

# SCHWEDEN aktuell

SCHWERPUNKT

Das neue Lebensmittelland

BERATUNG AKTUELL

Human Resources

MITGLIEDER IM PORTRAIT

Svensson Relocation





... makes companies better!



## Recruitment von Führungskräften & Spezialisten

**Beratung:** Mit unserer Erfahrung und unseren Analysen erstellen wir zusammen mit Ihnen das Kandidatenprofil.

**Suche:** Datenbank, Anzeigen und Head-Hunting. Mit unserem Netzwerk finden wir die richtigen Kandidaten für die verschiedensten Branchen und Positionen in ganz Europa mit den Schwerpunkten Deutschland, Österreich, Schweiz und Skandinavien.

**Auswahl:** Wir stellen sicher, dass Ihre neuen Kollegen sowohl fachlich als auch persönlich Ihren Anforderungen entsprechen.

**Einarbeitung:** Wir haben die Methodik und Kompetenz, dass Ihre neuen Kollegen und das vorhandene Team in kürzester Zeit zu einander finden.

[www.ryberg-consulting.com](http://www.ryberg-consulting.com)

RYBERG-CONSULTING  
Germany  
Postfach 1386  
DE-65703 Hofheim  
Tel: +49-(0)6192 – 958 453 – 0  
[info.de@ryberg-consulting.com](mailto: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](mailto:info.hamburg@ryberg-consulting.com)

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

Gestaltung: www.romald-wissler.de



Liebe Mitglieder und Freunde der Handelskammer,

obwohl wir uns langsam aus dem Griff der finanziellen Krise lösen, wird die Zukunft nicht von Stabilität und Erwartungen von stabilem Wachstum geprägt, sondern von permanenter Unsicherheit. Hier ist Flexibilität auf allen Ebenen gefragt, wenn man den weltweiten „Cities of Opportunity“ glauben soll.

Zum zweiten Mal hat die Unternehmensberatung Price Waterhouse Coopers (PwC) eine globale Studie durchgeführt, in der 27 Großstädte aus aller Welt verglichen wurden. In zehn Kategorien, von Innovationskraft über Infrastruktur, Kostenlage und Unternehmensklima, wurden die Städte geprüft, um die Stadt mit den größten Möglichkeiten zu küren.

Das Ergebnis: Auf Platz eins landen New York und London, gefolgt von Toronto und Paris. Stockholm steht auf Platz fünf und Berlin an zwölfter Stelle. In der Kategorie „Intellektuelles Kapital und Innovation“ liegt Stockholm sogar ganz vorn; auch bei den Themen Offenheit für neue Technologien, Wirtschaftsklima und Infrastruktur schneidet die schwedische Hauptstadt hier vergleichsweise gut ab. Das Letztere ist interessant, weil unsere Kollegen bei der Stockholmer Handelskammer den lokalen Politikern fehlende Investitionen in Verkehrssysteme und langsame Beschlussvorgänge vorgeworfen haben.

Berlin ist hingegen die günstigste Stadt in der Studie und liegt auch bei den Themen Nachhaltigkeit und Lebensqualität vorne, wie Stockholm.

Die stärkste Korrelation mit einer wirtschaftlich starken Stadt ist laut PwC übrigens guter Wohnungsstandard. Auch hier wird Stockholm von den Autoren gelobt. Ihrer Meinung nach ist Stockholm ein gelungenes „Gesamtpaket“ aus Ausbildungssystem, Gesundheitswesen, Sicherheit und Wirtschaftsklima. Allerdings meinen sie, die Stadt sei ein bisschen weit weg...

Laut Prognose der Studie werden die 27 Städte bis 2025 insgesamt vier Millionen Arbeitsstellen verlieren. Der Grund dafür ist, dass die technologische Entwicklung und die erhöhte Produktivität die Nachfrage auf Arbeitskraft auch in diesen Großstadtgebieten insgesamt verringern werden. So müssen neue Jobs, vielleicht in ganz neue Branchen, entstehen, und so stehen auch diese Wachstumsmotoren vor großen Herausforderungen. Dann werden diese Städte in einer mobilen und globalisierten Welt sich gegenseitig um die Talente streiten. Nicht zuletzt wird die Konkurrenz aus

den Schwellenländern auch hier immer stärker werden. Also müssen Politiker und Stadtplaner für eine ungewisse Zukunft planen. Um im Gespräch zu bleiben, sind Visionen gefragt, wie zum Beispiel Innovationszentren oder nachhaltige Bauprojekte wie die Hammarby Sjöstad. Aber hier wird in der Studie auch die Bedeutung von großen, spektakulären Projekten wie Burj-Khalifa-Wolkenkratzer, Olympia und Formel 1 hervorgehoben. Stellt sich die Frage, was diese Projekte kosten dürfen. Olympia ist mittlerweile so teuer geworden, dass sich immer weniger Städte bewerben. Für die Winterspiele 2022 gibt es derzeit keinen einzigen offiziellen Kandidaten.

Mit freundlichen Grüßen aus Düsseldorf

Mats Hultberg

### Inhalt

5 FRAGEN AN   Alexander Horvath, SEB	4
KOLUMNE   „Vom Kochen mit dem Fördertopf“	5
WIRTSCHAFT AKTUELL   Kurznachrichten	6
HEITER BIS SCHWEDISCH	7
SCHWERPUNKT   Essen & Trinken	8
BERATUNG AKTUELL   Human Resources	12
MITGLIEDER IM PORTRAIT   Sophie Svensson	17
UNTERNEHMENSPREIS   Ausschreibung	18
AUS DER KAMMER / JCC	19
SAVE THE DATE	21
Sponsoren & Impressum	22



## „Die Branche wird industrieller“

5 Fragen an Alexander Horvath, Head of Compensation and Benefits, SEB

**1. Am 28. Februar hat das EU-Parlament gemeinsam mit den Mitgliedsstaaten einen vorläufigen Vertrag geschlossen, um die variablen Vergütungen innerhalb der Banken- und Finanzbranche zu begrenzen. Die Boni sollen das Festgehalt nicht übersteigen. Kam diese Nachricht für Sie unerwartet?**

Nein, die Diskussion hat schon eine längere Zeit andauert, und die Regeln waren zu erwarten. Allerdings ist der Entwurf umfassender, detaillierter und strikter als erwartet.

**2. Würde es, wenn die Entscheidung zum Tragen kommt, für SEB einen Mehraufwand bedeuten?**

Ja, es bedeutet vermutlich eine Anpassung der Vergütungsmodelle für gewisse Kategorien von Angestellten und Veränderungen von gewissen Vergütungsprozessen. Auch in den vergangenen Jahren haben wir bereits variable in feste Vergütungen überführt. Wir sehen in der Branche schon länger eine Verschiebung der Vergütungsmodelle. Die Veränderung wäre zum großen Teil auch ohne die Gesetzänderung geschehen, möglicherweise in einem etwas langsameren Tempo.

**3. Welche Einwirkungen haben die Implementierungen von neuen Finanzmarktsgesetzen seit 2008, die das schwedische Finanzmarktaufsichtsausschuss überwacht, auf Ihre Arbeit als Head of Compensation & Benefits bei SEB gehabt?**

Die neuen Regeln für Vergütungen haben einen umfassenden Einfluss, nicht nur auf meine Arbeit und die Arbeit der Personalabteilung gehabt, sondern auch auf den Aufsichtsrat, die Führung und nicht zuletzt auf unsere Kontrollfunktionen und externen Revisoren. Wir haben neue Richtlinien und Prozesse eingeführt. Der Kompensationsbereich innerhalb der Personalfunktion hat sich zu etwas viel Komplexerem und Regelgesteuertem entwickelt, als man voraussehen konnte. Heute haben wir viel mehr administrative und überwachende Aufgaben auf der HR-Seite. In weiten Teilen fehlen detaillierte Weisungen von den Behörden, sie malen oft nur mit einem groben Pinsel ein ungefähres Wunschbild. Es ist dann an uns, im Detail Beschlüsse über angemessene Veränderungen auszuarbeiten.

**4. Wie werden variable Vergütungen in Zukunft gestaltet?**

Ich glaube, dass die Finanzbranche immer irgendeine Form von variabler Vergütung haben wird, dass aber die Niveaus gesenkt und auf langfristigen nachhaltigen Ergebnissen basieren werden. Es ist schwierig, alle Beteiligungsformen an Gewinnen zu streichen, die mit einer klaren individuellen Leistung der Angestellten verbunden sind. Als Arbeitgeber sind wir außerdem darauf angewiesen, die persönlichen Vergütungen und die totalen Personalkosten an die Gewinne anpassen zu können, die in bestimmten Geschäftsbereichen sehr volatil sein können.

**5. Glauben Sie, dass die Bemühungen der Unternehmen, in diesen Krisenzeiten ihre großzügigen Vergütungsniveaus zu vermindern, sich auch in der nächsten Hochkonjunktur durchhalten lassen?**

Über eine längere Periode gesehen, kann man beobachten, dass es eine Pendelbewegung zwischen den Parteien auf dem Arbeitsmarkt gibt. In guten Zeiten werden die Angestellten begünstigt, durch niedrige Arbeitslosigkeit und durch gute Lohnentwicklung. In schlechten Zeiten ist es umgekehrt. Die mehr oder weniger natürlich pendelnde Balance über einen Konjunkturzyklus kann manchmal allerdings durch unerwartbare Paradigmenwechsel verändert werden. Das kann z. B. bei einer Deregulierung (die den Finanzmarkt verändert) geschehen, oder wenn die technische Entwicklung plötzlich große Fortschritte macht.

Meine Beurteilung ist, dass die heutige Veränderung der Vergütungsniveaus weniger auf den Konjunkturschwankungen beruht (wenn sie auch einen großen Einfluss haben) als auf strukturellen Veränderungen der Branche. Wir haben neue Vorschriften, die die Rentabilität beeinflussen, und eine technische Entwicklung, die Teile des ganzen Betriebs verändert. Leistungen werden einfacher und damit billiger. Oft entscheiden Volumen und Kundenorganisation eher über die Rentabilität als individuelle Kompetenz und Beratung. Die Branche wird also gewissermaßen industrieller. Und das übt Druck aus auf die Vergütung bestimmter Funktionen.



Michael Güttes  
Vice President

„Darf ich Sie zu ein wenig Veränderung ermutigen?“

Rahmenbedingungen verändern sich. Märkte verändern sich. Kundenanforderungen verändern sich. Gute Unternehmen verändern sich mit. Aber eben nicht von alleine. Es braucht auch die passenden Menschen dazu. Darum geht es bei uns. It's all about people.

Rekrutierung · Talent Management · Change Management · Board & Executive

E-Mail: [michael.guettes@mercuriurval.com](mailto:michael.guettes@mercuriurval.com)  
Tel: +49 211/ 550 43 332

Mercuri Urval

[www.mercuriurval.com](http://www.mercuriurval.com)

## Vom Kochen mit dem Fördertopf

„Matlandet Sverige blev pratlandet Sverige“, oder auf Deutsch: „Lebensmittelland Schweden wurde zur Quasselbude Schweden“. Die Kritik der schwedischen Industrie zielt auf die staatliche Kampagne zur Förderung schwedischer Gastronomie und Lebensmittel.

Vor fünf Jahren aus der Taufe gehoben, ausgestattet mit viel Geld und noch größeren Visionen, sollte ein Siegeszug schwedischer Essenskultur um den Globus eingeleitet werden. Statt dessen Bürokratie, verlorene Zeit und verplempertes Geld.

Dabei hatte alles so vielsprechend angefangen. Schwedische Spitzenköche heimsten einen Michelin-Stern nach dem anderen ein. Die schwedische Kochmannschaft gewann als bislang Einzige zweimal hintereinander die Goldmedaille in der Koch-Olympiade.

Auf diesen Zug wollten die Politiker aufspringen. Fast 2.000 Projekte haben seitdem Förderung bekommen. Mit mehr als 2 Millionen Kronen sollte zum Beispiel die Veredelung nordschwedischer Wildbeeren gepöppelt werden. Immerhin 80.000 Kronen war es den Verantwortlichen wert, eine „Geschmackskarte der Essenslust“ zu erstellen.

Höhepunkt des ehrgeizigen Förderprogramms: eine halbe Million für die Erstellung von „Richtlinien für Mahlzeiten im Frei-

en“. Oder wie es in der Projektbeschreibung heißt: Essen im Freien ist eine Touristenattraktion, die sich in einer gesetzlichen Grauzone befindet. Muss das sein?

Die Absicht mag gut sein. Aber die schwedische Regelungswut und der Glauben an Empfehlungen von oben hat eine lange Geschichte, die zweifeln lässt. In Stockholm rast zurzeit eine erhitzte Debatte über Butter im Schulessen, nachdem die Schulbehörden angeordnet hatten, die Richtlinien der allgegenwärtigen Lebensmittelbehörde penibel umzusetzen. Verbannt wurde darauf Butter, und die Schulen führten im großen Stil die Leichtmargarine Becel ein. Dagegen laufen nun Politiker und Elternvereine, aber auch die Bauernlobby, Sturm.

Regelung hin oder her, wer einen Blick auf die Menüs der Schwedischen Kochmannschaft wirft, weiß, dass Schweden international einiges zu bieten hat. Im letzten Duell mit den spanischen Köchen zum Beispiel: Tapas aus Rentier- und Elchfleisch, Moltebeeren, Roggen von Ukelei und schwedischer Ackerbeere. Da kommt schon beim Lesen Appetit auf.



Tomas Lundin

**X-Guard**<sup>®</sup>  
**INTELLIGENT**  
**> Schnell > Flexibel**

X-Guard<sup>®</sup> - die Schutzvorrichtung für Maschinen, Anlagen, Roboter, Logistik und Lager.

Erfahren Sie mehr unter  
[www.axelent.de](http://www.axelent.de) oder 0800 1817889  
(gebührenfrei)

**AXELENT GmbH**  
Tränkestraße 11  
70597 Stuttgart, Deutschland  
Telefon: +49 711 252509-0  
Telefax: +49 711 252509-49  
E-Mail: [sales@axelent.de](mailto:sales@axelent.de)  
Web: [www.axelent.de](http://www.axelent.de)

Offizieller Partner der  
Stuttgarter Kickers

## Kurznachrichten



### Erfindungs-Reich Schweden

Seit vielen Jahren haben neue Produkte aus Schweden die Welt verändert. Mit Skype rufen wir Verwandte auf der

anderen Seite der Welt umsonst an, Spotify lässt keinen Platz für illegales Musikherunterladen und der Herzschrittmacher hilft unseren Herzen, länger zu schlagen. Bis zum 3. Mai kann man nun neue schwedische Ideen im Felleshus der Nordischen Botschaften Berlin entdecken. Die Ausstellung „Innovative Sweden“ des Schwedischen Instituts wurde am 12. März von Schwedens Wirtschaftsministerin eingeweiht. 20 junge Firmen nehmen teil und präsentieren ihre findigen Lösungen für die Welt von morgen. Von einem augengesteuerten Computer bis zu Ladegeräten ohne Steckdose gibt es viel zu bestaunen.

### Malmö arrangiert den 58. Eurovision Song Contest im Mai

Nach dem schwedischen Sieg in Baku im letzten Jahr, als Loreen mit dem Hit „Euphoria“ eine große Mehrheit der Stimmen bekommen hat, war klar, dass der nächste Eurovision-Wettkampf in Schweden stattfinden würde. Als Austragungsort des Schlagerwettkampfs hat sich Malmö gegen Stockholm durchgesetzt. Die Malmö Arena liegt im neugebauten Stadtteil Hyllie im Süden der Stadt. Nur 13 Minuten sind es mit dem Zug zum Flughafen Kopenhagen, 30 Minuten zum Hauptbahnhof Kopenhagen und – durch den neuen Citytunnel – nur 7 Minuten zum Hauptbahnhof Malmö. Mehr als 10 000 Zuschauer werden die Show in der Arena verfolgen. Der Eurovision Song Contest findet vom 14.–18. Mai statt, mehr als 40 Länder nehmen teil.

### Rentner als Gründer

2012 registrierten 1.586 Personen über 65 Jahren eine eigene Firma in Schweden. Dass ist eine Steigerung um 15 % gegenüber dem Vorjahr. Seit einer Änderung der Steuerregeln 2007 gründen immer mehr Rentner eigene Unternehmen. Viele Ältere haben noch das Bedürfnis zu arbeiten. Sie wollen ihre lange Branchenerfahrung und ihre Kontakte nutzen, sagt Rolf Dahlberg, Geschäftsführer des Unternehmens Visma Spcs, das die Informationen vom schwedischen Steueramt und Firmenregister zusammengetragen hat. Am häufigsten ist die Gründung von Ratgeberunternehmen, aber auch Vermietung, Buchhaltung, Bau, Literatur und Kunst sind beliebte Beschäftigungsfelder der späten Gründer.

### Immer schnelleres Internet

Das Amt für Post und elektronische Kommunikationen (PTS) hat die Nutzung der nächsten Generation des Internets untersucht.

Im Oktober 2012 konnten 93 Prozent aller schwedischen Haushalte und Unternehmen das neue mobile LTE-Internet nutzen. Ein Jahr zuvor waren es nur 48 Prozent. Eine besonders rasche Entwicklung gab es auf dem Land, wo der Anteil von 10 auf 79 % stieg. Der Generaldirektor des PTS, Göran Marby, sieht im schnellen Breitband-Ausbau ein Zeichen von einem guten Investitionsklima. Das Ziel, dass 90 % aller Schweden 2020 Zugang zu Internetgeschwindigkeiten über 100 Mbit/s haben sollen, ist schon jetzt nicht mehr fern. Im Moment kann mehr als die Hälfte der Schweden so schnell surfen.

### Schwedischstudium populär in Deutschland

An den deutschen Universitäten gibt es ein großes Interesse, Schwedisch zu lernen. Von den 18.000 Studenten weltweit, die außerhalb Skandinaviens Schwedisch studieren, sind 7.500 in Deutschland eingeschrieben. Und in Deutschland lernen mehr Menschen Schwedisch als in Schweden Deutsch, sagt Monika Wirkkala vom Schwedischen Institut. Als Motivation geben die Studenten meist Karriereperspektiven an. Entweder braucht man die Sprache in der Arbeit oder im Unterricht. „Die schwedische Grammatik ist aber auch leicht“, erklärt Danny Marr, Skandinavistikstudent an der Humboldt-Universität in Berlin. An insgesamt 200 Universitäten in 38 Ländern kann man Schwedisch studieren.

### Skanska will einen Tunnel nach Schweden bauen

Nach Zeitungsberichten prüft das schwedische Bauunternehmen Skanska die Möglichkeiten für den Bau eines etwa 100 km langen Tunnels von Schweden nach Deutschland. So könnten Hochgeschwindigkeitszüge von Oslo nach Venedig fahren, über Göteborg, Berlin, Prag und München. Die Kosten für diesen längsten Eisenbahntunnel der Welt lägen bei mehr als 12 Milliarden Euro, die Bauzeit bei mindestens 20 Jahren. Angeblich gibt es keine geologischen Faktoren, die dem Projekt widersprechen.



### Stena Line jetzt auch in Rostock

In vier Städten ist das Fährunternehmen Stena Line mittlerweile in Norddeutschland präsent. Für die Bewohner von Sassnitz, Travemünde und Rostock gehört Stena Line seit der

erfolgreichen Übernahme der ehemaligen Scandlines-Routen zum Stadtbild – für Kiel gilt das bereits seit über 40 Jahren. Mit der Übernahme der Routen im Osten Deutschlands stand die Neueröffnung einer Niederlassung in Rostock ins Haus. Die Route Kiel – Göteborg ist eine der wichtigsten Transportadern von Zentraleuropa gen Skandinavien. Die positiven Zahlen sowohl im Fracht- als auch im Passagierbereich bestätigen dies: So verzeichnete Stena Line 2012 einen Gästezuwachs von ca. 12 %

sowie ein Plus von 24 % bei den transportierten Fahrzeugen. Zusätzlich verschifft Stena Line auf der Strecke im letzten Jahr rund 80.000 Frachteinheiten.

### Günstige Sommerhäuser

Wer mit dem Kauf eines Ferienhauses in Schweden liebäugelt, kann sich über niedrige Preise freuen. Hintergrund ist die verminderte Kaufkraft ausländischer Käufer durch die Eurokrise. Nach aktuellen Daten hat mehr als jeder fünfte Verkäufer seinen Mindestpreis gesenkt. Eine Ausnahme bilden Fjällhütten, wo die Preise in einigen Orten stark gestiegen sind. Am günstigsten sind die Preise fernab großer Städte.



### Kochkultur frei Haus

Viele Berufstätige möchten zwar gerne selber kochen, die Zeit für Einkauf und Rezeptsuche ist aber knapp. Diese Arbeit abzunehmen und gefüllte Lebensmitteltüten nach

Hause zu liefern, ist ein Konzept, das in den letzten Jahren in Schweden sehr erfolgreich war. Man bestellt einmal wöchentlich über das Internet und kann selbst wählen – oder sich überraschen lassen, Rezepte inklusive. Zwei schwedische Unternehmen haben den Sprung auf andere Märkte gewagt. *Middagsfrid*, der Pionier der Idee in Schweden, ist inzwischen bereits in sechs Ländern aktiv. Doch der Startschuss in Deutschland ging nicht so schnell wie man gehofft hatte, meint Lisa Rentrop, Projektmanagerin der

deutschen Tochterfirma *KommtEssen*. Offenbar gibt es kulturelle Unterschiede, die das Interesse hier verhaltener ausfallen lassen. Auch Peter Clifford, Geschäftsführer des deutschen Ablegers von *Linus Matkasse*, *Unsere Schlemmertüte*, bestätigt, dass es hier langsamer gehe. Eine verbreitete Skepsis gegenüber einer neuen Lebensmittelkultur und neuen Konzepten könnte die Ursache sein, sagt Kicki Theander, Gründerin von *Middagsfrid*. Doch Lisa Rentrop zeigt sich zuversichtlich und verweist darauf, dass die Kundenzahl stetig zunimmt. „Wir liefern insgesamt zu 30 Orten und haben eben eine normalere Entwicklung, als *Middagsfrid* in Schweden hatte.“

[www.kommtessen.de](http://www.kommtessen.de)  
[www.schlemmertuete.de](http://www.schlemmertuete.de)

### Ängeln Premium Products kooperiert mit Foodmark

Das Hamburger Unternehmen Ängeln Premium Products engagiert sich unter der Leitung des Eigentümers Fredrik Elmqvist seit Jahren für den Vertrieb schwedischer Lebensmittel in Deutschland. 2012 hat das Unternehmen die Umsätze mit „Svensk Glass“, Premium Sahneis und Sorbets, mehr als verdoppelt. Dabei halfen Kunden wie Edeka, REWE, Famila, Kaisers, Citti und Kaufhof. Auch Schwedens-Klassiker Törtchen „Svensk Tårta“ von Delicato wurden im deutschen und österreichischen Einzelhandel etabliert. Nächster Schritt ist der nationale Einstieg in den Foodservice (Backshops, etc.) mit dem Partner La Nouvelle Boulangerie und seinen über 4.500 Verkaufspunkten in Deutschland. Immer auf kulinarischer Spurensuche hat das Unternehmen jüngst eine Kooperation mit Foodmark, einem der führenden Food-Konzerne in Schweden vereinbart und bereitet Konzepte für den Einstieg in den deutschen Markt im Herbst 2013 vor.

## Heiter bis schwedisch

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

### Der Arla Buko Designbecher



Der Arla Buko Designbecher erscheint bereits in der 7. Auflage und ist die Prämie, die Kunden im Rahmen einer Treue-Promotion erhalten, wenn sie 20 Arla Buko Deckelfolien sammeln und einsenden. Das diesjährige Design war das Gewinnerdesign eines Wettbewerbs, zu dem Arla Buko 2012 aufgerufen hatte, und es entstammt damit erstmalig der Feder einer Verbraucherin. Auch 2013 wird es wieder eine derartige Aktion von Arla Buko geben. Wir finden, dass diese Tasse jede Menge schwedische Heiterkeit ausstrahlt – auch wenn die Designerin aus Deutschland stammt. Muuuuh!

### Gewinnen Sie. E-Mail genügt!

„Heiter bis schwedisch“ verlost 10 Arla Buko Designbecher! Wenn Sie teilnehmen möchten, schicken Sie einfach bis zum 20. März eine E-Mail mit dem Stichwort „Heiter bis schwedisch“ an [schwedenaktuell@nordis.biz](mailto:schwedenaktuell@nordis.biz). Gewinnerin des Magazine Tables von design-housestockholm.com aus der letzten Ausgabe ist Riikka Suihko aus Frankfurt. Grattis!



## Das neue Lebensmittelland

Von Benjamin Snorrason

Nein, die schwedische Küche und Esskultur sind sicher nicht sehr bekannt in der Welt. Die meisten Verbraucher in Deutschland assoziieren damit nicht mehr als Köttbullar von IKEA, Knäckebrötchen von WASA und vielleicht die Halbfettmargarine LÄTTA, die allerdings von Unilever stammt und lediglich in Schweden zum ersten Mal auf den Markt kam. Aber man geht nicht zum „Schweden“, wie man zum Griechen oder Italiener geht, und man entscheidet sich wohl auch nicht der Restaurants wegen für einen Schwedenurlaub.

Das aber wurmt die schwedische Regierung, und schon seit fünf Jahren (und bis 2014) engagiert sie sich mit dem Projekt „Lebensmittelland Schweden“ dafür, die Potenziale der Branche zu zeigen und ihr Wachstum zu fördern. Das ist nachvollziehbar, denn die Wertschöpfungskette ist lang und reicht vom Landwirt über den Produzenten bis hin zum Handel und der Gastronomie – jeweils mit vielen mittelbaren und unmittelbaren Arbeitsplätzen.

Die Ziele sind ambitioniert: Man will den Export schwedischer Lebensmittel verdoppeln, den kulinarischen Tourismus nach Schweden fördern und Qualitätsgastronomie nachhaltig sichern. Das Ganze hat gewissermaßen auch einen kultur- und gesellschaftspolitischen Aspekt, denn man setzt auf die spezifische Besonderheit schwedischer Geschmäcker, Erlebnisse, Produkte und Menschen. Liebe und Landesprofile gehen eben durch den Magen.

Um also die schwedische Lebensmittelkultur im Ausland besser zu vermarkten, hat die Regierung Organisationen wie VisitSweden, Business Sweden und dem Landwirtschaftsministerium den Auftrag gegeben, eine entsprechende Kommunikationsplattform und Strategie aufzubauen. Unter dem Namen „Das neue Lebensmittelland“ wird das Projekt seit 2008 und bis 2014 mit gut 2 Millionen Euro unterstützt.

Besonders kleinere Unternehmen sind allerdings auch wirklich auf Unterstützung angewiesen, wenn sie sich auf dem deutschen Markt etablieren wollen. Der gilt nämlich als einer der härtesten der Welt. Der Preisdruck ist enorm, und der Handel

wird von wenigen sehr großen Playern dominiert. Und wer nicht bei Edeka oder REWE, Aldi oder Lidl und vier, fünf weiteren Ketten gelistet ist, bleibt ein Nischenanbieter. Wie aber kann man diese Hürde nehmen? Business Sweden setzt genau an dieser Stelle an und organisiert gemeinsam mit dem Handel Aktionswochen, in denen schwedische Produkte koordiniert, präsentiert und vermarktet werden. Für die Verbraucher ist das eine interessante Abwechslung und für den Handel eine Möglichkeit, gleich eine Reihe von Produkten auf ihre Marktakzeptanz zu testen. Und was gut ankommt, hat reelle Chancen, auch nach der Aktion im Sortiment zu bleiben. Eine solche Aktion wurde gerade in den 300 Filialen der Lebensmittelkette TEGUT beendet, die besonders in Bayern und Mitteldeutschland vertreten ist. 15 schwedische Unternehmen waren dabei, flankiert wurde die Aktion durch Verbraucherinformationen und Rezeptideen etc.

Die ausgewählten Produkte zeichnen sich dadurch aus, dass sie eine möglichst unverwechselbare Nische besetzen, sei es durch die Besonderheit des Produktes (z. B. als diätetisches Lebensmittel) oder durch das Produktdesign und die dezidiert schwedische Profilierung. Hier einige Beispiele:

### Laktosefreies Eis



Üblicherweise wird Eis mit Kuhmilch und Sahne hergestellt – und ist damit Tabu für alle, die unter Laktoseintoleranz leiden. Das Eis der schwedischen Marke Lovice besteht dagegen aus Sojamilch und beinhaltet keine Laktose, Cholesterin und Milchproteine. Dennoch schmeckt es genauso gut wie das normale Eis aus Milch und Sahne, und es gibt sechs Sorten von klassischer Vanille bis zum überraschenden Lakritz. Produziert wird es von dem jungen Unternehmen BoFood, das von IKEA GreenTech finanziert wird, einer Risikokapitalfirma des IKEA-Konzerns. Die Firmenstrategie ist auf Lebensmittelprodukte für den gesünderen Lebensstil ausgerichtet, denen gute Wachstumspotenziale prognostiziert werden. BoFood entwi-

ckelt Lebensmittelprodukte aus pflanzlichen Fetten und Sojaprodukten mit hoher Qualität und zu konkurrenzfähigen Preisen. Neben den Eisprodukten gibt es ökologische Margarine, gesunde Hartkäse und Rapsöle mit hohem Omega-3-Anteilen.

### Gille: 1,5 Milliarden Kekse



40 % aller in Schweden verkauften Kekse stammen von Gille, der schwedischen Tochterfirma der holländischen Continental Bakeries. Allein die Anbaufläche für die benötigten Haferflocken in der Provinz Västergötland ist so groß wie 1.000 Fußballplätze. Doppelt so viele Kekse wie in Schweden verkauft Gille im Ausland. Im wichtigsten Exportmarkt Deutschland erzielten die Gille Haferflockenkekse bei der jährlichen Lebensmittelprüfung der deutschen Landwirtschaftsorganisation DLG im Jahr 2011 einen Volltreffer, nämlich den ersten Preis. Analysiert wird dabei die Qualität von Lebensmitteln, also Farbe, Aussehen, Konsistenz, Geruch und Geschmack. Continental Bakeries North Europe produziert jährlich mit 220 Mitarbeitern in der süd-schwedischen Provinz Skåne mehr als 1,5 Milliarden Backwaren der Marke Gille. Ein Drittel von diesen werden in Schweden verkauft, zwei Drittel ins Ausland exportiert, in ca. 30 Länder. 2010 hat Continental Bakeries North Europe ca 52 Millionen Euro umgesetzt, bis 2015 soll diese Zahl verdoppelt werden.

### Felix Konfitüren, der Geschmack der wilden schwedischen Wälder

Auch Felix ist ein Beispiel für Produkte mit klarem Herkunftsprofil: Jeder Schwede kennt die Konfitüren von Felix. Ausschlaggebend ist der hohe Anteil an Wildbeeren aus der schwedischen Natur, der bei etwa 50 % liegt. Die Preiselbeermarmelade von Felix wird sehr gerne mit Köttbullar kombiniert. Und die Kombination aus Preiselbeeren und Hagebutten schmeckt besonders gut zu Käse und gebratenem Fleisch. Das hat sich bis in die USA herumgesprochen, dem heute wichtigsten Exportmarkt für Felix.

### Albaöl

Albaöl ist bereits vielen Deutschen bekannt. Es wird seit 1990 nach Deutschland exportiert, und seit 2003 kann man es auch in Supermärkten wie REWE, Edeka und Kaisers finden. Albaöl wird mit Rapsöl aus Skåne produziert. Die Besonderheit: Es riecht und schmeckt wie frische Butter, auch wenn es keine enthält. Der hohe Gehalt an Omega-3-Fettsäuren macht es zur gesunden Nahrungsergänzung. Albaöl gehört zur Firma „Belico Food AB“, die Auslandsvermarktung liegt in der Hand der Tochterfirma „Taste of Sweden“. Andere bekannte Marken von Belico Food AB sind Rapsodi und Albasauce.

### Schwedisch Essen mit IKEA

Neben solchen relativ kleinen schwedischen Anbietern nimmt sich IKEA wie ein Riese aus. Allerdings erfolgt der Vertrieb ausschließlich über die eigenen Häuser: Im Jahr 1983 eröffnete IKEA seinen ersten Schwedenshop in Deutschland. Damit fiel auch der Startschuss für den alltäglichen deutschen Kontakt mit Lebensmitteln aus Schweden. IKEA stand von nun an nicht mehr nur für Möbel, sondern auch für eingelegten Hering, Mandeltorten und viele andere schwedische Delikatessen. Längst hat sich IKEA zu einem Lebensmittelgiganten entwickelt, der 2010 über 1,1 Milliarden Euro umsetzte – dreimal so viel wie Findus. Interessant ist, dass man beim Angebotsprofil in den Shops klassisch-schwedisch geblieben ist, auch um das Profil des gesamten Möbelhauses zu unterstützen. Eine internationale Food-Abteilung in Helsingborg sucht die Produkte aus. Alle schwedischen Traditionen sollen sich wiederfinden. Klassische Mittsommerprodukte wie Hering und Schnaps findet man ganzjährig im Shop. Zur Krebspremiere im August sind die Gefriertruhen voll mit den beliebten Schalentieren und zu Weihnachten werden Glögg, Pfefferkuchen und „Julmust“, die schwedische Spezialität aus Malz und Hopfen, angeboten.

### Die Findus Lasagne und der Pferdefleischskandal

Pferdefleisch gehört in Schweden nicht zu den gängigen Lebensmitteln. Pferde wurden zu religiösen Zwecken den germanischen Gottheiten geopfert, und als Schweden christlich wurde, galt das Essen von Pferdefleisch als heidnisch. Laut Gastronom und Ernährungshistoriker Edward Blom wird es aus diesen kulturhistorischen Gründen vermutlich noch lange dauern, bis das Pferdefleisch als Standardessen in den schwedischen Lebensmittelgeschäften eingeführt wird und in Konkurrenz zu Rind- oder Schweinefleisch tritt.

Dass kürzlich dann doch Pferdefleisch in den schwedischen Lebensmittelgeschäften zu finden war, versteckt in den Findus Lasagneprodukten, hat die Verbraucher und den Hersteller entsprechend wenig amüsiert. Ungefähr 20.000 Lasagneprodukte von Findus wurden aus schwedischen Lebensmittelgeschäften zur Findus-Zentrale nach Bjur in Südschweden zurückgeschickt. Dort dienen sie als Beweismaterial im gerichtlichen Nachspiel gegen den französischen Fleischlieferanten Comigel. Wenn der Rechtsfall beendet ist, werden die Produkte wahrscheinlich in eine Biogasanlage geschickt, meint Jari Latvanen, Geschäftsführer von Findus Norden, und fügt hinzu, dass er seit 25 Jahren in der Branche noch nie etwas so Schlimmes erlebt habe. Der Fall hat in jedem Fall gezeigt, dass auch die schwedische Lebensmittelindustrie international verflochten und von der mangelnden Transparenz der Zulieferwege betroffen ist. Als Reaktion will Findus die Qualitätskontrolle der Produkte intensivieren. Um das Vertrauen der Kunden zu den Lebensmittelprodukten wiederherzustellen, strebt Latvanen u. a. einen internationalen Informationsaustausch über die Inspektionen von Subunternehmern an.

## Orkla fusioniert Abba Seafood & Procordia



Der Name Abba Seafood ist nicht zu verwechseln mit der gleichnamigen Popgruppe. Immer wieder rufen Fans in der Telefonzentrale von Abba Seafood an in der Hoffnung, mit den Bandmitgliedern persönlich sprechen zu können. Doch Abba Seafood blickt bereits auf eine 175-jährige Geschichte zurück. 1838 wurde die Firma im norwegischen Bergen gegründet und um 1850 nach Stockholm verlegt. Im Jahr 1906 wurde die Firma unter dem Namen AB Bröderna Ameln, kurz ABBA, registriert. Die Hauptproduktionsstätte liegt seit 90 Jahren in Kungshamn an der schwedischen Westküste. 1981 wurde Abba in den Großkonzern Volvo eingegliedert, später an die Lebensmittelfirma Procordia und 1995 an die norwegische Orkla ASA

verkauft. Orkla fusioniert jetzt im April 2013 Abba Seafood wiederum mit Procordia zu einem der größten Lebensmittelfirmen Schwedens, mit 1300 Angestellten und einen Umsatz von 540 Millionen Euro. Procordias Marken wie Felix, Ekströms, Grandiosa und Fun Light sind in Schweden in jedem größeren Lebensmittelgeschäft zu kaufen. Heute ist Abba Seafood der größte nordische Produzent von Fisch und Meeresfrüchten. Die Marken Abba, Kalles, Grebbestads und Ejderns sind auf dem schwedischen Markt sehr präsent, und Produkte wie „Kalles Kaviar“, „Abbas eingelegter Hering“ und „Abbas Fischklops“ gehören zur Grundausstattung jeder Küche. Und Abbas Hering gehört unbedingt zum schwedischen Sommer, gerne zusammen mit Kartoffeln und einem kalten Bier.

## Arla: Global Player der Genossen



Martin Dahmen ist Landwirt auf dem Großklaushof in Vorst am Niederrhein. 200 Milchkühe stehen in seinen Ställen. Die geben gut 5.000 Liter Milch, Tag für Tag. Im letzten Jahr lag der Preis dafür bei 26 Cent – betriebswirtschaftlich nicht befriedigend, bedenkt man die Kosten für Personal und Maschinen, Futter und Logistik. Immer wieder wurde der Milchpreis in den zurückliegenden Jahren zum öffentlichen Thema, protestierten Landwirte und diskutierte die Politik. Denn natürlich, den Preis bestimmt der Markt, und der wird stark von den großen Lebensmittelketten bestimmt. Die wollen so preiswert wie möglich einkaufen, Marge zählt. Die Molkereigenossenschaften verfügen über eine zu geringe Marktmacht, um das entscheidend zu ändern. Denn Milch kann nicht beliebig gelagert werden und, ehe man sie vernichtet, verkauft man sie lieber unter Preis.

Doch Landwirt Dahmen ist guter Dinge. Denn er und die anderen Genossen der Milch Union Hocheifel (MUH) haben sich zum Schritt in die Internationalisierung entschlossen. Nach demokratischer Abstimmung wurde MUH zu einem Teil von Arla, der dänisch-schwedischen Molkereigenossenschaft, die seit einiger Zeit mit hohem Tempo daran arbeitet, ein ernstzunehmender Player auf dem Weltmarkt zu werden. Und das auf Genossenschaftsbasis, demokratisch, ein Mitglied eine Stimme. Vor MUH hatten sich schon die norddeutschen Kollegen von Hansa zum

Beitritt entschlossen, außerdem wurde die bayerische Allgäu-Käseerei erworben. Damit ist Arla aktuell der drittgrößte Molkereikonzern in Deutschland, weitere Investitionen in Deutschland und den Niederlanden sind geplant. In Dänemark, Schweden und Großbritannien steht die Kooperation bereits an erster Stelle. Über 9 Milliarden Euro Umsatz strebt der kooperative Konzern für 2013 an – eine wirklich imposante Zahl. Arla unterhält Produktionsstätten in 12 Ländern und Verkaufsbüros in 30 Ländern. 12.300 Milchbauern, 18.000 Mitarbeiter insgesamt: Eine Marktmacht ist entstanden, die ganz andere Möglichkeiten hat, die Milch und Molkereiprodukte auf dem Weltmarkt abzusetzen. Und bessere Preise zu erzielen. Im strategischen Fokus der Genossen liegt der Absatzmarkt China, dessen Mittelstand immer mehr Molkereiprodukte nachfragt.

Martin Dahmen bereut den Beitritt jedenfalls nicht. Der Milchpreis liegt jetzt um gut 20 % höher, bei 32,5 Cent pro Liter. Aber das ist nicht alles. Kürzlich war er in Göteborg, zur Delegiertenversammlung. Eine hochinteressante Erfahrung: sich mit internationalen Kollegen austauschen, Marktpolitik beeinflussen – „gelebte Globalisierung“ nennt er das, und schwärmt von der „gelebten Toleranz“ und dem gegenseitigen Lernen. Drei- bis viermal im Jahr wird er künftig nach Göteborg reisen. Das ist natürlich auch ein gehöriger Aufwand für den Landwirt vom Niederrhein, aber er ist überzeugt: „Gemeinsam sind wir stark“.



[www.arla.com](http://www.arla.com)

In Deutschland firmiert Arla als Arla Foods GmbH mit Sitz in Düsseldorf, Geschäftsführer ist Tom Oerting Joergensen. In Deutschland vermarktet Arla ein breites Portfolio von Produktmarken wie z. B. Apetina, Buko, Esrom, Finello, Havarti, Kærgården, Matilde, Svensø und Tolko und zahlreiche Handelsmarken, die der Konzern für viele Handelspartner herstellt.

## ABSOLUT: „Unsere Werbung soll relevant sein“

Diese Marke hat Werbegeschichte geschrieben. Die begann 1985, als der damalige amerikanische Absolut-Importeur Michel Roux Andy Warhol begegnete, der sich begeistert von der Flaschenform zeigte und meinte, er müsse „etwas damit machen“. Seither sind über 400 Werke der Gegenwartskunst entstanden, die die Flasche auf kreative Weise interpretieren. Für die Verwaltung und Weiterentwicklung der Sammlung beschäftigt das Unternehmen drei Kuratoren. Daneben haben coole Fotos in Verbindung mit Zwei-Wort-Botschaften à la „ABSOLUT PERFECT“ für eine ungewöhnlich kontinuierliche Markenbildung gesorgt. Diese wird durch Events und interaktive Internetwerbung ergänzt und weiter entwickelt. Schweden aktuell sprach mit Björn von Matérn, VP Corporate Communications.

**1. Vor fünf Jahren hat der schwedische Staat die Traditionsmarke Absolut für 5,6 Milliarden Euro an Pernot Ricard verkauft. Was hat sich dadurch verändert?**

Wir haben durch den Zugang zu einer starken Vertriebsorganisation ganz klar mehr Muskeln bekommen. Pernod hat eine starke Marke gekauft, mit Wertschätzung für unser Erbe und unsere Markengeschichte. Und sie wollen ABSOLUT VODKA weiter stärken. Darüber hinaus haben wir die Verantwortung für die globale Entwicklung anderer Marken des Konzerns Pernod Ricard übernommen, z. B. für Kahlúa und Malibu.

**2. Wie hat sich der Absatz in den letzten Jahren entwickelt, speziell in Deutschland, wo ja z. B. das Bier Marktanteile verloren hat?**

Absolut ist in Deutschland in den vergangenen Jahren deutlich gewachsen; heute ist Deutschland der drittstärkste Markt hinter den USA und Kanada. Nach einem starken Wachstum von 20 % liegt das Ziel dieses Jahr bei weiteren 8 %. Deutschland hat immer noch einen hohen Anteil lokaler Spirituosen (zwei Drittel) und natürlich Bier und Wein, aber internationale Marken wachsen deutlich.

**3. Die Verbindung von Gegenwartskunst und der klassischen Flaschenform sowie die Kombination des Wortes Absolut mit einem wechselnden zweiten Begriff haben Werbe- und Kunstgeschichte geschrieben und die Marke geprägt. Bleibt das spannend für Sie als Marketingverantwortlicher – oder würden Sie gern mal einen ganz anderen Weg gehen?**

Unsere Werbung soll für die Konsumenten Relevanz haben. Darum wird unsere Kommunikation ständig weiterentwickelt. Dabei geht es mehr und mehr in Richtung Erlebniswelten, die nahe an der Verbrauchersituation sind.

**4. Wohingehet die Reise in der nächsten Zeit? Mit welchen neuen Produkten und Kampagnen werden Sie die Verbraucher überraschen?**

Konstante Entwicklung ist ein Erkennungsmerkmal für ABSOLUT VODKA. Wir wollen die Konsumenten überraschen und eine Bedeutung für sie haben. Darum reden wir nicht über das, was wir machen, bevor wir es machen – man soll einfach seine Augen und Ohren offen halten.

**5. Schweden hat ja historisch ein eher kritisches bzw. ambivalentes Verhältnis zum Alkohol. Würden Sie sagen, dass es sich in den letzten Jahren stark verändert hat?**

Die Einstellung in Schweden ändert sich, aber auf der Grundlage eines verantwortungsbewussten Umgangs mit Alkohol. Wir sind stolz auf unsere schwedischen Wurzeln.



Björn von Matérn,  
VP Corporate Communications



## Wie viel Lohn ist gerecht? Und was verdient mein Nachbar?

Von Edvard von Sydow

Wieviel darf ein Topmanager verdienen? Und wieviel soll ein Arbeiter für eine Stunde mindestens erhalten? Europa debattiert zurzeit mit großem Eifer die Frage der gerechten Entlohnung von Arbeit. Mit der aufsehenerregenden Volksabstimmung in der Schweiz am 5. März, deren Ergebnis nicht zuletzt in Deutschland als Paradigmenwechsel wahrgenommen wurde, bekam die Diskussion über Vergütungsregelungen einen neuen Impuls. Einige Tage zuvor hatte das Europäische Parlament gemeinsam mit den Mitgliedstaaten eine vorläufige Vereinbarung geschlossen, die Bonusauszahlungen der Banken zu begrenzen. Die Höhe der Bonuszahlungen soll künftig nicht über dem Festgehalt liegen dürfen. Das Bankenzentrum Londons kritisierte den Beschluss sofort. Juristische Vertreter der Banken behaupten jetzt, dass eine solche Einschränkung des freien Markts gegen das Europarecht verstoße.

### Im Land der Gleichheit

Auch in Schweden werden solche Vorschläge intensiv debattiert, aber das Thema ist weit weniger umstritten als z. B. in London. Schweden neigt historisch gesehen zur Homogenität und zur Nivellierung von sozialen Unterschieden, was zuletzt 2011 ein Bericht der OECD herausgestellt hat. Besonders die Steuern sind das Mittel, um Einkommensunterschiede auszugleichen (vgl. Schweden aktuell 1/13). Der Studie zufolge verdie-

nen die zehn reichsten Prozent der Bevölkerung in Schweden wie in Deutschland ungefähr sechsmal so viel wie die ärmsten zehn Prozent. Die Spreizung liegt zwar etwas unter dem Durchschnitt der OECD-Mitglieder, aber sie nimmt in beiden Ländern zu. Und dieser Trend wird in Schweden sehr kritisch gesehen.

Seit dem Zusammenbruch der Lehman Brothers wurden die Vergütungen der Unternehmensspitzen auch in Schweden viel aufmerksamer in den Blick genommen als zuvor. In Schweden



VW-Chef Martin Winterkorn

ist aber das Niveau der Spitzengehälter generell niedriger als in anderen Industrieländern. Als signifikantes Beispiel kann man die zwei Topverdiener Deutschlands und Schwedens vergleichen. VW-Chef Martin Winterkorn verdient etwa 14 Mio. Euro jährlich und ist damit einer der bestbezahlten Vorstandsvorsitzenden Europas. Die schwedische Entsprechung,

Johan Malmquist, Vorsitzender der Medizintechnikfirma Getinge, gelangt mit ungefähr 4 Mio. Euro jährlich nicht einmal in die Nähe von Winterkorn. Trotzdem vergeht heute kaum eine Woche in Schweden, ohne dass der Verdienst eines Unternehmenschefs in den Medien diskutiert wird. Im kleinen Schweden wäre ein Lohn wie der Winterkorns nicht öffentlich zu rechtfertigen. Doch auch in Deutschland stehen Topgehälter zunehmend in der öffentlichen Kritik. Im vergangenen Jahr wurden die Bezüge Winterkorns von 18 auf 14 Millionen Euro gesenkt, trotz sehr guter Konzernergebnisse. Eine große und demonstrative Gehaltskürzung, aber auch ein anschauliches Beispiel, wie unterschiedlich die Dimensionen in beiden Ländern sind. Aufgrund einer inhärenten Beschränkung der Schweden und eines nivellierenden Steuersystems haben die Gehälter, sogar bei den größten Unternehmen, nie an die internationale Spitzenebene angeschlossen.

### Banken im Fokus

In den letzten fünf Jahren gerieten insbesondere die Vorstandsbezüge der vier großen schwedischen Banken in den Fokus. Hintergrund ist die Veränderung des Immobilienmarktes in den zurückliegenden 15 Jahren. Bis Anfang der 90er war Schweden ein Land mit einem ziemlich großen Anteil von Mietwohnungen, besonders in Stockholm und den anderen Großstädten. Seitdem ist die Eigentumsquote stark gestiegen. Gleichzeitig sind die Immobilienpreise, wie in vielen anderen europäischen Großstädten, geradezu explodiert. Sollten die Preise nicht mehr weiter steigen, wäre es heute für die Mehrzahl der Schweden, die in den Großstädten wohnen, ein unrealistisches Ziel, jemals mit der Abzahlung einer Eigentumswohnung oder eines Wohnhauses fertig zu werden. Viele Leute haben große Darlehen und hohe Zinskosten. Für die Banken ist das ein richtig gutes Geschäft. Dass dieses Geschäft hohe Gehälter für die Geschäftsführungen und Rendite für die Anteilseigner ergibt, nervt die Schweden, glaubt man den Medien, wie kaum etwas anderes.

### Chefs verhandeln individuell

Was bei der Gehaltsverhandlung herauskommt, kann aber niemand selbst entscheiden, ob Fabrikarbeiter oder Vorstandsvorsitzender. Es gibt immer einen Übergeordneten, der die Entscheidung letztlich trifft, die man als Angestellter dann akzeptieren muss. Bei Managern wird der Lohn aber in der Regel in individuellen Verhandlungen entschieden. Man verhandelt dann mit seinem Chef, der im Auftrag der Firma die Verhandlung führt. Deswegen sind die Aufsichtsräte, als Vertreter der Anteilseigner, verantwortlich für die Gehälter der Betriebsführung und indirekt des ganzen Unternehmens.

### Das schwedische Modell

Die meisten Arbeiter oder Angestellten aber sind Mitglied in einer Gewerkschaft. Deshalb werden jedes Jahr umfassende Verhandlungen zwischen Gewerkschafts- und Wirtschaftsvertretern durchgeführt, die meist, von außen betrachtet, ohne

größere Schwierigkeiten ablaufen. Streikdrohungen sind zwar nicht ungewöhnlich, aber normalerweise wird ein Konsens erzielt, bevor es dazu kommt. In welcher Gewerkschaft man Mitglied ist, hängt natürlich von Ausbildungshintergrund und Beruf ab. Oft sind auch Nicht-Mitglieder von diesen Absprachen betroffen. Es gibt sogar die Möglichkeit, nach den allgemeinen Tarifabschlüssen seinen Lohn noch zu verbessern, denn die Mehrheit der Arbeitgeber bietet auch persönliche Gehaltsgespräche. Eine Folge dieser Gespräche: Unterschiede im Lohn am gleichen Arbeitsplatz für die gleiche Arbeit sind nicht ungewöhnlich. In den Medien wird dieses Phänomen allerdings fast immer nur unter dem Aspekt von geschlechtsbedingten Unterschieden besprochen.

Die Bedeutung der Gewerkschaften hat in Schweden eine lange Tradition. Das 20. Jahrhundert wurde von der sozialdemokratischen Partei und ihrem engen Partner, der Gewerkschaft LO, stark beeinflusst. Die Partei regierte ununterbrochen von 1936 bis 1976. Während dieses Zeitraums wurden auch Gewerkschaften, die nicht für Arbeiter waren, etabliert. SACO, die Zentralorganisation Schwedischer Akademiker, und TCO, die Zentralorganisation der Angestellten, sind, zusammen mit LO, die drei großen Dachorganisationen der schwedischen Arbeitnehmer. Verhandlungspartner sind Svenskt Näringsliv, der private Arbeitgeberverband, und SKL, die Entsprechung des öffentlichen Sektors. Dieses System und das Grundgefühl, dass man zusammen am stärksten ist, stützt die verbreitete Haltung, dass niemand für die gleiche Arbeit mehr als ein anderer verdienen soll. Wachsende Unterschiede im Einkommen sind darum für das schwedische Modell nicht ganz unproblematisch.

### Hohes Gehalt ist nicht alles

Wie wichtig das Gehalt aber überhaupt ist, ist eine Frage, die sich infolge der weltwirtschaftlichen Entwicklungen der letzten Jahre immer mehr Personalabteilungen gestellt haben. Wenn Gelder gespart und Gehaltserhöhungen eingeschränkt werden müssen, müssen Arbeitgeber andere Wege finden, ihren Angestellten ihre Wertschätzung zu zeigen. Was aber an die Stelle von immer mehr Geld treten könnte, ist noch unklar. In der heutigen Wirtschaftskultur ist eine Gehaltserhöhung für viele das Einzige, wodurch ein Arbeitgeber wirklich zeigen kann, dass er die geleistete Arbeit honoriert. HR-Abteilungen suchen daher nach anderen Faktoren, auf die Menschen im Beruf Wert legen.

Ein Report der schwedischen Consultingfirma „Wise Group“ von 2012 ergab, dass nicht das tatsächliche Einkommen, sondern die allgemeine finanzielle Situation des Haushalts ausschlaggebend für die Gehaltszufriedenheit sei. Die 5.000 Befragten fanden es wichtiger, stolz auf ihre Arbeit zu sein, als einen hohen Lohn zu bekommen. Neben einem guten Gesundheitszustand, der am wichtigsten ist, wollen Mitarbeiter die Aussicht haben, sich in ihrem Betrieb weiterentwickeln zu können. Sie wollen ihre Aufgaben als sinnvoll erleben – und die Arbeit soll ganz einfach Spaß machen.

## Schwedische Gruppenmentalität

Die Rolle des Verdienstes ist aber trotzdem ein ständig präsenter Bestandteil des schwedischen Berufslebens. Die genaue Summe ist etwas Privates, über das man nicht mit anderen Menschen redet, oft auch nicht mit guten Freunden. Schweden fühlen sich am wohlsten, wenn sie das Gefühl haben, dass die Menschen in ihrer Umgebung, Nachbarn und Freunde, es ungefähr so gut haben wie sie selbst. Die meisten sind daher damit zufrieden, nach einem Mittelstandsleben zu streben. Aber ausdrücklich jemanden zu fragen, was er oder sie verdient, um sein Bild als Teil eines einheitlichen Zusammenhangs zu bestätigen, ist ein Tabu. Die Antwort auf diese Frage möchten aber insgeheim die meisten Schweden doch gerne wissen.

Manchmal bieten sich Gelegenheiten, dieser spannenden Frage auf den Grund zu gehen, ohne gegen die sozialen Regeln zu verstoßen. Ein Beispiel für eine solche sozialkonforme Schnüffelchance ist es, als potenzieller Käufer zu öffentlichen Wohnungsbesichtigungen zu gehen, ohne das geringste Interesse daran zu haben, die Wohnung zu kaufen. Es ist einfach spannend, zu sehen, welche Bilder an den Wänden der Familie Svensson hängen und welche Farbe ihr Sofa hat. Das sind kleine, aber für die Schweden wichtige Details. Dadurch dass es dort andere Menschen gibt, die dasselbe machen, denn es ist ja eine öffentliche Wohnungsbesichtigung, wird ein sonst unannehmbares Betragen völlig akzeptabel. Daher ist es kein Zufall, dass die größte Zeitung Schwedens, die Boulevardzeitung Aftonbladet,

die soziale Neugier befriedigt und immer wieder investigative Listen publiziert mit den Einkommen der reichsten Paare oder Haushalte, Männer oder Frauen, in der Nähe des Ortes, in dem die jeweilige Ausgabe verkauft wird. Im Land der Gleichheit hat Sozialneid durchaus einen festen Platz.

In Deutschland undenkbar: Die privaten Steuer- und Kreditdaten stehen prinzipiell allen zur Verfügung, es bedarf nur eines Anrufes beim Finanzamt, mit der Angabe der Personenummer oder des Namens des Erwünschten. Alle können Kreditdaten aller Menschen bestellen – einzige Ausnahmen sind der König und seine Familie. Man kann zwar seine Kreditdaten anonymisieren lassen, aber nie vollkommen verbergen. In der Realität bestellt aber fast keiner diese Daten, und wahrscheinlich aus diesem Grund stellt kaum jemand in Schweden diese Möglichkeit infrage. Es gibt, anders als in Deutschland, ein großes Grundvertrauen in Staat und Verwaltung. Weil man selbst nie das System missbrauchen würde, wird es, so denkt man, auch vermutlich niemand gegen einen nutzen, solange man nicht sehr wohlhabend ist. „Glaub nur nicht, dass wir über Dich nicht so einiges wissen“, lautet das 11. Gebot des skandinavischen Verhaltensmusters, des berühmten Jantegesetzes. Niemand ist somit sicher unter den wachsamen Augen des schwedischen Öffentlichkeitsprinzips. Da schwimmt man lieber mit dem großen Strom.

## Relocation – Ein Umzug muss kein Stress sein

Jeder, der schon einmal aus beruflichen Gründen das Land oder sogar den Kontinent verlassen musste, weiß, welche Herausforderungen auf ihn und seine Familie zukommen.

Es sind nicht nur die interkulturellen Unterschiede, die oft mangelnden Sprachkenntnisse, sondern auch die lebenspraktischen Notwendigkeiten, vom eigentlichen Umzug bis zur Auswahl der Wohngegend, Wohnungssuche, Schulsuche, Behördengänge, Einkaufsmöglichkeiten, Ärzte, sportliche Aktivitäten, Hobbys und nicht zuletzt die Integration in ein neues soziales Umfeld. Wer das alles einmal ohne professionelle Unterstützung hinter sich gebracht hat, weiß, wie mühselig und langwierig diese Prozesse ohne Hilfe sind.



Abgesehen von der emotionalen Belastung, die ein Umzug auch dann für die Familie bedeutet, wenn man sich auf die neue Herausforderung freut, steht man vor einem Berg von Erledigungen, die selbst bei bester Vorbereitung schwerlich allein zu bewältigen sind.

Dabei sollte ein Umzug in ein anderes Land mit positiven neuen Erfahrungen verbunden sein – eine neue Kultur wird kennengelernt, berufliche Herausforderungen angenommen und im besten Fall fühlt man sich am Ende auch zu Hause.

Jeder, der schon einmal von einer professionellen Relocation-Agentur betreut worden ist, deren Mitarbeiter das nötige Einfühlungsvermögen, langjährige Erfahrung, sinnvolle Kontakte und sehr viel Freude an ihrer Tätigkeit mitbringen, kennt den Unterschied. Von der Beantragung von Visa und Arbeitsgenehmigungen, Orientierungstouren am neuen Wohnort, Wohnungssuche in bevorzugten Wohngebieten, Schulberatung und Unterstützung bei der Auswahl und jeder Menge Insidertipps über den neuen Wohnort. Die Quote erfolgreicher Auslandseinsätze lässt sich dadurch deutlich steigern.

Die Relocation ist eine in Europa relativ junge Dienstleistung. Ihren Ursprung hat die Dienstleistung in den USA, wo von jeher eine besonders hohe Mobilität und Serviceorientiertheit den Markt für diese Dienstleistung geschaffen hat. Haben bisher hauptsächlich große internationale Konzerne Relocation-Services in Anspruch genommen, sind es mittlerweile verstärkt auch mittelständische Unternehmen, da gerade sie internationale Mitarbeiter beschäftigen und in ihren Personalabteilungen nicht die personellen Kapazitäten haben, sodass sie gern auf

Unterstützung durch externe Relocation-Partner zurückgreifen. Und wenn dann der Mitarbeiter in sein Heimatland oder auch in das nächste Land versetzt wird, kann die Relocation ihm dabei wertvolle Hilfe leisten. Zum Leistungsspektrum gehören sowohl die Kündigungen für die Wohnung, die Versorgungsunternehmen, Sportclubs, Privatschulen usw. als auch die Rückgabe der Wohnimmobilie an den Vermieter inklusive Überwachung der notwendigen Renovierungsarbeiten und Rückzahlung der Kautions. Auch Angebote von Umzugsunternehmen können eingeholt werden. Somit kann sich der Mitarbeiter auch während seines Auszuges auf seine Arbeit und die Übergabe an seinen Nachfolger konzentrieren.

Von Sabina Heyn, Svensson Relocation  
www.svensson-relocation.com

### Anzeige

	
	
<p>Linking the German and Nordic Markets</p>	
<p>Weitere Informationen: SveTys Schmiedesberg 18 a 21465 Reinbek</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Training in interkultureller Kompetenz</li> <li>▪ Einzelcoaching und Beratung z. B. bei Fusionen, Umstrukturierungen, Markterschließung</li> <li>▪ Interkulturelle Teambildung, Projektbegleitung und -Optimierung</li> <li>▪ Interkulturelle Begleitung in Veränderungsprozessen</li> </ul>
<p>Tel.: (+49) 40 72 00 41 93 Fax: (+49) 40 72 00 48 88</p>	
<p>info@svetys.net www.svetys.net</p>	
<p>▪ Interkulturelles Management    ▪ Coaching    ▪ Übersetzungen</p>	



## Schwedische Wurzeln. Globale Erfahrung.

Seit unseren Anfängen in Schweden vor über 150 Jahren haben wir uns ständig bewegt. Heute ist die SEB an allen wichtigen Finanzplätzen der Welt vertreten.

In Nordeuropa und dem Baltikum sind wir die führende Bank der größten Unternehmen, in Deutschland Finanzpartner für den anspruchsvollen gehobenen Mittelstand und den Großteil der DAX-Unternehmen. Bei institutionellen Kunden sind wir in Teilssegmenten Marktführer in Deutschland.

Weltweit führende Finanzinstitute wickeln mit uns ihre Geschäfte ab. Internationale Auszeichnungen für unsere Lösungen in den Bereichen Structured Finance, Debt Capital Markets, Cash Management und Trade Finance sind nur ein Grund dafür. Ein anderer unser als Weltklasse bewerteter Service.

Besuchen Sie uns auf [seb.de](http://seb.de) oder kontaktieren Sie uns über [information@seb.de](mailto:information@seb.de), um zu erfahren, was wir gemeinsam erreichen können.



[sebgroupp.com/merchantbanking](http://sebgroupp.com/merchantbanking)

# Personalbeschaffung: Die Idealbesetzung

Von Sascha Felden und Dr. Peter Kolb

Es ist der Traum jedes Personalverantwortlichen: Man hat eine wichtige Position zu besetzen, und vor einem sitzt ein Bewerber, der genau dem Wunschprofil entspricht. Fachliche Kompetenz und berufliche Vorerfahrung stimmen exakt mit dem überein, was in der Position gefordert ist. Dazu ist der Mann oder die Frau noch irgendwie sympathisch, will gar nicht so viel Geld, wie man befürchtet hat, und wird den Wohnsitz natürlich direkt an den Unternehmenssitz verlegen. Also Hand drauf und Vertrag unterschrieben. Ein gutes Jahr später sind alle Beteiligten klüger, aber nicht glücklicher. Denn immer seltener gibt es diese Wunschprofile, und immer seltener gelingt die „Idealbesetzung“.

Schon im Rekrutierungsprozess zeigt sich die Herausforderung. Oft ist das Wunschprofil nur als „Hinterkopfwissen“ vorhanden, jedoch kaum intern diskutiert oder gar konzeptionell fixiert. Und je fachspezifischer die Vorstellungen, desto mehr zieht sich die Suche in die Länge. Geht es um eine Nachbesetzung, bleibt häufig ein Berg an Arbeit liegen, der später den neuen Mitarbeiter gleich zu Beginn förmlich erschlägt. Um Rekrutierungszeiten zu verkürzen, nutzen bereits heute viele Unternehmen eine Multi-Channel-Strategie und suchen auf vielen verschiedenen Wegen gleichzeitig. Die Zeitproblematik hat man dadurch relativiert, nicht jedoch die grundsätzliche Problematik: Welchen Mitarbeiter brauche ich eigentlich?

Unternehmen schießen sich oft frühzeitig auf Kandidaten ein, die „etwas können“. Was genau der Mitarbeiter können muss, wird dabei situativ aus der Gegenwart definiert. Es werden also aktuelle Lücken geschlossen, ohne jedoch einen besonders weitreichenden Zukunftsbezug herzustellen. Dabei geht es genau darum. Denn eine Personalentscheidung ist immer eine Zukunftsentscheidung. Nicht nur der gegenwärtigen Aufgabenstellung, sondern vor allem den zukünftigen Herausforderungen muss ein Mitarbeiter gewachsen sein. Deshalb muss die Fragestellung lauten: Was kann ein Mitarbeiter in Zukunft leisten, welchen Nutzen wird er oder sie dem Unternehmen bringen?

Die Antwort auf diese Fragestellungen hängt von einer doppelten Prognose ab. Zum einen muss das Unternehmen seinen Markt und die relevanten Entwicklungstendenzen abschätzen können. Zum anderen muss das Unternehmen auch zum Bewerber eine Prognose treffen: Wird er die daraus resultierenden Erfordernisse erfüllen können? Der Frage begegnen Unternehmen sehr häufig mit einem Blick zurück. Der Bewerber hat bislang „seinen Weg gemacht“ und in allen bisherigen Funktionen die Anforderungen erfüllt. Die Annahme lautet, dass er es deshalb auch in Zukunft tun wird. Nach dieser Logik müsste aber auch Borussia Dortmund wieder Deutscher Fußballmeister werden – sie waren es ja in den letzten beiden Jahren auch.

Tatsache ist: Personalentscheidungen können heutzutage nicht mehr auf der Basis von Vergangenheitsaspekten getroffen werden. Märkte sind offen und eng geworden, Unternehmen sind zu ständigen Veränderungen gezwungen, Technologien und wissenschaftlicher Kenntnisstand überholen sich in atemberaubendem Tempo. Einen Mitarbeiter aufgrund spezieller Kenntnisse auszuwählen, ist weitestgehend obsolet geworden. Gerade im technischen Bereich muss ein Mitarbeiter vielmehr in der Lage sein, sich flexibel und schnell in neue Technologien einzuarbeiten. Die „Idealbesetzung“ aus fachlicher Sicht kann es deshalb gar nicht geben. Mitunter ist die vermeintliche Idealbesetzung sogar genau das Gegenteil, kann oder will den Weg in die Zukunft gar nicht mitgehen, sondern im „weiter wie bisher“ verharren. Wohingegen der passende Kandidat zu Beginn vielleicht noch nicht alle Erwartungen erfüllt, jedoch Entwicklungspotenzial besitzt, in seine Rolle hineinwächst und später umso wertvoller für das Unternehmen ist.

Je schwieriger die Prognose der Unternehmensentwicklung ist, desto wichtiger werden Persönlichkeitseigenschaften von Mitarbeitern und die Prognose zu ihrem Entwicklungspotenzial. Beides muss sich mit der Entwicklungsprognose des Unternehmens und seiner Branche in Deckung bringen lassen. Motive, Einstellungen und Interessen entscheiden mehr darüber, ob ein Mitarbeiter zum Unternehmen passt, als die bisherige Erwerbsbiografie. Und die tatsächliche Idealbesetzung ist derjenige Mitarbeiter, der die Fähigkeit und Bereitschaft zur Veränderung mitbringt und so den ungewissen Weg des Unternehmens nicht nur mitgehen kann, sondern auch aktiv selbst gestalten will.



*Sascha Felden*  
Associate Consultant  
Mercuri Urval GmbH  
Peter-Müller-Str. 26  
40468 Düsseldorf (Airport City)  
Telefon: 0211 55043-303  
sascha.felden@mercuriurval.com



*Dr. Peter Kolb*  
Associate Consultant  
Mercuri Urval GmbH  
Knesebeckstraße 3  
10623 Berlin  
Telefon: 030 315-1800  
peter.kolb@mercuriurval.com

# Sophie Svensson und Sabina Heyn – die Relocation-Spezialistinnen

Manchmal sind die Kunden von Sophie Svensson und Sabina Heyn sehr klein. Und haben vier Beine. So wie Lizzie. Lizzie ist ein Terrier, ein echter Jetsetter. Lizzie war gerade erst von Australien nach Berlin umgesiedelt, als ein neuer Umzug anstand. Denn das Unternehmen von Lizzies Herrchen hatte ihn nach Indien versetzt.

Natürlich sollte auch der kleine Vierbeiner mit. Für Sophie Svensson und Sabina Heyn, die auf 13 Jahre Erfahrung zurückblicken können, genau die richtige Aufgabe. Sie mussten sich nicht nur um eine vernünftige Hundepension in Berlin kümmern, während die Familie schon nach Mumbai vorgereist war, sondern auch darum, dass die Hündin anschließend einen reibungsfreien Transport in ihr neues Zuhause bekam. Papiere über Papiere, Telefonate über Telefonate und Svensson hatte die Lösung: ein auf Ein- und Ausfuhr von Tieren spezialisiertes Unternehmen, das sich persönlich um die Reise, den Flug und die Abfertigung bei Zoll und Tierärzten kümmerte.

Solche Begebenheiten und Herausforderungen sind es, die die Beiden an ihrem Job lieben. Immer ist es ihr Ziel und das ihrer Kollegen, es den Menschen leicht zu machen, sich neu in eine Heimat einzufinden. Ob sie Mitarbeitern von Firmen das ersehnte Penthouse in Berlin-Prenzlauer Berg verschaffen, ob sie deren Kinder in der International School anmelden, sich um Kontoeröffnungen, Autoanmeldungen oder Au-pairs kümmern, stets sind sie professionell, gut gelaunt und natürlich mehrsprachig bei der Sache.

Die Menschen stehen im Mittelpunkt. Und manchmal eben auch deren Hunde. Lizzie übrigens ist gut in Indien angekommen. Und als die Familie die kleine Steuermarke der Hündin nach Berlin schickte, meldete Svensson & Co Lizzie natürlich auch noch bei der Behörde ab.



Partnerinnen in Sachen Relocation:  
Sabina Heyn (links) und Sophie Svensson  
Svensson & Co GmbH  
Waldmüllerstr. 11  
14482 Potsdam  
Tel. 0331-2017910  
Fax 0331-2017877  
mail@svensson-relocation.com  
www.svensson-relocation.com



## Anzeige



Buse Heberer Fromm ist eine der großen, unabhängigen Wirtschaftskanzleien in Deutschland. Mit mehr als 120 Berufsträgern beraten wir – auf Wunsch auch in schwedischer Sprache – bei dem Markteintritt in Deutschland, der Gründung von Tochtergesellschaften, dem Erwerb von Immobilien, Unternehmen und Beteiligungen sowie deren Finanzierung, dem Schutz geistigen Eigentums, der Gestaltung von Verträgen für den Vertrieb, in Fragen des grenzüberschreitenden Arbeitsrechts und vertreten Sie in Gerichts- und Schiedsverfahren.

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an Rechtsanwältin und Advokat (Schweden) Karl Woschnagg, Telefon +49 69 971097-100 oder E-Mail woschnagg@buse.de.

### BUSE HEBERER FROMM

RECHTSANWÄLTE · STEUERBERATER PARTG

www.buse.de · Berlin · Düsseldorf · Essen · Frankfurt am Main  
Hamburg · München

www.buseinternational.com · Brüssel · London · Mailand  
New York · Palma de Mallorca · Paris · Sydney · Zürich



## SCHWEDISCHER UNTERNEHMENSPreis IN DEUTSCHLAND



Die Schwedische Handelskammer in Deutschland, Business Sweden und die Schwedische Botschaft schreiben gemeinsam den „Schwedischen Unternehmenspreis in Deutschland 2013“ für schwedische Unternehmen die in Deutschland tätig sind aus und laden alle Interessierten ein, Unternehmen für diese Auszeichnung vorzuschlagen.

Der Preis dient der Förderung der deutsch-schwedischen Wirtschaft und wird an Unternehmen vergeben, die die folgenden Kriterien erfüllen:

- Das Unternehmen ist seit mindestens drei Jahren erfolgreich in Deutschland tätig.
- Die geschäftliche Tätigkeit des Unternehmens liegt in einem besonderen schwedischen Interesse.
- Das Unternehmen zeichnet sich durch solide Finanzen und eine dauerhaft positive Umsatzentwicklung aus.

Für neu gegründete bzw. erstmals in Deutschland tätige Unternehmen gelten folgende Kriterien:

- Das Unternehmen ist erfolgreich in den deutschen Markt eingetreten.
- Die geschäftliche Tätigkeit des Unternehmens liegt in einem besonderen schwedischen Interesse.
- Das Unternehmen hat gute Voraussetzungen für eine weitere positive Entwicklung.

Bewerbungen, die den genannten Kriterien entsprechen, werden von einer Jury gesichtet, die unabhängig über die Preisvergabe entscheidet. Der Jury für den Schwedischen Unternehmenspreis in Deutschland 2013 gehören an:

Staffan Hemrå, Schwedische Botschaft, Berlin  
 Anna Nordström, Business Sweden, Berlin  
 Mats Hultberg, Schwedische Handelskammer, Düsseldorf  
 Liselotte Hjorth, SEB AG, Frankfurt am Main  
 Gunnar Volkers, Nordea Bank Finland Plc, Frankfurt am Main  
 Elisa Saarinen, Svenska Handelsbanken, Frankfurt am Main

**Bewerbungsschluss ist der 30. April 2013.**

**BEWERBEN SIE SICH JETZT!**

Bewerbungen sind per Post oder E-Mail zu senden an:

Schwedische Handelskammer, Kerstin Nordström, Berliner Allee 32, 40212 Düsseldorf  
 E-Mail: nordstroem@schwedenkammer.de.

Wenn Sie Ihre Bewerbung per E-Mail schicken, bitten wir Sie, sich auf 2 MB zu beschränken.

**Die Verleihung des Schwedischen Unternehmenspreises in Deutschland 2013 findet am 7. November 2013 in Dresden statt.**

## Selbstbewusste Frauen können das System verändern

Elin Krepper vom JCC München war eine von fast 200 Zuhörern beim achten Skandinavischen Wirtschaftsforum, SWIFO, der Regionalgruppe München. Ihre Eindrücke hat sie für Schweden Aktuell festgehalten.

Frauenquote, Krippenausbau, Face Time, Work-Life-Balance und Wahlfreiheit sind Begriffe, die mehrmals am 12. März im Ludwig-Erhard-Festsaal des Bayerischen Staatsministeriums für Wirtschaft, Infrastruktur, Verkehr und Technologie erwähnt wurden. Im Rahmen der Veranstaltung „Vereinbarkeit von Familie und Beruf – Vorbild Skandinavien?“ hatte SWIFO Maren Dieckmann Heibek von der Deutsch-Norwegischen Handelskammer und Ninni Löwgren von der Deutsch-Schwedischen Handelskammer eingeladen, über den skandinavischen Arbeits- und Familienalltag zu berichten. Wirtschaftsstaatssekretärin Katja Hessel begrüßte insbesondere die männlichen Gäste, da es nicht so häufig vorkommt, dass Männer sich für solche Themen interessieren – was wahrscheinlich erklärt, wieso die Fortschritte im Bereich „Vereinbarkeit von Familie und Beruf“ hierzulande auf sich warten lassen.

Vor dem Hintergrund des zunehmenden Fachkräftemangels und dem niedrigen Beschäftigungsniveau von Frauen in Deutschland im Vergleich zu anderen europäischen Ländern sind die Themen Frauenquote und moderne Betreuungssysteme jedoch äußerst relevant. So hat beispielsweise der Deutsche Bundestag neulich mit großer Mehrheit ein Gesetz zum Ausbau der Betreuung von Kindern unter drei Jahren verabschiedet. Für jedes Kind ab dem vollendeten ersten Lebens-

jahr soll es ab 1. August 2013 einen Rechtsanspruch auf einen Betreuungsplatz in einer Kinderkrippe, Kita oder bei einer Tagesmutter geben. Aber lösen mehr Betreuungsplätze das Problem, dass viele Frauen mit Kindern nicht ins Berufsleben zurückkehren oder sich von Anfang an gegen Kinder entscheiden, da eine berufliche Karriere dadurch sehr schwierig sein könnte?

Eine der möglichen Antworten kann ein umfangreiches und zugängliches Betreuungssystem als wesentlicher Baustein sein, um Familie und Beruf zufriedenstellend vereinbaren zu können. Schweden und Norwegen sind markante Beispiele dafür. Ein anderer wichtiger Aspekt sind flexible Arbeitszeitmodelle und Arbeitsweisen, die in Skandinavien bereits ganz selbstverständlich zum Arbeitsleben gehören. Es ist völlig normal, das Büro um 15 Uhr zu verlassen, um das Kind aus dem Kindergarten abzuholen und den Rest des Tages von zu Hause zu arbeiten. Flexible Lösungen zeichnen skandinavische Unternehmen aus. Um attraktive Arbeitgeber zu sein, müssen sich Unternehmen an die Gesellschaftsstrukturen und das Familienleben ihrer Angestellten anpassen. Ein dritter Punkt ist die Verantwortung der Frauen, selbstbewusst mehr Platz und höhere Positionen in Unternehmen einzunehmen. Norwegen hat das, im Gegenteil zu Schweden, mit einer gesetzlich geregelten Frauenquote gelöst.

Für Maren Dieckmann Heibek und Ninni Löwgren ist die Wahlfreiheit am wichtigsten. Die Familienpolitik sollte vorteilhafte Rahmenbedingungen und eine Infrastruktur schaffen, die jeder Familie die Möglichkeit geben, Familienplanung und Beruf nach ihren eigenen Wünschen und Bedürfnissen zu gestalten.

## Business Lunch in Hamburg

Im Februar fand die erste Veranstaltung des Jahres in der Region Hamburg statt. Dazu trafen sich fast 30 Teilnehmer im Rahmen eines Business Lunches im Scandic Hamburg Emporio Hotel. Da der geplante Vortrag zur Windenergienutzung nicht stattfinden konnte, nutzten die Anwesenden die Zeit umso intensiver für einen Gedankenaustausch und Networking. Aus den Gesprächen sind viele neue, interessante Verbindungen entstanden. Die Regionalgruppe Hamburg gab außerdem einen Ausblick auf die kommenden Veranstaltungen. Das angekündigte Programm brachte die Zuhörer definitiv auf den Geschmack – für mehr Veranstaltungen der Schwedischen Handelskammer und für den Lunch, der serviert wurde.

## Unterwegs in Dalarna

Anfang März waren Mats Hultberg und Kerstin Nordström in Dalarna unterwegs, um Unternehmen zu treffen und über Deutschland als Geschäftsland zu informieren. Bei Treffen mit mittelständischen Unternehmen in Falun und Borlänge konnte gezielt auf deren Bedürfnisse eingegangen werden und es fand ein reger Gedankenaustausch statt. In einem anschließenden Seminar, veranstaltet von der regionalen Handelskammer in Falun und in Zusammenarbeit mit Business Sweden, konnten Vertreter unterschiedlichster Branchen in exklusiver Runde vertieft, mehr über kulturelle Unterschiede rund um Geschäftsbeziehungen mit Deutschland erfahren und ein paar wertvolle Tipps mit nach Hause nehmen. Die Schwedische Handelskammer in Deutschland hat mit der Mittschwedischen Handelskammer in Falun einen interessanten Partner, um Unternehmen aus Dalarna bei der Geschäftsanbahnung aktiv zu unterstützen.

## JCC – Das sind wir!

Als Netzwerk besteht und lebt der JCC von seinen Mitgliedern! Leider haben wir die Herausforderung, dass wir über mehrere Regionen in Deutschland verteilt sind, was ja auch gute Seiten hat. Mit dem Ziel, die Vernetzung zu stärken, möchten wir in kurzen Steckbriefen einige Mitglieder vorstellen. Dieses Mal erzählen drei Berliner JCC-Mitglieder von ihrem Schweden-Deutschland-Bezug, was sie im Leben machen und was sie am JCC schätzen: Elina, Markus und Ioana.



### Elina Johansson

Vor 3 Jahren habe ich mich in Schweden in einen deutschen Austauschstudent verliebt. Als er zurückging, fragte er, ob ich mir vorstellen könnte, in Deutschland zu wohnen. Ich bin vorher mehrmals in Berlin gewesen und mag die Stadt sehr. Zufällig habe ich gesehen, dass mein Arbeitgeber NCC Mehrfamilien-

häuser in Berlin baut. Als ich mir die deutsche NCC-Homepage angeguckt habe, sah ich, dass sie Projektleiter mit genau meinem Profil suchten! Ich habe mich beworben und den Job bekommen. Heute arbeite ich mit Neubauprojekten im Bereich Einfamilien-, Doppel- und Reihenhäuser sowie Eigentumswohnungen. Die Verantwortung von Projektidee bis Übergabe ist vielfältig und interessant. Die Arbeit an sich, ist sehr ähnlich wie die Arbeit in Schweden. Der Projektprozess ist aber schneller, aufgrund des gesetzlich schnelleren Planungsprozesses. Was schwierig ist, aber auch Spaß macht, ist die Sprachnuance zu lernen und die deutsche Arbeitsweise zu verstehen. In meiner Freizeit spiele ich Floorball in der ersten Bundesliga und Berlins einziger Frauenmannschaft. Für mich als Neu-Berlinerin ist der JCC eine fantastische Möglichkeit neue Leute kennenzulernen und ein neues Netzwerk aufzubauen. Dass der JCC auch interessante Veranstaltungen bietet, ist ein Bonus!

### Markus Burger

Slidewriting.com bringt Ordnung in die Informationsflut. Das neuartige Präsentationstraining befähigt Teilnehmer, komplexe eigene Ideen so zu strukturieren, dass andere sie leicht verstehen. Seit 2010 veranstalte ich Trainings für DAX-Konzerne,



Bundesministerien und Unternehmensberatungen. Schwedische Kunden sind mir am liebsten, da sie immer alles konstruktiv hinterfragen. Mein erster Kontakt mit Schweden war wie für so viele Deutsche der Urlaub. Danach hatte ich als Unternehmensberater schwedische Kunden. Mich hat beeindruckt, wie man in Schweden hervorragende Produktivität mit einem angenehmen Privatleben verbinden kann. Der JCC bietet mir die Möglichkeit, schwedische Unternehmenskulturen von innen kennenzulernen.



### Ioana Ioanica

Über Nacht bin ich Einwandererkind geworden, in einem Alter von sieben Jahren. Mein Vater hatte in Schweden als politischer Flüchtling aus dem kommunistischen Rumänien mit der Familie eine neue Heimat gefunden. Ein unglaublicher Kontrast! Vielleicht sehe ich deshalb die Vorzüge Schwedens heute umso schärfer. Beim Erlernen der neuen Sprache und bei der Integration hat mir das Schulsystem sehr geholfen. Und es hat mir viele neue Wege aufgezeigt. Ich studierte in Deutschland und Finnland Betriebswirtschaft und lernte so nach Rumänisch, Schwedisch, Englisch und Französisch nun auch Deutsch. Anschließend arbeitete ich sieben Jahre für den Lebensmittelkonzern Dr. Oetker in Bielefeld, zuletzt im internationalen Absatz. 2010 hatte ich noch einmal Lust, etwas anderes zu machen. Für ein Masterstudium ging ich nach Rom und kam im Juni 2012 als Produktmanagerin zu SKF nach Berlin. Ich tauschte also den Pudding mit technischen Anlagen. Dabei genieße ich die Herausforderung der Technik, die Internationalität des Konzerns – und dass ich endlich wieder Schwedisch sprechen kann. So bin ich auch zum JCC gestoßen. Für mich ein Stück Heimat mitten in Berlin. Wirtschaft und Handel bewirken heute häufig mehr als Politik. Deshalb möchte ich hier dazu beitragen, die Vorzüge Schwedens auch anderen nahezubringen.

lernen der neuen Sprache und bei der Integration hat mir das Schulsystem sehr geholfen. Und es hat mir viele neue Wege aufgezeigt. Ich studierte in Deutschland und Finnland Betriebswirtschaft und lernte so nach Rumänisch, Schwedisch, Englisch und Französisch nun auch Deutsch. Anschließend arbeitete ich sieben Jahre für den Lebensmittelkonzern Dr. Oetker in Bielefeld, zuletzt im internationalen Absatz. 2010 hatte ich noch einmal Lust, etwas anderes zu machen. Für ein Masterstudium ging ich nach Rom und kam im Juni 2012 als Produktmanagerin zu SKF nach Berlin. Ich tauschte also den Pudding mit technischen Anlagen. Dabei genieße ich die Herausforderung der Technik, die Internationalität des Konzerns – und dass ich endlich wieder Schwedisch sprechen kann. So bin ich auch zum JCC gestoßen. Für mich ein Stück Heimat mitten in Berlin. Wirtschaft und Handel bewirken heute häufig mehr als Politik. Deshalb möchte ich hier dazu beitragen, die Vorzüge Schwedens auch anderen nahezubringen.

## JCC Berlin startet vielseitig ins Jahr 2013

Dafür, dass das Veranstaltungsprogramm des JCCs sehr vielfältig ist, ist der Jahresauftakt beim JCC in Berlin ein wunderbares Beispiel. Von Sport und Spaß über Business und Networking bis hin zu Kultur mit schwedischer Anknüpfung war dieses Jahr schon alles im Veranstaltungsrepertoire dabei! Einmal im Jahr zum Bowling, das ist beim JCC in Berlin mittlerweile zur Tradition geworden. Gern bilden wir uns dabei auch ein, dass sich die Anzahl der Spares und Strikes jedes Jahr steigert! Ebenfalls

im Januar fand zum zweiten Mal ein gemeinsamer Neujahrsempfang der Berliner Juniorenorganisationen statt. Über 100 Teilnehmer vom Verband Berliner Kaufleute und Industrieller, der Young British Chamber of Commerce, den Wirtschafts-junioren, dem Jungen Wirtschaftsrat, der Deutschen Gesellschaft für Außenpolitik und des JCCs ließen sich von Heike Kirsch, Geschäftsführerin von Dale Carnegie in Deutschland, in einem höchst interaktiven Vortrag zum Netzwerken inspirieren. Dabei

haben viele an diesem Abend ihr Netzwerk über den JCC hinaus erweitert. Dass zum ersten Mal in Deutschland Fotografien von einem der größten schwedischen Fotografen gezeigt wurden, wollte sich der JCC nicht entgehen lassen. Im Rahmen einer Sonderführung ließen wir uns im Februar an das Leben und die Werke von Christer Strömholm heranführen. Zum entspannten Ausklang des Abends ging es dann weiter in eine nahe gelegene

Bar. Für das erste Halbjahr stehen noch weitere spannende Veranstaltungen an. Wir freuen uns zum Beispiel auf einen interkulturellen Workshop mit Uta Schulz im April und auf das Mittsommerfest im Juni!

Catharina Dreier

## Tea-Time für den JCC Düsseldorf/Köln

Im kalten Februar haben sich die JCC-Mitglieder aus Düsseldorf und Köln eine dampfende Auszeit genommen und das Stammhaus des Düsseldorfer Traditionsunternehmens Teekanne GmbH & Co. KG besucht. Die Betriebsbesichtigung startete mit einer Multimedia-Show zu Mythos, Geschichte und Legende des Tees sowie einer Stippvisite im Firmenmuseum. Mit entsprechender Schutzkleidung ging es dann weiter in die Produktionsräume. Auf diesem Rundgang konnte man hautnah erleben, wie löslicher Tee zunächst in die berühmt-berüchtigten Doppelkammerbeutel gelangt und daraus dann eine handelsübliche Teepackung mit zwanzig Teebeuteln, Haltbarkeitsdatum und Strichcode entsteht. Mischung, Qualitätsprüfung und Verpackung – alles live in Düsseldorf. Natürlich konnte man



auch Tee probieren und kaufen. Aber nicht nur für das leibliche Wohl wurde bestens gesorgt. Auch die grauen Zellen kamen auf ihren Genuss und erhielten zahlreiche interessante Informationen zu Teekanne, Firmengeschichte und dem Naturprodukt Tee.

## VERANSTALTUNGEN IN DEN REGIONEN

### April 2013

- 18.04. JCC Berlin: „Management by Vikings“ oder „Made in Germany“? – Interkultureller Workshop, Berlin
- 18.04. Regionalgruppe Berlin: „Innovative Sweden“ in Zusammenarbeit mit dem Friedrichshain-Kreuzberger Unternehmensverein e.V., Berlin
- 18.04. Regionalgruppe Rhein-Main: Nordic Talking, Frankfurt

### Mai 2013

- 07.05. Regionalgruppe Hamburg: Business Lunch mit IKEA, Hamburg
- 16.05. Schwedische Handelskammer: Jahresmitgliederversammlung, Düsseldorf
- 23.05. Regionalgruppe Rhein-Main: Nordic Talking, Frankfurt
- 30.05. Regionalgruppe Berlin: Nordic Property Event, Berlin

### Juni 2013

- 15.06. Regionalgruppe Berlin: Sommerfest Folk in the Garden im Rahmen der Musikfestspiele Potsdam Sanssouci, Potsdam
- 20.06. Regionalgruppe Stuttgart: Svenska Salongen, Stuttgart
- 21.06. JCC Berlin: Mittsommerfeier, Berlin

### August 2013

- 30./31.08. JCC: JCC-Event in Hamburg

### November 2013

- 07.11. Schwedische Handelskammer: Verleihung des Schwedischen Unternehmenspreises 2013, Dresden

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

SAVE THE DATES!



# Entspannt nach Schweden



**10% Rabatt für Mitglieder der Schwedischen Handelskammer\***

**Fördermitglieder**

VATTENFALL

IKEA

SANDVIK

Svenska Handelsbanken

SEB

Nordea

**Sponsoren der Kammer**

MANNHEIMER SWARTLING

LKAB

SCA

SAS  
Scandinavian Airlines

SECURITAS

Stena Line

SKF

**Nutzen Sie „Schweden aktuell“ für Ihre Kommunikation!**  
 Die Mediadaten mit Themen und Terminen für 2013 finden Sie in diesem Heft oder unter [www.schwedenkammer.de](http://www.schwedenkammer.de). Reservieren Sie jetzt Ihre Anzeigen unter 02054-9385417 oder [schwedenkammer@nordis.biz](mailto:schwedenkammer@nordis.biz). Anzeigenschluss für die nächste Ausgabe ist der 03.05.2013.

**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](http://www.schwedenkammer.de)  
**V.i.S.d.P.:** Mats Hultberg, Geschäftsführer  
**Titelbild:** [www.imagebank.sweden.se](http://www.imagebank.sweden.se)

**Koordination, Anzeigen, Produktion:**  
 Nordis – Agentur für Kommunikation  
 Werdener Straße 28, 45219 Essen,  
 Tel. 02054-938 54 0  
[schwedenkammer@nordis.biz](mailto:schwedenkammer@nordis.biz)  
[www.nordis.biz](http://www.nordis.biz)  
**Druck:** Peter Pomp GmbH, Bottrop  
 Nachdrucke nur auf Anfrage und mit Quellenangabe und Belegexemplar.

Stena Line ist der bequemste Weg nach Schweden. Lehnen Sie sich zurück, genießen Sie die Annehmlichkeiten an Bord und kommen Sie entspannt ans Ziel. Unsere komfortablen Fähren bringen Sie bis zu 4-mal täglich von Rostock oder Sassnitz nach Trelleborg und über Nacht auch von Kiel nach Göteborg.

**Buchung und weitere Informationen:**  
[www.StenaLine.de/Schwedenkammer](http://www.StenaLine.de/Schwedenkammer)

\* Ermäßigung gilt für die regulären Tarife des Stena Line Routennetzes (Mahlzeiten und Extraleistungen ausgenommen). Gültig nur für die Mitglieder der Schwedischen Handelskammer in Deutschland, nicht übertragbar und nicht in Kombination mit anderen Aktionen. Rabatt wird nur direkt bei Buchung gewährt, eine nachträgliche Gutschrift ist nicht möglich.



**ABSOLUT STOCKHOLM.**