hervorragenden Anbindung an den Frankfurter Flughafen, der von der Landeshauptstadt Mainz nur 30 Minuten entfernt liegt. Das europäische Hochgeschwindigkeitsnetz der Bahn und der Rhein – wichtigste Wasserstraße Europas – bieten schnelle Transportwege und sparen somit Kosten und Zeit.

Fakten:

- Bevölkerung: 4,07 Millionen
- Fläche: 19.858 km²
- Bevölkerungsdichte pro km²: 205 (Schweden 21)
- BIP je Einwohner: 33.589 Euro
- Ausfuhr nach Schweden (2016): 952 Millionen Euro
- Einfuhr aus Schweden (2016): 626 Millionen Euro

Größte Städte:

- Mainz: 103.252
- Ludwigshafen: 94.174
- Koblenz: 66.130

Ministerpräsidentin:

Maria Luise „Malu“ Dreyer (SPD)





Karriere mit Kultur im Internet: Content macht Kasse

Von Anna-Louisa Lobergh

„Ich hatte mich nach dem Gymnasium für das Journalismusprogramm an der Uni beworben, war angenommen worden und wartete nun darauf, dass es losgehen sollte. Ich twitterte halb aus Spaß, halb ernst gemeint: ‚Mir ist langweilig, gibt es keinen, der mir Arbeit in der Medienbranche geben kann?‘“ Mit dieser Story beginnt die Karriere der schwedischen Podcasterin Lovisa Ohlson. Ihr Tweet verschaffte ihr Arbeit im Podcast „Värvet“ von Kristoffer Triumf, der jede Woche die großen schwedischen Stars interviewt. Plötzlich war sie Podcast-Produzentin für knapp 200.000 Zuhörer. Mittlerweile beginnen viele Erfolgsgeschichten im Internet. Traditionelle Medien verlieren ihre Dominanz, vor allem in der jungen Zielgruppe. Das World Wide Web ist der Ort schlechthin, an dem man schnell viel Aufmerksamkeit erlangt. Wer Glück hat, kommt

in Kontakt mit den richtigen Akteuren und kann im Netz Geld verdienen und sein Glück machen. Das Internet ermöglicht neue Karrieren, aus Podcastern werden Berühmtheiten, aus YouTubern Millionäre.

Medienmacht im Ohr: Der lukrative Podcast-Trend

Besonders in der schwedischen Netzkultur liegen seit einigen Jahren Podcasts stark im Trend. Ein Podcast ist eine abonnierbare Audiodatei, die über das Internet heruntergeladen oder gestreamt werden kann. In Schweden gehört der eigene Podcast fast schon zum guten Ton für Prominente. Regelmäßig unterhalten zum Bei-

spiel die bekannte Bloggerin Anitha Schulman zusammen mit der Journalistin Ann Söderlund mit ihrem Podcast „Lillelördag“ ihr Publikum, TV-Moderatorin Ebba von Sydow diskutiert Mode mit der Sängerin Emilia de Poret und das Erfolgsduo Filip Hammar und Fredrik Wikingsson führt rege Diskussionen über Alltagsthemen. Hunderttausende Schweden, besonders in den Großstädten, hören diesen Podcasts wöchentlich zu. Selbst die Gottesleute sind unter die Podcaster gegangen: Die schwedische Erzbischöfin Antje Jackelén spricht in ihrem Podcast mit ausgewählten Gästen über existentielle Fragen und den christlichen Glauben.

Den finanziellen Erfolg durch Podcasting erlangt man mit Hilfe von Sponsoren, Werbetreibenden und Partnerschaften, erklärt Lovisa Ohlson: „Derzeit ist der Podcast sehr demokratisch, die meisten Podcasts sind völlig kostenlos.“ Werbung in Podcasts müsse anders gesehen werden als herkömmliche Fernseh- und Radiowerbung, ist Ohlson überzeugt. Das Verbraucherverhalten von Podcast-Zuhörern sei ein anderes als das von Radiohörern. „Podcast-Zuhörer sind sehr engagierte Fans und nehmen die Werbung auf eine andere Art und Weise auf als Fernseh- oder Radiowerbung, die nur im Hintergrund läuft.“ Große Namen wie Bosch, E.ON, Mitsubishi und Airbnb tauchen regelmäßig in der Liste der Podcast-Sponsoren auf.

Der Podcast-Trend eröffnet neue, lukrative Geschäftsfelder, die besonders in der schwedischen Wirtschaft genutzt werden. Bekannte schwedische Apps bieten inzwischen Plattformen für das Streaming der Audiodateien an. Der schwedische Musikstreamingdienst Soundcloud hat Podcasts in sein Repertoire aufgenommen. Storytel, Anbieter von Audiobüchern und E-Books, produziert

sogar eigene Podcasts. Die schwedische Podcastplattform Acast wurde einzig zu dem Zweck entwickelt, die Audiodateien zum Abonnieren bereitzustellen. Acast bietet Zuhörern eine einfache Möglichkeit, neue Podcasts zu entdecken und erleichtert Podcaster das Veröffentlichen ihrer Arbeit. Das schwedische Spotify hat mittlerweile eine Vielfalt an Podcasts verschiedener Genres im Angebot – unter anderem auch „Fest & Flauschig“, den Podcast der deutschen Promis Jan Böhmermann und Olli Schulz. Dieser war zuvor eine Radiosendung des Berliner Senders Radio Eins gewesen, 2016 wechselten die Moderatoren Plattform und Format.

Vom Nerd-Talk zum Storytelling

In Deutschland entwickelt sich seit 2005 eine Podcast-Kultur. Damals wurden die ersten deutschsprachigen Podcasts mit selbstgebasteltem Equipment in der Küche aufgenommen, erinnert sich Christian Bednarek, Produzent des Podcasts „Hörsuppe“: „Diese Grundsteinlegung macht auch heute noch viel dieser Kultur aus: Podcasts werden oft aus einer gemeinsamen Laune heraus, aus dem Spaß, miteinander zu reden und andere daran teilhaben zu lassen, geboren.“ Der Ursprung des Podcastings liegt hierzulande in der Informatiker-Szene – anfangs musste man Nerds dabei zuhören, wie sie stundenlang in Fachsprache über Technikthemen sprachen. Mittlerweile hat sich das Angebot deutscher Podcasts diversifiziert und zu einem wichtigen Teil der deutschen Netzkultur entwickelt: „Ob lockerer Talk ohne festes Thema, politische Gesprächsrunden, Wissenspodcast über Technik, Kultur und Gesellschaft oder tägliches Morgenradio: Es ist für alle etwas dabei. Und fehlt einmal etwas, kann man oft ein interessantes Phänomen



Lovisa Ohlson

beobachten: Aus interessierten Hörerinnen und Hörern werden plötzlich Podcaster, die die Lücke, die sie selbst gefunden haben, auch selbst füllen“, beobachtet Bednarek.

Doch die Podcast-Kultur entwickelt sich in Deutschland eher langsam – der Grund: die starke Position der öffentlich-rechtlichen Radiosender. Anders als in Schweden haben deutsche Radioprogramme einen hohen Wortanteil, weshalb die Podcast-Technik hauptsächlich zur weiteren Verbreitung von Radioinhalten verwendet wird. „Viele Radiosender benutzen das Medium und deren Plattformen vor allem als eine Art Mediathek für ihre vergangenen Sendungen und stellen sie als ‚Podcasts‘ zur Verfügung“, weiß Maria Lorenz, Podcast-Produzentin der „Gästeliste Geisterbahn“. Vielen Hörern sei dabei nicht bewusst, dass sie einen Podcast hören – sie hören einfach eine Radiosendung nochmal nach. Es gebe aber auch Radiosender, die echte Podcasts produzieren, welche sie direkt ins Internet stellen. „Die sind meist spannend, weil sie sehr professionell und mit Anspruch produziert sind“, findet Lorenz. So stehen in den Charts deutscher Podcasts solche wie der „ARD Radio Tatort“, „SWR2 Wissen“ und „WDR 2 Kabarett“ ganz oben. Auch in Schweden ist ein öffentlich-rechtlicher Podcast weit oben in den Charts: „P3 Dokumentär“, ein Doku-Podcast von Sveriges Radio, der begangene Straftaten untersucht, fesselt die Hörer mit dem sogenannten Storytelling, dem gekonnten Geschichten erzählen.

Opern und Theater ziehen mit: Digitale Angebote der Kultureinrichtungen

Während sich eine eigene Kultur im Internet entwickelt, holen auch die traditionellen Kulturinstitutionen auf. Die Königliche Oper und das Königliche Dramatische Theater bieten Podcasts an, in denen sich Regisseure über Bühnenstücke unterhalten, die Göteborger Oper veranstaltet zu Premieren offene Gespräche und Seminare. Hier berichten künstlerische Teams und Solisten oder Tänzer über ihre Arbeit. „Darüber hinaus wird oft ein externer Gast eingeladen, um einen bestimmten Blickwinkel auf die Arbeit zu geben. Die Gästeliste reicht von Sprachprofessoren, Soldaten der Heilsarmee oder Kunstinteressierten hin zu Sängern oder Tänzern, die die aktuellen Rollen früher in ihrer Karriere gespielt haben“, erklärt Lena Jaksch, Marketingchefin der Göteborger Oper. Diese offenen Gespräche werden aufgenommen und anschließend als Podcasts auf der Website hochgeladen. „Wir wollen auf neue Weise Neugier und Interesse wecken und Wissensvertiefung auf verschiedene Arten ermöglichen. Ergänzend zu den Informationen auf unserer Website kann man auch unsere Podcasts hören“, so Jaksch. In Deutschland legen die Macher der Hochkultur ihr Augenmerk dagegen auf die sozialen Netzwerke. Für die Semperoper Dresden seien die digitalen Medien nicht mehr aus der Kommunikation wegzudenken, sagt Susanne Springer, Leiterin Kommunikation und Marketing: „Wir müssen über die verschiedensten Kanäle – sei es nun unsere Website oder auch die sozialen Medien – versuchen, die verschiedenen Zielgruppen zu erreichen.“ In den sozialen Medien erreiche die Oper besonders viele, darunter häufig die

jüngeren Besucherinnen und Besucher. Auch die neue Elbphilharmonie Hamburg ist im Internet unterwegs: Sie veröffentlicht Playlisten auf Spotify von Konzerten, sodass man verpasste Auftritte oder Lieblings-Konzerte jederzeit nachhören kann.

Wie aus YouTubern Millionäre werden

Doch in der Netzkultur wird nicht nur gerne gehört, auch das bewegte Bild ist beliebt. Neben Podcasts ist auch das amerikanische Online-Videoportal YouTube ein fester Bestandteil sowohl der deutschen als auch der schwedischen Netzkultur. Unter deutschen Onlinern nutzen 70 % Videoportale wie YouTube, in Schweden sind es sogar 85 %. Am weitesten verbreitet ist das Portal unter jungen Menschen – so gut wie alle deutschen und schwedischen Teenager nutzen YouTube. Über eine Milliarde Stunden Videos werden täglich auf YouTube angeschaut. Und das Videobusiness ist lukrativ: Einige YouTuber verdienen im Millionenbereich. Wer viele Fans hat, wird interessant für Werbetreibende. Wenn die Zuschauer auf die im Video eingebundene Werbung klicken, erhalten die YouTuber eine zusätzliche Prämie – pro Klick. YouTube ist für viele nicht mehr nur ein Hobby. Der Begriff des YouTubers bezeichnet heute einen eigenständigen Beruf.

Das ganz große Geld mit YouTube hat ausgerechnet ein Schwede gemacht: Felix Kjellberg aus Göteborg ist der bestverdienende YouTuber der Welt. Unter dem Namen PewDiePie soll er im letzten Jahr ganze 12,5 Millionen Euro verdient haben. Kjellberg lädt sogenannte Let's Play-Videos hoch, in denen er Spiele spielt und kommentiert, und erreicht damit mittlerweile 56 Millionen Abonnenten – das entspricht in etwa der sechsfachen Bevölkerung Schwedens. Die größten deutschen YouTube-Stars erreichen mit ihren Videos jeweils etwa vier Millionen Abonnenten und verdienen monatlich im fünfstelligen Bereich. Schätzungen zufolge soll der Kanal von Gronkh, das deutsche Gegenstück zu PewDiePie, in diesem Jahr rund 46.500 Euro pro Monat verdient haben, der Lifestyle- und Modekanal BibisBeautyPalace 45.000 Euro und das deutsche Musik- und Comedy-Duo Die Lochis fast 20.000 Euro pro Monat.

Wer so viele Menschen erreicht, hat Medienmacht, kann Menschen und ihren Lebensstil beeinflussen und wird zum sogenannten Influencer. Die deutsche Mode-YouTuberin Bibi ist bestes Beispiel dafür: Durch Produktwerbung in ihren Videos animiert sie junge Mädchen dazu, bestimmte Produkte zu kaufen. Ihren Erfolg online hat sie ins Leben offline perfekt übertragen: Inzwischen hat Bibi sogar ihre eigene Produktreihe im Drogeriemarkt. Nicht nur in Deutschland, sondern auch in Schweden ist YouTube ein Sprungbrett zum Erfolg. Die schwedische Videobloggerin Clara Henry wurde als Comedian auf YouTube bekannt. 2015 veröffentlichte sie ihr erstes Buch, das in Schweden als bestes Buch des Jahres ausgezeichnet wurde. Spätestens seit sie dieses Jahr die zuschauerstärkste schwedische Musiksendung Melodifestivalen moderierte, ist sie auch eine etablierte Fernsehpersonlichkeit. Clara Henry ist zudem Teil des großen schwedischen YouTube-



Vigor Sörman

Netzwerks Splay, das 2013 von TV-Moderator Vigor Sörman ins Leben gerufen wurde. „Splay ist das größte digitale Videonetzwerk in Skandinavien. Wir haben über 600 Online-Kanäle, 230 Millionen monatliche Views und eine ganz einfache Geschäftsidee: Marken und Influencern zu helfen, in den sozialen Medien erfolgreich zu sein“, erklärt Sörman das Konzept. Seit 2014 vergibt das Netzwerk in elf Kategorien den Preis „Guldtuben“ an besonders erfolgreiche schwedische YouTuber. Für Vigor Sörman ist Schweden ein wahrer Hotspot für die Online-Storyteller. „Die Fähigkeit heutiger Influencer, völlig neue Formate zu kreieren, die ihr Publikum auf eine sehr natürliche und positive Art ansprechen, ist beeindruckend.“ Die Netzkultur ist also mehr als Vergnügen, sie schafft finanziellen Erfolg und verändert die Medienlandschaft. Es entstehen neue Berufe im Internet und die Content-Produktion professionalisiert sich immer mehr. Podcast-Produzent Christian Bednarek hat klare Zukunftsvorstellungen: „Eine Vernetzung über Sprachgrenzen hinaus wird ein wichtiger Punkt für die Weiterentwicklung dieser Medien in Europa sein, auch um von gemeinsamen Entwicklungen und den Erfahrungen anderer Gemeinschaften profitieren zu können. Vielleicht können wir ja schon in wenigen Jahren eine europäische Podcastkonferenz besuchen.“ Die schwedischen und deutschen Internet-Stars wären auf jeden Fall dabei.

Charts schwedischer Podcasts:

1. P3 Dokumentär
2. Sommar & Vinter i P1
3. P1 Dokumentär
4. Alex & Sigge
5. Creepypodden

Charts deutscher Podcasts:

1. ARD Radio Tatort
2. SWR2 Wissen
3. WDR 2 - Kabarett
4. GEOaudio: Hören und Reisen – Mit GEO die Welt erleben!
5. WDR Hörspiel

Die größten schwedischen YouTube-Kanäle:

1. PewDiePie
2. AviciiOfficialVEVO
3. ZaraLarssonVevo

Die erfolgreichsten deutschen YouTuber:

1. Gronkh
2. Bibi
3. ApeCrime

Swedish Chambers International

Treffen der schwedischen Handelskammern im Ausland

Kanada, Hong Kong, Indonesien, Estland, New York – und natürlich Deutschland waren vertreten, als die schwedischen Handelskammern im Ausland sich Ende August in Stockholm zum traditionellen Swedish Chambers International (SCI) Day trafen. Auf der Konferenz, bei der SHK-Geschäftsstelle gemeinsam mit Präsident Thomas Ryberg vertreten war, wurden Best Practices ausgetauscht, Kontakte geknüpft und Zusammenarbeiten angestoßen. „Es ist für uns besonders hilfreich, zu



In Stockholm trafen sich Ende August die Vertreter von zahlreichen schwedischen Kammern

sehen, wie z.B. die Mitgliederentwicklung bei anderen Kammern läuft oder welche Formate in anderen Ländern gut funktionieren“, befand Thomas Ryberg, Präsident der Schwedischen Handelskammer in Deutschland. Er ist auch Teil des Vorstands der SCI, die offiziell als Verein eingetragen sind. Der inspirierende Tag endete mit einem Besuch im SUP46, dem Startupzentrum Schwedens, wo die Vertreter der Kammern einen Vortrag über das herausragende Wirken schwedischer Tech-Unternehmen hörten.

Regionalgruppe Rhein-Main: Nordic Talking

Geschäfte mit Zuliefererfirmen als Sprungbrett nutzen

Die Teilnehmer des Management Forums hatten in diesem Jahr gleich zweimal an einem Tag Gelegenheit, eine Veranstaltung der Kammer zu besuchen. Am Abend des Tages, an dem beim Management Forum die Arbeitswelt im Wandel beleuchtet worden war, sprach beim Nordic Talking Anna Liberg, Handelsbeauftragte und Country Manager von Business Sweden, über die Situation für schwedische Unternehmen in Deutschland, Herausforderungen und den strategischen Fokus auf dem deutschen Markt. Um die Relevanz Deutschlands für Schweden deutlich zu machen, zog Anna Liberg gleich zu Anfang einen beeindruckenden Vergleich: Nordrhein-Westfalen und Bayern haben je ein größeres Bruttoinlandsprodukt als ganz Schweden. Das Potential für schwedische Unternehmen ist damit enorm und Schweden sollten Deutschland als mindestens so wichtig wie ihren Heimatmarkt ansehen, empfahl Liberg. Der Fokus solle dabei auf Partnerschaften lie-



gen: Deutschland bietet optimierte Prozesse an, Schweden punkte mit Innovation, die deutsche Unternehmen brauchen. „Das sehen Sie auf jeder Messe“, berichtete Liberg augenzwinkernd. „Die deutschen Messestände haben alle Kabel perfekt

versteckt, bei den Schweden ist dafür das Design des Stands viel besser“. Beide Seiten würden gebraucht und mit funktionierenden Kooperationen könne Deutschland zum perfekten Sprungbrett für schwedische Firmen werden. Dabei sollte eine wichtige Unternehmensgruppe nicht vergessen werden: die deutschen Hidden Champions, die oft als Zulieferer zwar wenig bekannt und außerhalb der Großstädte arbeiteten, aber großes Geschäftspotential bedeuteten. RYBERG-Consulting lud die Gäste des Nordic Talkings zu einem Abendimbiss ein.

Kammermitglieder haben Grund zum Feiern

Die Handelskammer gratuliert dem Mitglied **Bryan Cave Hamburg** zum zehnjährigen Firmenjubiläum. Und der Kanzlei **Sonntag + Partner** für die Nominierung zum JUVE-Award 2017 in der Kategorie „Kanzlei des Jahres für Steuerrecht“. Grattis!

Schwedisches Design im Fokus für Export und Tourismus

Im Rahmen ihrer Exportstrategie setzt die schwedische Regierung einen besonderen Akzent zur Profilierung schwedischen Designs. Ein entsprechendes Kommunikationsprojekt läuft bis 2019 und ist mit etwa 2,8 Millionen Euro budgetiert. Die Arbeit wird von Visit Sweden in Zusammenarbeit mit der Organisation Svensk Form und den Verbänden der schwedischen Modemarken, der schwedischen Architekten und der Holz- und Möbelfirmen durchgeführt. Das Schwedische Institut und Business Sweden werden ebenfalls beteiligt sein.

Ziel ist es, das Bewusstsein für schwedisches Design und schwedische Designerfahrungen international zu erweitern und damit die Voraussetzungen für eine Steigerung der Exporte und die Erhöhung der ausländischen Besucherzahlen in Schweden zu schaffen. Ausgangspunkt der Strategie ist die große internationale Nachfrage nach schwedischem Design und die Möglichkeit, den schwedischen Export von Dienstleistungen, Erfahrungen und Produkten im Design im weitesten Sinne durch Design zu steigern. Zu den bereits laufenden Maßnahmen in Deutschland gehören monatliche Designpräsentation im Felleshus der Nordischen Botschaften in Berlin, ein deutschsprachiger Newsletter über aktuelle Ausstellungen und Designthemen sowie Webpräsenzen wie www.visitsweden.de/design.

Norm-Form: The New Swedish Wave Design

Eine Ausstellung im Spannungsfeld von Normendenken mit sozialkritischem Ansatz

Zu den europäischen Kultur-Highlights des Jahres 2017 zählt die Ausstellung Norm Form, die seit dem 6. Oktober im Stockholmer Museum ArkDes gezeigt wird. Basierend auf der kontroversen Fragestellung „Was ist normal?“ werden Objekte und Entwürfe von 37 Designern gezeigt, die genau gegen das Erwartete, das sogenannte „Normale“, arbeiten. Was passiert, wenn ein Stabmixer und ein Akkubohrer ihr Aussehen tauschen? Warum können wir keine Jeans für Menschen mit Behinderungen in einem Modegeschäft kaufen? Norm Form ist eine Plattform für eine neue Generation schwedischer Designer, die für ein sozialkritisches Design stehen. Ihr Ansatz ist, Design für eine bessere, gleichberechtigte Welt zu schaffen. Eine Welt, in der niemand vergessen wird und jeder passt – unabhängig von Alter, Geschlecht, ethnischer Zugehörigkeit und körperlichen Fähigkeiten. Gezeigt werden unter anderem Flanell-Shirts für homosexuelle Frauen, ein Gynäkologie-Stuhl für Männer und eine Weste, die eigentlich eine Angst-induzierende Maschine ist. Weitere Infos unter www.arkdes.se/articles/norm-form



BÜRO ZU
VERMIETEN

Junior Chamber Club

Werden Sie Teil des SchwedenCenter!

Mitten in der Landeshauptstadt Düsseldorf befindet sich das SchwedenCenter, in dem die Schwedische Handelskammer zusammen mit dem Schwedischen Konsulat und mehreren schwedischen Tochtergesellschaften residiert.

Das SchwedenCenter könnte der Ort für Ihre deutsche Niederlassung werden, denn ein freier Büroraum steht ab sofort zur Verfügung. Der **25 m² große Raum** mit einer knapp **sechs Meter langen Fensterfront** Richtung Königsallee bieten exzellente Möglichkeiten, sich in Düsseldorf zu etablieren. Als Mieter im SchwedenCenter haben Sie Zugang zum **großen Konferenzraum** und einer Küche.

- 25 Quadratmeter
- Berliner Allee 32, zwischen Hauptbahnhof und Königsallee
- 860 Euro zzgl. MwSt.

Den großen Konferenzraum können Sie auch unabhängig tageweise mieten.

- 100 €/Tag, 50 €/halber Tag



JCC auf der Wiesn



Das Erste, was vielen Schweden zu Deutschland einfällt, ist das Oktoberfest. Grund genug für den JCC München, gemeinsam mit JCC-Gründer Andreas Katzer (Sonntag & Partner) einen eigenen

Tisch im Festzelt zu organisieren und alle JCCler einzuladen, die bayrische Tradition zu feiern. Nicht nur die Münchner waren dabei, auch aus Düsseldorf und Hamburg waren Junioren angereist, um das Oktoberfest zu erleben.

Füller von 1900



Im September lud der Hamburger Junior Chamber Club neben seinen eigenen Mitgliedern auch Interessierte der Regionalgruppe Nord ein, das Traditionsunternehmen Montblanc in Hamburg zu besichtigen. JCClerin Cecilia Nowak, bei

Montblanc tätig, führte durch die Produktionsräume und das firmeneigene Museum, in dem die Teilnehmer Schreibwerkzeuge von 1900 und mit Gold und Edelsteinen verzierte Einzelstücke bestaunen konnten. Ein beeindruckender Besuch, der besonders Gelegenheit bot, die Verbindung zwischen JCC und Regionalgruppe zu vertiefen.

Meet the President



Ein ganz neues Format: In der Reihe Meet the President erhalten JCCler die Möglichkeit, den Präsidenten, das Präsidium und den Vorstand der Schwedischen Handelskammer bei einem

After Work persönlich zu treffen. Das Präsidium tagt mehrmals im Jahr an verschiedenen Orten in Deutschland, sodass JCCler in ganz Deutschland die Möglichkeit haben, in näheren Kontakt mit der strategischen Spitze der Handelskammer zu kommen. München machte den Anfang im Oktober, Düsseldorf, Hamburg und Berlin sollen folgen.

Schirmherrin:



Kronprinzessin Victoria von Schweden

Fördermitglieder:



Handelsbanken

Impressum

Herausgeber:

Schwedische Handelskammer in der Bundesrepublik Deutschland e.V.
Berliner Allee 32
40212 Düsseldorf
Tel. 0211-86 20 20-0
Fax 0211-32 44 88
www.schwedenkammer.de

V.i.S.d.P.:

Thomas Ryberg, Präsident

Titelbild: imagebank.sweden.se

Koordination, Anzeigen, Produktion:

Nordis – Agentur für Kommunikation
Werdener Straße 28

45219 Essen

Tel. 02054-938 54 0

schwedenkammer@nordis.biz

www.nordis.biz

Kammerkalender 2017

1. November 2017

Hamburg: Business Lunch mit Impulsvortrag

2. November 2017

Frankfurt: Nordic Talking

23. November 2017

Leipzig: Festliche Verleihung des schwedischen Unternehmenspreis

6. Dezember 2017

Frankfurt: Nordic Talking

7. Dezember 2017

Hamburg: Julbord

13. Dezember 2017

Berlin: Swedish Business Breakfast



8. November 2017

Berlin: Swedish Business Breakfast

23. November 2017

Junior Chamber Camp in Leipzig

23. November 2017

Accelerated Industrial Innovation With Digital Startups



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

Ihr Kontakt in die Geschäftsstelle

Die Schwedische Handelskammer wird von der Geschäftsstelle in Düsseldorf 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

Veranstaltungen, Öffentlichkeitsarbeit und JCC

Telefon: +49-(0)211-862020-15

E-Mail: hoffmann@schwedenkammer.de



Kerstin Nordström

Regionalgruppen, Mitgliederangelegenheiten und Projektmanagement

Telefon: +49-(0)211-862020-14

E-Mail: nordstroem@schwedenkammer.de

In unserem zentral gelegenen SchwedenCenter in Düsseldorf können Sie Büros und unseren Konferenzraum mieten!

Nutzen Sie Schweden aktuell für Ihre Kommunikation!

Die „Schweden aktuell“ erscheint 6 Mal im Jahr. Dies sind die Schwerpunkte der kommenden Ausgabe 6/17: **Deutsche Wirtschaft in Schweden/15 Jahre Unternehmenspreis**; Thüringen; Gastronomie/Feierkultur. Anzeigenschluss ist der **13.11.2017**. Die Mediadata mit Anzeigenpreisen und Terminen für 2017 finden Sie unter www.schwedenkammer.de. Reservieren Sie jetzt Ihre Anzeigen unter 02054-9 38 54 17 oder schwedenkammer@nordis.biz.



MIT SICHERHEIT WEITERGEDACHT.

DER NEUE VOLVO XC60.

JETZT ENTDECKEN AUF
VOLVOCARS.DE/XC60



INNOVATION MADE BY SWEDEN.