

# SCHWEDEN aktuell

5 FRAGEN AN  
Fredrik Nyström, DreamHack

SCHWERPUNKT  
Schwedens Spielwunder

BERATUNG AKTUELL  
Unternehmensberatung

SCHWEDISCHER UNTERNEHMENSPREIS  
Preisverleihung 2013





- Interkulturelles Management
- Coaching
- Übersetzungen



## Linking the German and Nordic Markets



### ▪ Training in interkultureller Kompetenz

Ermöglicht einer Gruppe oder einem Team eine konstruktive und erfolgreiche Zusammenarbeit mit skandinavischen (schwedischen, dänischen und/oder norwegischen) Geschäftspartnern.



### ▪ Interkulturelles Einzelcoaching

Bereitet individuell auf eine erfolgreiche Zusammenarbeit mit skandinavischen Geschäftspartnern vor und ermöglicht einen angemessenen (Markt-)Auftritt.

### ▪ Interkulturelle Teambildung und Projektoptimierung

Ermöglicht Mitgliedern internationaler Teams, die jeweils eigenen (kulturellen) Stärken und die der anderen Team-Mitglieder gemeinsam zu erkennen und dieses Potenzial in der eigenen Projektarbeit zu nutzen.

### ▪ Interkulturelle Begleitung in Veränderungsprozessen

Veränderungsprozesse in internationalen Unternehmen sind sehr komplex. Ein interkultureller Ansatz kann neue Perspektiven und Horizonte eröffnen, anstatt zu blockieren.

### ▪ (Interkulturelle) Großgruppen-Moderation

Nutzt das „kollektive Wissen“ einer Gruppe. Ideen unterschiedlicher Perspektiven, Fachgebiete, Erfahrungen und Kulturen werden z.B. in sehr kurzer Zeit gesammelt und sichtbar gemacht.

### ▪ Systemische Organisationsberatung

Ergänzt und erweitert das interkulturelle Portfolio um Diagnose- und Interventionsmethoden, die Veränderungs- und Entwicklungsprozesse aus dem Unternehmen heraus und aus ganzheitlicher Sicht fördern.



SveTys, Schmiedesberg 18 a, 21465 Reinbek, Tel.: (+49) 40 72 00 41 93, Fax: (+49) 40 72 00 48 88, E-Mail: [info@svetys.net](mailto:info@svetys.net), Internet: [www.svetys.net](http://www.svetys.net)



## 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)





## Liebe Mitglieder und Freunde der Schwedischen Handelskammer,

Mitte November dieses Jahres präsentierte die schwedische Handelsministerin Ewa Björling eine aktualisierte Strategie für die öffentliche Handelsförderung Schwedens. Dass Europa in der nahen Zukunft nicht das ganz große Wachstum haben wird, ist ja bekannt. So prognostiziert das Auswärtige Amt in Stockholm bis 2017 eine im Vergleich mit den Erwartungen für Europa dreimal so große Entwicklung des schwedischen Außenhandels in Asien und Ozeanien. Die Handelsförderung soll auf die Länder ausgerichtet sein, die die besten Möglichkeiten zum Wachstum bieten. Deswegen sieht das Auswärtige Amt den Bedarf, die Strategie dieser Entwicklung anzupassen. Bisher ging etwa 40 % des Geldes für die öffentliche Handelsförderung an Botschaften und Business Sweden-Vertretungen in Europa.

Nach einer Analyse der Wachstumsprognosen verschiedener Länder und Regionen sowie einer Analyse der Handelshindernisse wurden 20 Länder identifiziert:

1. Länder mit besonders starker Wachstumsprognose: Angola, Vereinigte Arabische Emirate, Indonesien, Irak, Israel, Kasachstan, Mexiko, Nigeria, Saudi-Arabien, Südafrika, die Türkei und die Ukraine.
2. Die BRIC-Länder: Brasilien, Russland, Indien und China.
3. „Reife Märkte“, wo es noch ein großes Potenzial für schwedische Unternehmen gibt: Südkorea, Japan, die USA und Deutschland.

Als einziges EU-Land ist also Deutschland dabei. Was das konkret bedeutet, bleibt abzuwarten. Was jetzt schon klar ist, ist dass die Botschaften in den oben genannten Ländern eine extra Geldspritze von insgesamt drei Millionen schwedischen Kronen für handelsfördernde Maßnahmen bekommen werden.

Die schwedische Botschaft in Berlin ist ja auch einer der drei Veranstalter bei einem der seit Jahren wichtigsten Termine in der Deutsch-Schwedischen Handelsförderung: der Verleihung des Schwedischen Unternehmenspreises. Von Jahr zu Jahr etabliert sich dieser Tag mehr und mehr als starke Manifestation der schwedischen Wirtschaft in Deutschland. Ein ganz großes Dankeschön an alle, die diesmal dazu beigetragen haben: Gäste beim Galadinner, Teilnehmer beim Energie-Seminar, Referenten, Redner, Ehrengäste, Preisträger, Sponsoren und alle in der Veranstaltungsorganisation.

In dieser Ausgabe können Sie über die Preisverleihung lesen, aber diesmal gibt es auch eine Neuigkeit: in einem Monat wird

eine Sonderedition „Schweden aktuell“ ganz der Verleihung des Schwedischen Unternehmenspreises gewidmet erscheinen. Mit Portraits der Gewinner, Informationen über die Handelskammer und die Mitglieder und mit noch mehr Fotos von diesem besonderen Abend. Wer in Dresden dabei war, wird sich sicher hier wieder finden. In festlicher Kleidung.

Ich möchte zu guter Letzt die Gelegenheit nutzen und mich bei allen Mitgliedern, Fördermitgliedern, Kooperationspartnern, Vorstandsausschussmitgliedern, Mitgliedern des neuen Präsidiums sowie Mitarbeiterinnen in der Geschäftsstelle für ein Jahr bedanken, wo wir die Weichen für die Zukunft gestellt haben. Nächstes Jahr wird noch mehr in der Kammer passieren. 2013 war nur der Anfang.

Frohes Fest, guten Rutsch ins neue Jahr und auf Wiedersehen in 2014!

Mit freundlichen Grüßen aus Düsseldorf

Mats Hultberg

## Inhalt

5 FRAGEN AN   Fredrik Nyström, DreamHack	4
KOLUMNE   Seid verspielter, Ihr Deutschen	5
WIRTSCHAFT AKTUELL   Kurznachrichten	6
HEITER BIS SCHWEDISCH	7
SCHWERPUNKT   Das schwedische Spielwunder	8
BERATUNG AKTUELL   Unternehmensberatung	13
PORTRAIT   btu Beraterpartner	14
UNTERNEHMENSPREIS   Preisverleihung 2013	18
AUS DER KAMMER	20
Handelsbanken	22
Sponsoren & Impressum	23



# DreamHack – Die größte LAN-Party der Welt

Fredrik Nyström, Pressesprecher von DreamHack

Es fing Anfang der 90er Jahre in einem Kellerraum in der Grundschule der kleinen Stadt Malung in der Provinz Dalarna an. Ein paar Freunde wollten Disketten austauschen und ihre Fertigkeiten in Sachen Programmierung, Grafikdesign und Musik unter Beweis stellen. Ein paar Jahre später organisierten Martin Öjes und Kenny Eklund ein echtes Computertreffen in der Kantine der Schule. Damit war DreamHack, eine schwedische LAN-Party, gegründet.

LAN ist ursprünglich eine englische Abkürzung für Local Area Network, also ganz einfach ein lokales Netzwerk. Auf LAN-Partys treffen sich Leute, die sich für Computer und Computerspiele interessieren, und spielen mit- und gegeneinander. Dabei zeigen die Teilnehmer gerne ihren Computer vor, meist mit diversen ästhetischen Modifikationen. Eine wichtige Rolle spielt ohne Zweifel auch die Geselligkeit. Häufig werden Wettbewerbe und Events veranstaltet, die sich nicht unbedingt immer um Computerspiele drehen.

1997 beschlossen die Veranstalter, die größte LAN-Party in Schweden zu organisieren. Sie verließen die Kantine und mieteten stattdessen Teile des Einkaufszentrums Arena Kupolen in Borlänge. Etwa 700 Computer- und Spieleenthusiasten nahmen teil. Von da an ist das Interesse an der LAN-Party stetig gewachsen und das Event wurde zum weltweit beachteten Phänomen. Im Jahr 2007 bekamen die Gründer einen Ehrenpreis der Gemeinde Jönköping, wohin das Festival inzwischen umgezogen war und 2004 zum ersten Mal den Rekord als größte LAN-Party der Welt aufstellte. In der Begründung hieß es, DreamHack sei für die Stadt, die Hochschule und die Wirtschaft sehr wichtig geworden.

Inzwischen wird DreamHack zweimal pro Jahr veranstaltet. Die letzte LAN-Party, DreamHack Winter 2013, fand vor kurzem in Jönköping statt – mit etwa 25.000 Teilnehmern.

## *1. Was für Leute nehmen an DreamHack teil? Beschreiben Sie doch mal den typischen Besucher!*

Der durchschnittliche Besucher ist männlich und 18,3 Jahre alt. Auf den großen Festivals sind etwa 85 % der Teilnehmer Männer. Aber auf anderen Events kann es anders aussehen. Auf ausgeprägten E-Sportevents ist die Geschlechterverteilung ausgeglichener und das Durchschnittsalter deutlich höher.

## *2. Viele stellen sich den typischen Computerspieler als einen Nerd vor, der ganz allein zu Hause sitzt und nur Computerspiele spielt. Aber jedes Jahr besuchen etwa 25.000 Leute den Konvent. Wie er-*



*Blick in die zentrale Veranstaltungshalle Elmia von DreamHack in Jönköping. Hier kamen Anfang Ende November / Anfang Dezember gut 25.000 Menschen zum größten Spielekonvent der Welt zusammen. DreamHack ist darüber hinaus zum wichtigen Messeplatz und Stimmungsbarometer für die Branche geworden.*

## *klären Sie sich den Erfolg dieses Massenphänomens?*

DreamHack hat schon immer auf die Besucher und ihre Wünsche Rücksicht genommen. Wir erweitern, verbessern und ändern ständig unsere Angebote. Heutzutage kommen Spieleentwickler und Technikfirmen aus der ganzen Welt zu unserer Messe DreamExpo. Dazu produzieren wir während des Festivals live E-Sportshows, die in SVT, TV6 und Aftonbladet gezeigt werden. Die Unterschiede zwischen den Events der 90er Jahre und den heutigen sind enorm. Dass „Gamers“ vor allem Nerds seien, ist ein altes Vorurteil, das gerade im Verschwinden ist.

## *3. Welche Bedeutung oder Funktion hat DreamHack für die Computerspiel-Branche?*

Wir sind einer der größten Veranstalter des E-Sports und schon ein schwedischer Festivalklassiker, mit Internet, Spiel und Technik im Fokus. Zweifellos haben wir die Branche beeinflusst. Ohne DreamHack würde zum Beispiel die gesamte E-Sportbranche Europas ganz anders aussehen.

## *4. Wie war das gerade zu Ende gegangene DreamHack Winter – und was meinen Sie, wie wird DreamHack 2020 aussehen?*

DreamHack Winter 2013 war ein großer Erfolg. Wie DreamHack allerdings in 5-10 Jahren aussehen wird, ist fast unmöglich vorauszusagen. Wir sind aber immer sehr beweglich, um uns den Wünschen unserer Kunden anzupassen.

## *5. Was ist Ihr persönliches Lieblingsspiel? Schach.*

Der Begriff E-Sport bezeichnet den sportlichen Wettkampf zwischen Menschen mit Hilfe von Computerspielen. Normalerweise wird der Wettkampf mit Hilfe des Mehrspielermodus eines Computerspieles ausgetragen. Die Regeln des Wettkampfes werden durch die Software (Computerspiel) und externe Wettkampfbestimmungen, wie z.B. das Reglement der jeweiligen E-Sportliga, vorgegeben. E-Sport wird sowohl auf Personal Computern, als auch auf Spielekonsolen betrieben.

Neben der Beherrschung des eigentlichen Computerspieles benötigen die Spieler verschiedene motorische und geistige Fähigkeiten, um im Wettkampf erfolgreich zu sein. Motorisch sind für den Spieler vor allem Hand-Augen-Koordination, Reaktionsgeschwindigkeit und Durchhaltevermögen von Bedeutung. Räumliches Orientierungsvermögen, Spielübersicht, Spielverständnis, taktische Ausrichtung, vorausschauendes und laterales Denken zählen zu den geistigen Anforderungen.

Quelle: Wikipedia

KOLUMNE

## Seid verspielter, Ihr Deutschen!



Tomas Lundin

Es fing mit einem Verkaufstrick an. Ingenieure beim Rüstungshersteller Saab wollten das schwedische Militär beeindrucken und ließen 1960 auf dem damaligen Supercomputer SaabD2 grüne Punkte auf dem Bildschirm hin und her flitzen. Die Aufgabe der Generäle: die Punkte abschießen wie mit einer Kanone.

Es war die Geburtsstunde eines der allerersten Computerspiele der Welt, und es begründete eine lange Tradition von schwedischen Herstellern wie King aus Malmö oder Mojang aus Stockholm, die heute zur absoluten Weltelite gehören. Minecraft von Mojang ist ein Kassenschlager mit einem Umsatz von etwa 50 Millionen Euro. Noch erfolgreicher sind die Spiele der Serie Battlefield von Dice, die weit über 60 Millionen Mal verkauft worden sind.

Kein Wunder, dass die Politiker aufhorchen. „Wir reden hier vom bedeutendsten schwedischen Kulturexport seit Roxette oder Abba“, schwärmte neulich Handelsministerin Ewa Björling und bekannte, dass sie ein glühender Fan von Mario Kart ist. Die Branche mit etwa 3.000 Unternehmen hat jährliche Zuwachsraten von 60-90 % und verzeichnete letztes Jahr einen Umsatz von fast einer halben Milliarde Euro, fast alles davon auf den Exportmärkten.

Nach dem „Musikwunder“, dem „Designwunder“ und dem „Modewunder“ nun also auch ein schwedisches „Spielwunder“? Vieles spricht dafür. Die langen Winterabende, die ausgefüllt werden wollen, sind nur ein – zugegeben schwaches – Argument für die schwedische Schwäche für Fantasy oder Kriegsspiele auf dem Bildschirm, ganz wie im ebenso winterdunklen Finnland. Beide Länder haben zusammen mehr Entwickler von Spielen als das fünf Mal größere Deutschland. Entscheidend, meine ich, ist aber diese nordische Fähigkeit, sich für neue Technik zu begeistern. Das geht einher mit einer

Unbekümmertheit wie sie in Deutschland selten vorhanden ist. Hier schaut man eher herab auf Computerspiele, während in Schweden die Elite-Universitäten Studiengänge dafür anbieten. Schwingt da intellektuelle Arroganz mit? Oder zumindest eine Haltung, die das Abdriften in bunte Fantasiewelten oder in absurde Spielereien verhindert?

Seid doch ein bisschen kindlicher, ein bisschen verspielter, möchte man vielen Deutschen zurufen. Es könnte ein gutes Geschäft werden.

### Anzeige



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)

# Kurznachrichten

## Werbekampagne verärgert Stockholmer

Das Stockholmer ÖPNV-Unternehmen SL hat vor kurzem eine neue Werbekampagne lanciert. Die Idee ist originell: Die Bevölkerung soll darüber abstimmen, zu welchem Zweck SL die Bußgelder von Schwarzfahrern verwenden soll. Auf einer Website können die Besucher über Alternativen abstimmen, zum Beispiel neue Wartehäuschen oder Reparaturen an den Sitzen. Kritiker sehen in der teuren Kampagne allerdings Geldverschwendung.

## Telefonieren am Steuer ist ok, facebook nicht

Seit Anfang Dezember darf man in Schweden keine Nachrichten mehr per Handy verschicken, wenn man am Steuer sitzt. Verboten werden auch andere Aktivitäten wie facebook besuchen, nach einem Lied auf Spotify suchen oder ein Handyspiel spielen. Laut den neuen Regeln darf man nur dann sein Handy benutzen, wenn es nicht das Führen des Fahrzeugs stört. Es ist allerdings immer noch erlaubt, Telefongespräche auch ohne Freisprecheinrichtung zu führen. Dies ist in den meisten Ländern Europas verboten. Wer gegen die neuen Regeln verstößt, riskiert Strafen bis zu 400 Euro.



## Fünf Frauen und ein August

Der renommierteste Literaturpreis Schwedens – der August-Preis – ging in diesem Jahr in sämtlichen Kategorien an Frauen. Doch während

die Entscheidung für die Auszeichnung von Lena Andersson für ihren Roman „Egenmäktigt förfarande – en roman om kärlek“ (Eigenmächtiges Vorgehen – ein Roman über Liebe) allgemein bejubelt wurde, scheiden sich die Geister an der Auszeichnung für das beste Sachbuch. Der nach August Strindberg benannte Preis der schwedischen Buchverleger feierte in diesem Jahr sein 25. Jubiläum. Er ist in den drei Kategorien Bestes belletristisches Werk, Bestes Sachbuch und Bestes Kinderbuch jeweils mit 11.000 Euro dotiert. Es wäre wohl interessant gewesen, was der für sein schwieriges Verhältnis zu Frauen bekannte August Strindberg dazu gesagt hätte, dass nun gleich fünf Frauen den Preis erhielten.



## Gute Jobchancen für Chemiker und IT-Experten

Wer jetzt eine Hochschulbildung als Chemiker, Informatiker oder Berufsschullehrer beginnt, hat in fünf Jahren in Schweden

sehr gute Chancen auf einen Job. Dies geht aus dem aktuellen Berufsaussichten-Bericht des akademischen Gewerkschaftsbunds Saco hervor. Ebenfalls gute Berufschancen haben

demnach unter anderem angehende Arbeitstherapeuten, Hörgeräteakustiker, Medizinisch-technische Assistenten, Mathematiker und Planungsarchitekten. Düster sind die Aussichten dagegen beispielsweise für zukünftige Biologen, Tierärzte, Journalisten oder Soziologen. In den meisten akademischen Berufen werde es 2018 aber in etwa gleich viele Absolventen wie freie Stellen geben, so die Vorhersage. Für den Bericht hat der Gewerkschaftsbund die Arbeitsmarktprognosen der verschiedenen Mitgliedsorganisationen zusammengestellt. Die Aussagen zu den Berufsaussichten basieren unter anderem auf den Erwartungen der künftigen Anzahl an Hochschulabsolventen, in Rente gehenden Arbeitnehmern und Einwanderern.

## Mütter werden immer älter

Die Zahl der Frauen, die ihr erstes Kind nach dem 35. Lebensjahr gebären, steigt weiter an. Nach Angaben des Statistischen Zentralamts wurden noch nie zuvor in Schweden so viele Babys von Frauen im Alter von über 35 entbunden. Gleichzeitig gab es noch nie so wenige von Frauen unter 19 Jahren. Am häufigsten entbinden Frauen im Alter zwischen 30 und 34 Jahren. Vor 30 Jahren lag das Alter mit den meisten Geburten noch zwischen 25 und 29. Nach Angaben des Statistischen Zentralamtes wurden 2012 mehr Kinder von Frauen im Alter zwischen 40 und 44 Jahren geboren als zwischen 15 und 19 Jahren.

## Immer weniger Lust auf Arbeit

Das Unbehagen am Arbeitsplatz hat laut einer Studie in Schweden stetig zugenommen. Nach Angaben der Branchenorganisation für Gesundheit am Arbeitsplatz hat sich die Zahl der Arbeitnehmer, die an mehr als 15 Tagen im Jahr mit Unbehagen zur Arbeit gegangen sind, in den letzten drei Jahren verdreifacht. 5 % der Befragten gaben auch an, dass sie wahrscheinlich im kommenden Jahr mehr als 15 Tage krank sein werden. Als Ursache machen die Forscher eine Kürzung der Personaldecke aus. Häufig laste die Verantwortung für bestimmte Aufgaben auf weniger Schultern als zuvor. Für die Studie wurden 4.500 Personen im Alter zwischen 20 und 65 Jahren befragt.

## Göteborg liebäugelt mit Seilbahn

Für die Überquerung des Göta Älv mit öffentlichen Verkehrsmitteln denkt Göteborg über den Bau einer Seilbahn nach. Eine entsprechende Studie liegt nach Angaben der Tageszeitung Göteborgs-Posten dem Verkehrsausschuss des Stadtrates vor. Die Seilbahn könnte unter anderem die Stadtteile Haga und Hisingen oder Partille und Angered verbinden. Die Kosten des Projektes werden mit umgerechnet 33 Millionen Euro beziffert. Alle acht Sekunden könnte eine Gondel über den Fluss gehen, der die Stadt teilt. Damit das Projekt bis zum 400-jährigen Jubiläum der Stadt fertiggestellt ist, müsste der Stadtrat bis 2015 eine Entscheidung treffen.

## Schwedischer Wachstumsmotor stottert

Die schwedische Wirtschaft ist nach Angaben des Statistischen Zentralamtes im dritten Quartal kaum gewachsen. Die Behörde stellt ein Wachstum des BNP um 0,1 % gegenüber dem Sommerquartal fest. Verglichen mit dem Herbst vergangenen Jahres beträgt die Zunahme 0,3 %. Am meisten hätte der private Konsum der Haushalte dazu beigetragen. Am stärksten wuchs die Nachfrage in der Hotel- und Restaurantbranche sowie bei Möbeln und Innenausstattung. Im Dezember wird die Reichsbank entscheiden, ob sie wegen der unsicheren Konjunkturaussichten den Leitzins von derzeit relativ hohen 1,0 % senken wird.

## Bald Hochgeschwindigkeitszüge zwischen Oslo und Göteborg?

Die neue norwegische Regierung setzt sich für den Bau einer Hochgeschwindigkeitsbahnstrecke zwischen Oslo und Göteborg ein. In ihrem Haushaltsentwurf für 2014 kündigte die Mitte-Rechts-Koalition eine neue Studie zu dem Projekt an. Bereits seit mehreren Jahren propagiert die Initiative „Achtmillionenstadt“, an der unter anderem die Städte Oslo, Göteborg, Malmö und Kopenhagen sowie die Provinzen an der schwedischen Westküste und in den dänischen und norwegischen Hauptstadtregionen beteiligt sind, für die Einrichtung von Hochgeschwindigkeitsverbindungen zwischen Oslo und Kopenhagen. In der länderübergreifenden Region wohnen etwa acht Millionen Menschen. Als erster Schritt zu einer möglichen Verwirklichung dieser Pläne will Norwegen nun also untersuchen, inwieweit sich die Strecke bis Göteborg realisieren

ließe. Die Studie ist Teil einer größeren Untersuchung zum Schnellzugverkehr in Norwegen, für die die dortige Regierung insgesamt gut 12 Millionen Euro zur Verfügung stellen wird. Sollte die geplante Hochgeschwindigkeitsstrecke einmal bis Kopenhagen gebaut werden, könnte sich die Fahrzeit zwischen der dänischen und der norwegischen Hauptstadt von derzeit über acht auf zweieinhalb Stunden verkürzen.

## Selbstfahrende Autos bald auf Göteborger Straßen

Schon in wenigen Jahren sollen auf den Straßen rund um Göteborg selbstfahrende Autos unterwegs sein. Dies ist Ziel eines groß angelegten Forschungsprojekts, an dem unter anderem der Autohersteller Volvo, die Stadt Göteborg und die schwedischen Verkehrsbehörden beteiligt sind. Bis zum Jahr 2017 soll die Technik so weit ausgereift sein, dass insgesamt 100 selbstfahrende PKWs auf ausgewählten Autobahnstrecken rund um die zweitgrößte schwedische Stadt unterwegs sein können – mit gewöhnlichen Autofahrern als Testpiloten. Die Fahrzeuge sollen dabei mithilfe von GPS sowie verschiedenen Kameras und Sensoren die Umgebung erkennen und ihre Fahrweise den jeweiligen Gegebenheiten anpassen. Claes Tingvall, Direktor für den Bereich Verkehrssicherheit bei der Verkehrsbehörde, sagte, dass Maschinen in den meisten Situationen zum Autofahren besser geeignet seien als Menschen, da sie keine unnötigen Risiken eingingen. Auf lange Sicht seien selbstfahrende Autos die Lösung, um die sogenannte „Nullvision“, also das Ziel von null Verkehrstoten, zu erfüllen, so Tingvall.

## 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:

### Onfos – schwedische Lebensmittel



Weihnachten steht vor der Tür und für die Schweden heißt das Julmust, Glögg, Lutfisk und Schinken. Was wäre das Fest ohne diese typischen schwedischen Weihnachtslebensmittel? Seit kurzem gibt es die Möglichkeit, auch ausgefallene schwedische Lieblingslebensmittel in Deutschland zu bekommen. Das Team des Versandhändlers onfos.de hat durch Verwandtschaft und viele Urlaube in Schweden eine starke Bindung zum Land. Das erstaunlich breit gefächerte Sortiment wird durch eine Zusammenarbeit mit dem Supermarkt ICA Maxi in Helsingborg ermöglicht. Und wenn ein Produkt fehlt, reicht eine kurze E-Mail über das Kontaktformular, und das Team kümmert sich darum, die Ware ins Sortiment aufzunehmen. Wir wünschen smaklig måltid!



### Gewinnen Sie. E-Mail genügt!

Wir verlosen 3 Einkaufsgutscheine im Wert von 50, 30 und 20 Euro, gesponsert von [www.onfos.de](http://www.onfos.de). Wenn Sie teilnehmen möchten, schicken Sie bis zum 20.12. eine E-Mail mit dem Stichwort „Onfos“ an [schwedenaktuell@nordis.biz](mailto:schwedenaktuell@nordis.biz). Wir wünschen viel Glück!

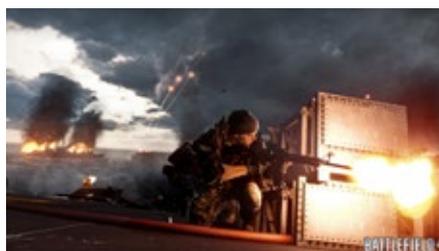
# Das schwedische Spielwunder

von Cecilia Rosén



„In der Branche spricht man oft über das ‚schwedische Spielwunder‘ und ich finde, das passt ganz gut. Wir können sehr stolz auf das sein, was wir zu Stande gebracht haben“, sagt Karl Magnus Troedsson, CEO und General Manager des schwedischen Spielstudios DICE.

Im Juni dieses Jahres besucht Troedsson, zusammen mit seinem Produzenten Patrick Bach, die weltgrößte Spielmesse E3 in Los Angeles. Ihre Mission: der Spielwelt das neueste Produkt von DICE zu präsentieren; Battlefield 4. Sie sind nervös – und das nicht ohne Grund. Geplant ist eine Live-Sequenz vom Spiel. Mit 64 Spielern – vor Publikum. Nichts darf schief laufen. Das Team hat sich seit Wochen auf die Präsentation vorbereitet. Schließlich betreten Bach, Troedsson und die Spieler die Bühne – und legen los. Die fast sechs Minuten andauernde Actionsequenz, mit angreifenden Soldaten, Granatenexplosionen, Helikoptern, Panzern und einem dramatischen Fallschirmsprung aus einem Wolkenkratzer, der kurze Zeit später in Schutt und Asche zerlegt wird, läuft genau nach Plan. Die Fans jubeln und das DICE-Team kann sich endlich entspannen.



Das Spielstudio wurde im Jahr 1992 von vier jungen Männern aus dem småländischen Alvesta gegründet. Das erste Produkt des Studios war ein Flipper. Der Durchbruch gelang ihnen dann 2002 mit dem Egoshoooter „Battlefield 1942“. Vier Jahre später wurde

das schwedische Studio für 76 Millionen Euro vom Branchenriesen Electronic Arts gekauft, bekannt für die Sims und SimCity-Reihen. Vor kurzem wurde bekannt, dass DICE eines von drei Electronic Arts Studios wird, die die Star Wars Battlefront-

Reihe mit einer neuen Grafikengine Frostbite 3 wiederbeleben sollen. „Wir wachsen und wachsen. Im vorigen Jahr haben wir 90 neue Personen rekrutiert und wir hegen die Hoffnung, in diesem Jahr 400 Beschäftigte zu haben“, sagt DICE-Chef Troedsson. Und Executive Producer Patrick Bach erzählt, dass es häufig bei Entscheidungen für Spielentwicklungen um Intuition geht. „Wir folgen ganz einfach unserem Bauchgefühl. Wir können eine Entscheidung so oder so treffen, bei der es um viele Millionen geht. Manchmal wäre es vielleicht klüger, einfach nein zu sagen. Aber dann werden wir nie Weltmeister“, sagt er.

Wenn Bach gerade mal nicht Spielemessen in den USA besucht, kann man ihn in einem großen Glasgebäude in der Nähe der U-Bahn-Station Slussen in Stockholm finden. Hier liegt das Büro von DICE, wo kürzlich auch das besagte „Battlefield 4“ entwickelt wurde. „Battlefield 3“ ist seit der Lancierung im Oktober 2011 etwa 17 Millionen mal verkauft worden. Der gesamte Verkaufswert beträgt ca. 950 Millionen Euro. Das Kriegsspiel ist ein einzigartiger Erfolg und größter Konkurrent der Egoshoooterreihe „Call of Duty“. „Ich sage oft, dass die Battlefield-Serie der größte Kulturexport Schwedens seit ABBA ist“, sagt Peter Strömbäck, Sprecher der Branchenorganisation Dataspelsbranschen.

## 70 % Wachstum

Doch nicht nur DICE hat in Sachen Spielentwicklung in Schweden enormen Erfolg. Die ganze schwedische Spieleindustrie setzte sich über die Konjunkturflaute hinweg. Verkaufszahlen aus dem vorigen Jahr zeigen einen neuen Rekord: Eine Erhöhung um etwa 70%. 2011 stieg der Umsatz der Branche um 96% auf 446 Millionen Euro. Auch 2012 hielt der Trend laut den vorläufigen Ziffern der Branchenorganisation an. Seit 2006 verzeichnet die schwedische Spieleindustrie einen durchschnittlichen Zuwachs von 26% pro Jahr. Laut Reuters war der globale Spielmarkt 2011 rund 50 Milliarden Euro schwer, was einem Zuwachs von 7% im Vergleich zum Vorjahr entspricht.



„Minecraft“, „Battlefield“, „Candy Crush Saga“, „Far Cry 3“, „Magicka“, „War of the Roses“ und „Just Cause“ sind nur einige der weltbekanntesten Spieltitel aus dem

Hause schwedischer Spieleentwickler. „Die Finnen und die Schweden sind wahrscheinlich die, die zur Zeit die meisten Spiele überhaupt verkaufen. Schweden hatte von Anfang an einen sehr kleinen Binnenmarkt und investierte deshalb früh in ein internationales Publikum“, so Peter Strömbäck.

## Eine produktive Arbeitskultur

Ausländische Spielejournalisten fragen die schwedischen Spieleentwickler häufig, was hinter ihrem Erfolg steckt. Eine mögli-

che Antwort ist, dass Schweden seit langem ein technisch avanciertes Land ist. Schon früh etablierte sich die Breitbandverbindung. Viele junge Leute hatten während der 80er und 90er Jahren einen eigenen Computer, da Heimcomputer von vielen Firmen subventioniert wurden. Die Schweden waren schon immer offen für englischsprachige Filme und Musik. Dies sorgte für ein gutes Verständnis der angelsächsischen Kultur. Zusammen hat sich ein gutes Klima für Spielentwicklung ergeben.

„Außerdem haben wir in Schweden eine Betriebskultur, die sehr gut für Spieleentwicklung geeignet ist. In anderen Ländern ist es üblich, einen Betrieb hierarchisch zu strukturieren. Hier gibt es stattdessen ein Gemeinschaftsgefühl, was den kreativen Prozess ungemein fördert“, sagt Peter Strömbäck. Er lacht und fügt hinzu: „Zudem gibt es hier das schwedische ‚Jantelagen‘. Wir arbeiten hart, ohne dabei genau zu verstehen, wie gut wir in der Tat sind.“ Der Begriff sagt vielleicht mehr über die Schweden und ihren Erfolg in der Spielebranche aus, als so manchem Kämpfer in unserer Ellenbogengesellschaft klar ist: Nach dem „Jantegesetz“ ist es verpönt, sich selbst zu erhöhen oder sich als besser und klüger darzustellen als andere.

## Geschäftsmodell in Veränderung

DICE ist einer von wenigen schwedischen Entwicklern, die noch für einen Verlag arbeiten. Verlage sind Großunternehmen, die das Marketing, den Vertrieb und den Verkauf steuern. Ohne die Genehmigung des Verlags konnten früher kaum Spiele mit Erfolg verkauft werden. Mit der Entwicklung der letzten Jahre hat sich das aber verändert. Die dominierende Rolle von Electronic Arts und Activision als „Gatekeeper“ der Branche erscheint nicht mehr als zementiert.

Die Möglichkeit der Spieler, große Mengen an Informationen bzw. ganze Spiele schnell herunterzuladen, hat die Dominanz des CD- und Kassetten-Verkaufs im Laden zurückgedrängt. Ein Beispiel dafür ist Steam, eine Internet-Vertriebsplattform für Computerspiele, worüber der Spieler seine Spiele von jedem Rechner aus verwalten und den Multiplayer-Modus vieler Spiele nutzen kann.

Kleinere Entwickler können traditionelle Werbung durch Marketing in sozialen Medien ersetzen. Statt das Spiel im klassischen Spiel Laden zu verkaufen, können die Spiele viel günstiger direkt als Downloadartikel angeboten werden. Karl Magnus Troedsson setzt sich dennoch der viel vertretenen Meinung entgegen, dass die Beziehung von Verlag und Entwickler aussterben werde: „Die Leute die meinen, dass ein Modell das andere ausschalten wird, irren sich meiner Meinung nach. Wir können nicht sagen, dass wir jemals als Entwickler für einen Verleger am Rande des Ruins standen“.

Ein bedeutendes Beispiel für den neuen Trend ist „Minecraft“, mit seinem Entwickler Mojang, der die Spielwelt im Sturm eroberte. Der Gründer Mojangs heißt Markus Persson. Seine erfolgreiche Karriere begann mit „Kode klopfen“, einer Pro-

grammiersprache für ein Spiel, das dem Prinzip des dänischen Spielzeugs Lego ähnelt. Als Persson merkte, dass sein Spiel populär wurde, begann er, das noch unfertige Spiel zu verkaufen: Für 10 Euro bekam der Spieler Zugang zum Spiel und eine exklusive Möglichkeit, das Spiel zu spielen, nämlich noch während Persson es gleichzeitig entwickelte. Mit dem Einkommen konnte er sich auf die Entwicklung konzentrieren und schließlich auch anfangen, Programmierer und Künstler anzustellen. Das Geschäftsmodell „An-der-Basis-Finanzierung“ wurde ein voller Erfolg für Mojang. Die Firma konnte 2012 stolz auf Zuwachsziffern von 200 % zurückblicken, der Umsatz stieg von 60 auf 167 Millionen Euro. Nur vier Jahre nach der Gründung ist Mojang einer der größten und erfolgreichsten Entwickler der schwedischen Spieleindustrie. Somit konnte es sich die Firma auch leisten, ihre Mitarbeiter auf eine Reise in die französische Riviera einzuladen.

## Leckerer Erfolg

Vergessen wir mal Angry Birds und Farmville. Das schwedische „King“ hält das Zepter bei Facebookspielen und auf dem Handy. Über 70 Millionen Menschen spielen jeden Tag eines der Spiele, die zu King gehören, was Einnahmen von schätzungsweise gut 80 Millionen Euro pro Monat beschert.

King ist ein schwedischer Spieleentwickler und laut eigenen Schätzungen der größte Entwickler von Spielen in sozialen Medien, Tablets und Handys überhaupt. 66 Millionen King-Spieler sind täglich aktiv, drei Spiele des Entwicklers befinden sich in der Top 10 Hitliste der Facebookspiele.

„Wir wachsen rasant und haben großen Erfolg. Unsere Investoren ziehen es aber vor, wenn wir nicht öffentlich über Zahlen sprechen“, sagt Sebastian Knutsson, Gründer von King und verantwortlicher Produktentwickler. Knutsson ist unter anderem an der Entwicklung des Handyspiels Candy Crush Saga beteiligt gewesen, das seit Mai 2013 an der Spitze der Apple Gamecharts steht. Das Spiel steht an erster Stelle in Großbritannien und Schweden, und hat einen hohen Rang im Playstore der Androidgeräte. Im Unterschied zum finnischen „Rovio“, das hinter der Entwicklung von Angry Birds steht, gibt es keine Unglückspropheten, die von King als einem „One Hit Wonder“ sprechen. Bei drei Spieleapps in den Top 10 Charts von Facebook mit Candy Crush Saga, Pet Rescue Saga und Farm Heroes Saga wäre das auch ein unverdientes Urteil.

King hat seit der Gründung im Jahr 2003 160 Spiele herausgegeben und immer noch wird von ihnen ein Spiel pro Monat auf den Markt gebracht. Anfang Juni wurde die amerikanische Firma Zynga vom ersten Platz der Appcharts von Facebook vertrieben. Die neue strahlende Nummer 1 hieß King. Laut Appdata hatte King Ende Juli diesen Jahres 147 Millionen Benutzer auf Facebook, 12 Millionen mehr als das börsennotierte Zynga. „Der Unterschied zu Zynga ist, dass es bei unseren Spielen um Geschicklichkeit geht. Beispielsweise ein Puzzlespiel mit einer Spielsitzung von etwa 2-3 Minuten pro Runde, dabei kann man bequem zwischen Tablet, Handy und Computer wechseln“, sagt Sebastian Knutsson.

So wie bei vielen Konkurrenten werden King Spiele über ein sogenanntes „Freemium“-Modell verkauft. Candy Crush zum Beispiel ist den Spielern kostenlos zugänglich, zusätzlich kann der Spieler aber verschiedene Extras für 80 Cent bis 1,50 Euro kaufen, so etwa Extrazüge, zusätzliche Leben, den „Süßigkeitenhammer“ oder „Farbbomben“.

„Eine wichtige Komponente unseres Erfolgs ist die Art und Weise, wie wir unsere Spieler behandeln. Statt ein aggressives Zahlungsmodell zu führen, bemühen wir uns darum, dass die Spieler zurückkommen wollen. Sobald die Spieler an einem Spiel ‚müde‘ werden, schaffen wir es oft, sie weiter zu anderen Spielen unseres Netzwerkes durchzuschleusen“, so Sebastian Knutsson.

Er führt aus: „Alle unsere Spiele werden zunächst als einfache Webversionen auf king.com herausgegeben. Die Spiele, die dort erfolgreich werden, entwickeln wir zu einem Sagaspiele weiter, mit einer Story, besserer Grafik und sozialen Faktoren“.





*Massenphänomen: Millionen Spieler weltweit ...*



*... geben Geld aus für Spiele ...*



*... die in Schweden entwickelt wurden.*

## Fakten über die führenden schwedischen Spielentwickler

- **Mojang** | Umsatz: 167 Millionen Euro (2012). 23 Mitarbeiter. Inhaber ist der Gründer Markus Persson.
- **Dice** | Umsatz: 60 Milliarden Euro \*. 323 Mitarbeiter. Gehört dem amerikanischen Verlag Electronic Arts.
- **King** | Umsatz: 28 Milliarden Euro \*\*. 500 Mitarbeiter. Gehört den fünf Gründern sowie den Investmentgesellschaften Apex Partners und Index Ventures.
- **Stardoll** | Umsatz: 23 Milliarden Euro (2012). 138 Mitarbeiter. Gehört den Investmentgesellschaften Index Ventures und Sequoia sowie einigen Mitarbeitern.
- **Paradox Interactive** | Umsatz: 16 Milliarden Euro (2012). 62 Mitarbeiter. Gehört dem geschäftsführenden Direktor Fredrik Westler.
- **Massive** | Umsatz: 15 Milliarden Euro \*. 207 Mitarbeiter. Gehört dem französischen Verlag Ubisoft.
- **Avalanche Studios** | Umsatz: 14 Milliarden Euro \*. 129 Mitarbeiter. Gehört Christoffer Sundberg, Linus Blomberg und Victor Blomberg.

\* Geschäftsjahre nicht gleich Kalenderjahre. Dice 2011/4-2012/3. Massive 2011/4-2012/3. Avalanche 2011/5-2012/4.

\*\* Ziffern aus dem Jahr 2011. King ist jetzt in England registriert und gibt auf Grund der Konkurrenz die Umsatzzahlen nicht heraus. Die Branchenorganisation Dataspelebranschen stellt aber Vermutungen an, dass King in den letzten Monaten Mojang im Umsatz überholt hat.

Quelle: Dagens Industri

# Wegbereiter für neue Ideen aus Schweden

Dass Schweden in bemerkenswerter Innovationsfreude immer wieder neue Produktideen entwickeln, besonders im IT-Bereich, hat sich wohl herumgesprochen. Doch vom Produktstart in Schweden bis zur Etablierung auch auf dem deutschen Markt ist es oft ein hartes Stück Arbeit.

Da ist es interessant zu wissen, dass es auch dafür echte Spezialisten gibt: *Brandinavia* ist eine Agentur, die auf die Markteinführung und Positionierung von nordischen Marken oder Projekten aus der Kreativwirtschaft und der Lifestyle-Branche spezialisiert ist. Ein Schwerpunkt sind hierbei Startups mit innovativen Social-Media-Services. Der Gründer Niklas Mascher siedelte 1972 mit 6 Jahren von dem idyllischen Örtchen Mariefred/Schloss Gripsholm mit seiner Familie nach West-Berlin um. Er ist studierter Diplom-Kaufwirt, erfahrener Sales- und Eventmanager und passionierter professioneller Musiker mit einem großen Familien- und Freundesnetzwerk in ganz Europa und den USA.



Niklas Mascher

Schon in frühen Jahren lag sein Hauptinteresse darin, sich mit verschiedenen Kulturen und Sprachen zu befassen. Im Wirtschaftstudium konzentrierte er sich auf das Thema Kultur als Wirtschaftsgut und erlernte dabei seine fünfte Sprache. Nach über 15 Jahren Erfahrungen als internationaler Vertriebs- und Marketingfachmann im Online-Musikgeschäft und im Bereich innovativer Messsysteme für die Forschung gründete er 2011 die Agentur Brandinavia.

„Nachdem ich jahrelang sowohl Freunden aus dem Norden als auch kommerziellen Projekten wie Filmen, Künstlern, DJ's und verschiedenen jungen Firmen Tipps und praktische Hilfe gab, um in Berlin Fuß zu fassen, lag es nahe, mein sehr gutes Netzwerk in der Berliner Kultur- und Musikszene sowie meine Begeisterung für neue Technologien und das Netzwerken geschäftlich zu nutzen“, erzählt Mascher. Aktuell betreut Brandinavia zwei schwedische Start-ups aus der Technologie- und Kulturbranche sowie etliche Kultur- und Kunstprojekte.



*Tunaspot.com* ist ein orts- und aktivitätsfokussierter Service, um Musik zu entdecken. Die smarte Anwendung ermöglicht den Anwendern, Musikinhalte die einen Bezug zum jeweiligen Aufenthaltsort haben, zu entdecken und zu teilen. Da die enorme Auswahl an Musikinhalten von Musikprovidern wie Spotify, Soundcloud, iTunes etc. die Nutzer mittlerweile überfordert, werden sogenannte Musik-Discovery-Services immer mehr nachgefragt. Genau diesen Service liefert das mehrfach preisgekrönte Start-up Tunaspot. Genauer: Die Möglichkeit, Musik und Textinhalte bestimmten Orten und Aktivitäten auf einer interaktiven Karte zuzuordnen und diese zu empfehlen. Ein Highlight dabei ist, dass Inhalte so programmiert werden können, dass diese nur dann zugänglich sind, wenn man sich an einem bestimmten Ort aufhält. Das Mobiltelefon erkennt mittels der Einbindung des viel genutzten Geoservices Foursquare, wo sich der Nutzer gerade befindet. Der schwedische Musikservice Spotify z.B. bietet seinen Abonnenten mittlerweile über 24 Millionen Songs an. Tunaspot ist auch als App in Spotify eingebunden und schlägt dem Nutzer vor, welche Musik am besten zu bestimmten Aktivitäten oder Orten wie dem Fitnessstudio, dem Strand in Spanien oder beim Joggen über die Brooklyn Bridge passt. Auch kommerzielle Einrichtungen wie Cafés, Clubs oder Mode-Outlets können ihre Lokale auf der interaktiven Karte mit „gebrandeten“ Musikinhalten versehen. Brandinavia hat über sein großes Netzwerk für Tunaspot den für die erste Startphase wichtigen sogenannten Seed Investor vermittelt und ist grade auf der Suche nach einem weiteren Investor für die nächste Phase, in Fachkreisen A-Round genannt.

Ebenso betreut Brandinavia das schwedische Start-up *Mazily.com*, eine smarte social media basierte Datingplattform, die Datingmöglichkeiten mit lokalen öffentlichen Kulturevents in den Ballungszentren synchronisiert. Die Mitglieder erschaffen selber durch ihre Profile und Eventvorschläge eine schnell wachsende Datenbank an Events und Userprofilen, so dass man auch über eine Freitextsuche sowohl nach passenden möglichen zukünftigen Partnern als auch nach Events suchen kann. Es gibt verschiedene wählbare Grade von Anonymität im System, so dass jeder Teilnehmer wählen kann, ob und wie er oder sie sich als Single outet. Dating vor oder während eines Events schafft eine wesentlich lockerere Atmosphäre und eine gewisse Leichtigkeit. Neben der beratenden Funktion ist Brandinavia auch verantwortlich für die Investorensuche.



# Beratung ist keine Frage der Größe

Kann die Beauftragung eines Unternehmensberaters für kleine und mittlere Unternehmen sinnvoll sein?

Hört der Inhaber oder Geschäftsführer eines Unternehmens „Unternehmensberatung“, denkt er möglicherweise an Frauen und Männer „in Grau“, die in sein Unternehmen einfallen, ggf. für Unruhe bei den Mitarbeitern sorgen und oftmals nur empfehlen, Kosten, insbesondere Personalkosten, zu senken. Unternehmensberatung für kleine und mittlere Unternehmen sollte jedoch mehr sein. Damit meine ich nicht eine Spezialberatung, bspw. im Bereich Marketing oder Technik/IT, sondern die klassische Beratung in den Bereichen Unternehmensstruktur und Finanzierung.

Der gute Unternehmensberater kann einen Unternehmer von der Wiege bis zur Bahre begleiten. Die Beratung beginnt mit der Existenzgründung und endet bei der Sanierung/Insolvenzvermeidung oder der Nachfolgeplanung.

Um aus einer guten Idee ein erfolgreiches Geschäft zu machen, bedarf es eines professionellen Businessplans. Ein solcher stellt die Idee sprachlich und grafisch dar und bildet sie in konkreten Zahlen ab. Ein guter Businessplan erhöht die Chancen, eine Finanzierung durch Investoren oder Kreditinstitute zu erlangen. Der Unternehmensberater analysiert die Plandaten, prüft die Rentabilität und erstellt bei positivem Ergebnis einen Businessplan. Er ermittelt den Kapitalbedarf und erarbeitet ein Finanzierungskonzept, stellt im Idealfall direkt Kontakt zu New-Business-Finanzierern her.

Wird der Berater in ein bestehendes Unternehmen gerufen, erhält er regelmäßig den Auftrag, zu prüfen, ob die Potenziale des Unternehmens voll ausgeschöpft werden oder ob strategische oder strukturelle Veränderungen möglicherweise zu Umsatz-, Rendite- oder Gewinnsteigerungen führen können. Gemeinsam mit dem Unternehmer werden erforderliche Veränderungen in den Bereichen der Unternehmensführung, Unternehmensfinanzierung und strategischer Ausrichtung festgelegt. Oft begleitet der Berater den Umsetzungsprozess.

Läuft es in einem Unternehmen nicht so gut, können erfahrene Sanierungsberater helfen, kurzfristige Finanzierungsprobleme zu lösen etwa durch die Verhandlung von Vergleichen mit Gläubigern oder die Vermittlung von Liquiditätshilfedarlehen. Ist das kurzfristige Problem gelöst, hilft der Berater, die Ertragslage des Unternehmens zu verbessern. Es werden die Erfolgspotenziale des Unternehmens, Kernkompetenzen, Wettbewerbsposition, Potenzial der Produkte oder erforderliche Innovationen geprüft.

Denkt ein Unternehmer an den Ruhestand, kann der Unternehmensberater bei der Nachfolgeplanung helfen. Soll bzw. kann das Unternehmen verkauft werden? Gibt es familiäre oder unternehmensinterne Nachfolger? Wichtig ist in diesem Zusammenhang insbesondere die richtige Verkaufsstrategie. Der Unternehmensberater kann für den Verkaufsprozess eine Dokumentation erstellen, Käufer ansprechen und deren wirtschaftliche Situation analysieren, ggf. Vorgespräche anonym führen.

Ein guter Unternehmensberater soll mithin neben Steuerberater und Rechtsanwalt ein professioneller Sparringspartner für den Unternehmer sein, der in vielen Situationen in Anspruch genommen werden kann.



*Dr. Simon Reutershan  
Steuerberater und Rechtsanwalt  
Deltax Wirtschafts- und Steuer-  
beratungsgesellschaft mbH  
Rösrather Straße 759  
51107 Köln  
Telefon: 0221-899050  
E-Mail: reutershan@deltax.de*



# btu beraterpartner Gruppe – Wirtschaftsprüfung, Steuerberatung, Rechtsberatung

Die btu beraterpartner Gruppe in Oberursel bei Frankfurt am Main erbringt seit vielen Jahren Dienstleistungen auf den Gebieten der Steuer- und Rechtsberatung und der Wirtschaftsprüfung an nationale und internationale Unternehmen verschiedenster Branchen, Rechtsformen und Größen. Mit 60 Mitarbeitern, davon 15 Berufsträgern, ist professionelle, zuverlässige und kompetente Beratung aus einer Hand gewährleistet. Die internationale Ausrichtung der Gesellschaft wird dabei dadurch unterstrichen, dass Beratung nicht nur in deutscher und englischer Sprache angeboten wird, sondern auch in Russisch, Türkisch und Dänisch. Diese Vielfalt wurde Anfang 2013 durch Brigitte Ellerbeck ergänzt, die Mandanten in schwedischer Sprache in allen steuerlichen und bilanziellen Fragen beraten kann. Die Wirtschaftsprüferin und Steuerberaterin war mehr als 20 Jahre in der internationalen Steuerabteilung von PwC in Frankfurt tätig, davon 10 Jahre als Partnerin. Sie betreut Mandanten aus verschiedensten Ländern mit einem Schwerpunkt auf deutsche Tochtergesellschaften schwedischer Unternehmen. Die Beratung umfasst alle denkbaren Fragestellungen von der Gründung oder dem Kauf einer Gesellschaft in Deutschland über die laufende steuerliche Betreuung bis zu Fragen bei konzerninternen Verrechnungspreisen oder Umstrukturierungen.

Brigitte Ellerbecks Interesse an Schweden entstand bereits in der frühen Jugend. Die schwedische Sprache lernte sie dann

bei einem einjährigen Au-Pair-Aufenthalt in Stockholm. Seit dieser Zeit hat sie die Sprachkenntnisse und die Kontakte mit Schweden und der schwedischen Geschäftskultur kontinuierlich gepflegt. Sie ist seit langem Mitglied der Schwedischen Handelskammer und besucht regelmäßig die Veranstaltungen der Regionalgruppe Rhein-Main, des Schwedischen Kirchenvereins in Frankfurt und von SNS. „Die pragmatische Herangehensweise der Schweden, die nicht an seitenlangen Gutachten interessiert sind, sondern an Lösungen, kommt mir sehr entgegen.“ sagt Brigitte Ellerbeck, die viel Freude daran hat, zwischen den unterschiedlichen Geschäftskulturen zu vermitteln.

[www.btu-beraterpartner.com](http://www.btu-beraterpartner.com)

[www.btu-beraterpartner.se](http://www.btu-beraterpartner.se)



# Lizenz zum Steuern zahlen



Wenn Technologien, Patente, Know-how, Markenzeichen oder andere immaterielle Werte genutzt werden, sind dafür oft Lizenzgebühren zu zahlen. Vor allem, wenn die Zahlungen aus Deutschland an einen ausländischen Lizenzgeber gehen, sind besondere steuerliche Regeln zu beachten.

Deutsche Unternehmen müssen nämlich eine Abzugsteuer von 15,825 % von der Lizenzzahlung an den ausländischen Lizenzgeber einbehalten und an das Finanzamt abführen. Wird dies unterlassen, wird oft ein Ordnungswidrigkeitsverfahren gegen die Geschäftsführer eröffnet, was zu erheblichen Bußgeldern und zum Ausschluss des Unternehmens von öffentlichen Ausschreibungen führen kann. Seit 2008 sind Lizenzaufwendungen in der Gewerbesteuererklärung gesondert anzugeben, weil sie für Gewerbesteuerzwecke nicht mehr voll abzugsfähig sind. Seitdem fragen die Finanzämter oft nach, ob Lizenzzahlungen ins Ausland geflossen sind und ob die Abzugsteuer gezahlt wurde. In vielen Fällen kann aber die Abzugsteuer auf einen niedrigeren Prozentsatz oder sogar auf Null reduziert werden. Dazu lohnt sich ein Blick in das Doppelbesteuerungsabkommen zwischen Deutschland und dem jeweiligen Land des Lizenzgebers. Außerdem muss unter bestimmten Umständen bei Zahlungen zwischen Konzernunternehmen in zwei EU-Staaten keine Abzugsteuer einbehalten werden. Für all diese Vergünstigungen muss aber der ausländische Lizenzgeber – oft mit Unterstützung des deutschen Lizenznehmers – einen Antrag beim Bundeszentralamt für Steuern stellen. Erst wenn diesem Antrag stattgegeben worden ist, darf das deutsche Unternehmen auf den Steuererhalt teilweise oder ganz verzichten. Und selbst in diesem Fall muss vierteljährlich eine Steueranmeldung an das Finanzamt abgegeben werden.

Wurde die volle Abzugsteuer einbehalten, liegt aber ein Grund für eine Ermäßigung vor, kann der ausländische Lizenzgeber innerhalb einer Frist von vier Jahren beim Bundeszentralamt für Steuern die Erstattung der Differenz beantragen.

Bei Lizenzzahlungen innerhalb eines Konzerns ist außerdem wie bei allen Transaktionen zwischen verbundenen Unternehmen darauf zu achten, dass die Verhältnisse wie unter fremden Dritten gestaltet sind. Es muss also ein entsprechender Vertrag im Voraus schriftlich geschlossen werden und das Unternehmen muss beweisen können, dass die Berechnung der Lizenzvergütung marktüblich ist. Anderenfalls besteht das Risiko, dass das Finanzamt einen Teil der Aufwendungen nicht als abzugsfähig anerkennt. Die Dokumentation der Verrechnungspreise im Konzern sollte sorgfältig und rechtzeitig erstellt werden, weil die Finanzbehörden in beiden Ländern sie kurzfristig anfordern können (in Deutschland gibt es z. B. eine Frist von 60 Tagen).



*Brigitte Ellerbeck  
Wirtschaftsprüferin/Steuerberaterin  
btu beraterpartner GmbH  
brigitte.ellerbeck@btu-beraterpartner.com  
www.btu-beraterpartner.com  
oder www.btu-beraterpartner.se*

## Spielzeugwerbung in Schweden

# Rosa Jungs und blaue Mädels

Von Suzanne Forsström

Jungen im blauen Spiderman-Kostüm mit Pistole in der Hand und Mädchen im rosa Prinzessinnenkleid mit Puppe im Arm gelten in Schweden nicht mehr als politisch korrekt.

Eine der größten Spielzeugfirmen in Schweden, das amerikanische Unternehmen Toys „R“ US, hat diese stereotypen Rollenbilder aus seinem Spielzeugkatalog verbannt. Jetzt füttern Jungen Puppen, fönen ihnen die Haare und kochen am Spielzeugherd. Mädchen fahren Traktor und schießen mit Wasser- und Laserpistolen. Stein des Anstoßes war die Beschwerde einer Klasse von 12-jährigen Schülern beim obersten schwedischen Werbewächter, dem Reklamombudsmannen (RO). Der Spielzeugkatalog weise eine Geschlechter-Diskriminierung auf. Die Mädchen sind nur in passiver Pose mit Spielzeug, die mit Haushalt und Schönheit zu tun haben, abgebildet, während die Jungen voll in Aktion mit Waffen und technischem Werkzeug zu sehen sind. Der RO gab ihnen Recht. Es läge eine einseitige und überholte Darstellung von Rollenbildern vor, die beide Geschlechter diskriminiere.

## Geschlechtsneutrale Erziehung

Laut dem Global Gender Gap Report, der weltweit die Gleichstellung der Geschlechter analysiert, belegt Schweden einen der vordersten Plätze. Die Geschlechter-Gleichstellung ist ein Eckpfeiler der schwedischen Gesellschaft. So sind zum Beispiel von den derzeitigen 24 Regierungsmitgliedern dreizehn weiblich. Da das Prinzip der Gleichstellung von Mann und Frau bereits im Kindergarten und in der Schule großgeschrieben wird, betont der Lehrplan die geschlechtsneutrale Erziehung. Sowohl Jungen als auch Mädchen haben daher Kinderpflege, Hauswirtschaftskunde und Technik auf ihrem Stundenplan. Auch in der schwedischen Kinderliteratur wird dem Gleichstellungsgedanken Rechnung getragen. „Unerschrockene Mädchen und sanfte Jungs“ hieß einst eine Ausstellung, die von der schwedischen Botschaft in Berlin mitorganisiert wurde. Da gibt es zum Beispiel die starke und selbstständige „Pippi Langstrumpf“, den „Paul“, der sich mehr für Puppen als für Fußball interessiert und „Willi Wiberg“, der lieber mit seiner Freundin spielt, als sich mit



anderen Jungs zu prügeln. Alle zeigen, wie wichtig es ist, so zu sein, wie man ist – ohne festgelegte Muster. Auch die schwedische Debatte, das geschlechtsneutrale Pronomen „hen“ für han (er) und hon (sie) einzuführen, zeugt davon, welche Bedeutung die Schweden dem Gender Mainstreaming, der Gleichstellung der Geschlechter in allen gesellschaftlichen Bereichen, beimessen.

Dennoch schenken nach wie vor auch schwedische Mütter ihren Töchtern kein Spielzeugauto, obwohl sie selber einen Führerschein haben und Auto fahren. Ein Junge bekommt auch keine Küche oder einen Puppenwagen geschenkt, obwohl der Vater nicht nur während des gesetzlich verankerten Vaterschaftsurlaubs (pappa-ledigheten) schon längst kocht, wäscht und bügelt. Das Ganze wiegt umso schwerer, wenn man bedenkt, dass Rollenbilder schon im frühen Kindesalter geprägt werden. Die stereotype Rollenverteilung in der Werbung nehmen die Kinder Untersuchungen zufolge sehr wohl wahr.

### Geschlechtsneutrales Spielzeug

„Die Debatte um die diskriminierende Geschlechtertrennung in der Spielzeugwerbung wurde in Schweden so stark, dass wir gezwungen waren, unsere Kataloge anzupassen“, erklärt Jan Nyberg, Verkaufsleiter bei Toys „R“ US, „wir möchten zeitgemäß sein, daher sollen unsere Kataloge widerspiegeln, wie die Kinder heutzutage spielen.“ Das Unternehmen ließ seine Mitarbeiter vom RO auf einen geschlechtsneutralen Verkauf hin schulen. So solle im Kundengespräch auf Stereotypen verzichtet werden. Verkäufer fragen nicht mehr nach dem Geschlecht eines Kindes, sondern nach seinen Interessen. Spielzeug für Kinder und nicht mehr für Jungen bzw. Mädchen ist das Ziel. Es ist auch geplant, die Einrichtung in den Spielzeuggläden zu verändern.

Die Puppenabteilungen sollen einer geschlechtsneutralen Aufteilung nach Interessen weichen. Elisabeth Trotzig von RO ist zuversichtlich, dass andere Unternehmen nachziehen werden, „die Resonanz bei den Kunden ist positiv“. Sie ist froh, dass sich hier endlich was getan hat. Denn die Verbannung der Rollenklischees ist nicht von heute auf morgen geschehen. Zaghafte Versuche waren auf Druck des Reklamombudsmannen bereits vor ein paar Jahren von der schwedischen Spielzeugfirma „Leklust“ unternommen worden. Das rosafarbene T-Shirt eines Mädchens wurde damals im Katalog vorsichtig durch ein hellblaues ersetzt. Ein Junge schob zwar einen rosa Puppenwagen vor sich her, hatte aber immer noch einen Spiderman-Anzug an. Blättert man die neuen Kataloge aber genauer durch, sind doch noch einige Stereotypen erkennbar – so spielt ein Mädchen auf einem pinkfarbenen Keyboard, der Junge auf einem schwarz-roten. Ein Lego-Baukasten für Mädchen ist mit lila und pinkfarbenen Bausteinen ausgestattet, für Jungen dagegen mit blauen und roten. Es wird noch einige Zeit dauern, bis das Vorurteil, dass die Mädchen ein Puppen-Gen und die Jungen ein Technik-Gen haben, aus den Köpfen verschwunden ist. „Schweden ist der erste Markt auf dem wir weitgehend eine geschlechtsneutrale Werbung umsetzen, andere skandinavische Länder und der deutsche Markt werden folgen“ sagt Jan Nyberg. Wie sich die Angelegenheit auf das künftige Rollenbild auswirkt, bleibt abzuwarten. Da der Toys-Konzern weltweit über 1500 Filialen besitzt und Millionen Kataloge vertreibt, steht die Chance, dass Mädchen vielleicht künftig eine Ritterburg und Jungen ein Puppenhaus auf ihre Wunschliste setzen, nicht schlecht.

*Suzanne Forsström ist Schwedin und als interkulturelle Trainerin, Journalistin und Übersetzerin tätig. Medienkommunikation und Cross-Cultural Marketing sind Teil ihres interkulturellen Trainings. [www.suzanne-forsstroem.de](http://www.suzanne-forsstroem.de)*





**SCHWEDISCHER  
UNTERNEHMENSPREIS**  
IN DEUTSCHLAND

## Schwedischer Unternehmenspreis 2013



Am 7. November wurde der Schwedische Unternehmenspreis 2013 im Swissôtel Dresden Am Schloss zum 11. Mal in drei Kategorien verliehen. Die glücklichen Gewinner, Gäste und Veranstalter schauen auf einen Tag voller Inspiration, interessanter Themen, Kontakte und Gespräche zurück und freuen sich auf ein Wiedersehen in Berlin 2014.

Der Tag stand ganz im Zeichen erfolgreichen schwedischen Unternehmertums in Deutschland. Das von Business Sweden organisierte Tagesprogramm war der Frage gewidmet, wie Deutschland und Schweden mit flexiblen Energiespeicherlösungen und Energieeffizienz den energiepolitischen Herausforderungen begegnen.

Am Abend folgte der festliche Teil mit dem Galadinner und der feierlichen Verleihung des Schwedischen Unternehmenspreises 2013, moderiert von Mats Hultberg. Nach den Begrüßungsworten des schwedischen Botschafters, Staffan Carlsson, und des Präsidenten der Handelskammer, Thomas Ryberg, lud der

sächsische Staatsminister der Finanzen, Prof. Dr. Georg Unland, in einer interessanten Ansprache zu noch mehr schwedischem Engagement in Sachsen ein. Einen weiten historischen Bogen spannte dann Dr. Leif Östling, Vorstandsmitglied der Volkswagen AG, in seiner Festrede, die auch eine sehr persönliche Note trug.

Der Höhepunkt des Abends war die Verleihung des Schwedischen Unternehmenspreises in drei Kategorien. Ausgezeichnet wurden NCC Deutschland in der Kategorie Großunternehmen, Diaverum in der Kategorie mittelständische Unternehmen und Scandic Hotels Deutschland in der Kategorie Newcomer auf dem deutschen Markt. Der glanzvolle Abend klang dann mit viel Spaß und guten Getränken aus.

Eine ausführliche Dokumentation des Tages lesen Sie in unserer Sonderausgabe im Januar.





## Wechsel bei der Regionalgruppe Stuttgart



Nach fast 20 Jahren als Regionalgruppenvertreterin der Handelskammer in Stuttgart wurde Ingrid Nittnaus-Weis am 21. November beim letzten „Svenska Salongen“ des Jahres verabschiedet. Hans Jannö und Dr. Claudius Werwig – die die Regionalgruppe jetzt weiterführen werden – dankten Ingrid zusammen mit Thomas Ryberg und Mats Hultberg für ihre engagierte Arbeit mit Blumen und Geschenken. Ingrid berichtete über die ereignisreiche Geschichte der Regionalgruppe und den „Svenska Salongen“.

*Foto: Hans Jannö, Dr. Claudius Werwig, Ingrid Nittnaus-Weis, Mats Hultberg und Thomas Ryberg beim „Svenska Salongen“.*

## Regionalgruppe besichtigt EZB-Neubau



Die Regionalgruppe Rhein-Main kam in den Genuss einer sehr exklusiven Führung des Neubaus der Europäischen Zentralbank auf dem Gelände der ehemaligen Großmarkthalle in

Frankfurt am Main. Die Teilnehmer waren durchweg begeistert. Es war ein sehr erhabenes Gefühl, in den unter Denkmalschutz stehenden Hallenbau einzutreten und dann auch noch den sagenhaften Ausblick aus Mario Draghis Büro ganz oben im Doppelturm zu genießen. So leicht wird man nie wieder in das Büro des Präsidenten der Europäischen Zentralbank kommen.

Ganz nebenbei wurden Einblicke gewährt in gestalterische Details wie den Wasserfall und das „Krokodil“ sowie in technische Feinheiten vom batterielosen Funk-Lichtschalter bis hin zur Gaslöschanlage im Herzen der Technik, das die europäische Wirt-

schaft zukünftig am Laufen halten wird. Abschließend wurden noch das zukünftige Gästerestaurant, der Pressekonferenzraum und die Tiefgarage einschließlich des VIP-Bereichs in Augenschein genommen. Unsere Repräsentanten durften während der über zweistündigen Führung an fast jeden Ort der Baustelle vordringen. Das war keine Selbstverständlichkeit: Normalerweise sehen Besucher das Gebäude nur von außen und werden bei Führungen gar nicht hineingelassen.



## VERANSTALTUNGEN IN DEN REGIONEN

### Dezember 2013

- 13.12. JCC Berlin: Lucia Weihnachtsmarkt, Berlin
- 13.12. Regionalgruppe Rhein-Main: Lucia-Zug, Frankfurt
- 13.12. Regionalgruppe Berlin: Lucia-Feier, Berlin

*SAVE THE DATES!*

### Januar 2014

- 09.01. JCC Berlin: Bowling, Berlin
- 14.01. Regionalgruppe Rhein-Ruhr: Besuch der Ausstellung „Sweden at its best“, Essen
- 21.01. Regionalgruppe Nord: Business Lunch mit SveTys: Führung von der Zukunft her – Nachhaltige Strategie-Entwicklung und interkulturelles Potenzial im Einklang, Hamburg
- 29.01. Regionalgruppe Rhein-Ruhr in Kooperation mit Sandvik: Ausblick 2014, Düsseldorf

### Februar 2014

- 26.02. JCC Berlin: Neujahrsempfang der Juniorenorganisationen, Berlin

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

# Whisky-Tasting mit Mackmyra bei LKAB in Essen



Ende November kam auch die Regionalgruppe Rhein-Ruhr in den Genuss der schwedischen Whiskys von Mackmyra. Unsere Mitgliedsunternehmen LKAB Schweden-

erz GmbH und Mackmyra Swedish Whisky GmbH haben sich zusammengetan und gemeinsam mit der Regionalgruppe Rhein-Ruhr in die Villa Schwedenerz von LKAB im Essener Süden eingeladen. So bekam das Tasting von Mackmyra einen stilvollen Rahmen. Göran Ottosson, Geschäftsführer von LKAB in Deutschland, gab einen kurzen Einblick in das Unternehmen,

die unterschiedlichen Geschäftsbereiche und die Roheisen-erzeugung. Von dem Erz und den Gruben in Kiruna ging die mentale Reise für die Anwesenden weiter in die Grube nach Bodås, wo Whisky-Fässer von Mackmyra gelagert und besucht werden können. Angela Pulejo, Area Sales Manager von Mackmyra in Deutschland, erzählte von der Unternehmensgründung bzw. von acht Freunden und deren Idee, schwedischen Whisky herzustellen, von der Produktion mit heimischen Rohwaren, den verschiedenen Lagermöglichkeiten in den Schären, auf Schlössern und Höfen usw. und dem berühmt-berüchtigten Angels' Share. Die Verkostung diverser Whiskys, u. a. Den Första Utgåvan und Brukswhisky, und die vielen Details von Frau Pulejo zu den leckeren Tropfen sorgten für einen kurzweiligen und sehr unterhaltsamen Abend.

## „E-Business – Wie eine Technologie die Märkte verändert“

Gemeinsamer Executive Circle von der Schwedischen Handelskammer und Mercuri Urval Düsseldorf

Kauft man seinen neuen Laptop im Fachmarkt oder im Webshop? Seine neue Jeans zu den Öffnungszeiten im Einkaufszentrum oder jederzeit im Internet-Shop? Sogar beim Kauf eines neuen Autos stellt sich zukünftig die Frage, ob man zwangsweise noch den Weg zum Händler finden muss.

Die von der Schwedischen Handelskammer Regionalgruppe Rhein-Ruhr und Mercuri Urval organisierte Veranstaltung „E-Business – Wie eine Technologie die Märkte verändert“ hatte sich zum Ziel gesetzt, tiefere Einblicke in eine Technologie zu ermöglichen, die die Verkaufsprozesse fast aller Branchen in den letzten 20 Jahren revolutionär verändert hat und die sich, nach der Meinung nahezu aller Experten, auch zukünftig innovativ weiter entwickeln und auch die Märkte weiter beeinflussen und verändern wird.

Zu dem Thema waren zwei praxisnahe Referenten eingeladen: Dr. Thomas Dmoch, Principal Consultant bei NTT Data in München, zeigte auf, wie sich der Verkauf im Automobilmarkt durch den Einfluss des Internethandels in den letzten Jahren gewandelt hat. Vom reinen Händlermonopol bis hin zu der Möglichkeit, sein Auto im Internet zu bestellen und sogar zu bezahlen, setzt die Automobilindustrie, wie schon so oft in der Vergangenheit, Trends, die damit für viele, wenn nicht fast alle Produktgruppen, interessant sind. Einen sehr umfangreichen Ein- und Ausblick über die Technik, die mit den vielfältigen e-Business-Ideen auch praktisch mitkommen können muss, gab Markus Solmsdorff, Geschäftsführer der Expercash GmbH – MasterCard Gruppe. Hinsichtlich neuer Bezahlmöglichkeiten, diverse neuer Online-

währungen wie Google Wallet und natürlich der Weiterentwicklung der Sicherheitsstandards wird uns alle in Zukunft wohl viel Neues erwarten. Die Verbraucher können sich darauf freuen, zukünftig wohl bei fast allen denkbaren täglichen Gebrauchsgegenständen wie auch bei größeren Anschaffungen, die Wahl zu haben, ob sie nun ins Geschäft oder ins Internet gehen wollen. Den beiden Vorträgen folgte noch eine sehr anregende und lebhaft Diskussionsrunde mit allen Teilnehmern, die einen guten Ausklang zu dieser gelungenen Veranstaltung bildete.



# „Vom Wissen der Schwedischen Handelskammer profitieren“

Elisa Saarinen, Geschäftsführerin Svenska Handelsbanken Deutschland



*Svenska Handelsbanken unterstützt als Fördermitglied die Arbeit der Schwedischen Handelskammer in Deutschland. Was sehen Sie als die wichtigsten Aufgaben der Kammer an?*

Mit Blick auf den Ursprung in 1871 und die Wurzeln von Svenska Handelsbanken in Skandinavien – und unsere mittlerweile

mehr als 40-jährige Arbeit in Deutschland – schätzen wir die bereits längjährige erfolgreiche Aktivität der Schwedischen Handelskammer in Deutschland sehr. Wir sind ihr bereits viele Jahre als Mitglied eng verbunden und begrüßen alle Bemühungen, die zu einer weiteren Intensivierung und Verbesserung der traditionell sehr engen und guten deutsch-schwedischen Wirtschaftsbeziehungen führen. Aber auch den Ausbau der über die langjährige erfolgreiche Arbeit etablierten Netzwerke für schwedische Unternehmen auf dem deutschen Markt sehen wir als eine der wichtigen zukünftigen Aufgaben der Kammer an. Darüber hinaus sind ebenfalls das über Jahre gewachsene Wissen und die Kenntnisse zu unterschiedlichsten Branchen und Sektoren in Deutschland sehr wertvolle Hilfestellungen. Davon profitierte unsere Bank selbst mehrfach und hieran möchten wir auch in Zukunft gerne teilhaben.

*Was bedeuten die schwedischen Wurzeln für die Arbeit von Svenska Handelsbanken in Deutschland und für die Firmenkultur?*

So vertraut Handelsbanken Deutschland als Land an sich und die damit einhergehenden gesellschaftlichen Rahmenbedingungen, kulturellen Gegebenheiten und die geschäftliche Praxis aus unserer langjährigen Tätigkeit bereits sind, so sehen wir andererseits auch Unterschiede zu schwedischen Vorgehensweisen und lernen in der täglichen Zusammenarbeit und dem Miteinander hinzu.

Svenska Handelsbanken hat eine starke und integrative Unternehmenskultur. Dabei wissen wir aus eigener Erfahrung sehr gut, dass Änderungen und ein manchmal auch notwendiger und erzwungener Wandel der Unternehmenskultur keine einfache Thematik ist. So geschehen in 1972, als wir die Form der Dezentralisierung in unserem Hause etablierten, welche bis heute sehr erfolgreich von allen Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen in der gesamten Bank gelebt wird. Hier sehen wir einen maßgeblichen Unterschied zu deutschen Banken, die einen stärker zentralisierten Ansatz in der Unternehmensführung pflegen.

Der Strukturwandel in unserer Bank ging damals auch mit einem Kulturwandel einher.

Wir entwickeln uns seit vielen Jahren auf unsere „schwedische Weise“ über die Kreativität, Flexibilität und eine hohe Motivation unserer Mitarbeiter, die selbständig die erforderlichen Entscheidungen treffen. Dies setzt ein hohes Vertrauen in jeden Beschäftigten über alle Hierarchiestufen unserer Bank voraus. Unsere Erfahrung ist, dass wir über diesen Weg die besten langfristigen Erfolge erzielen. Die jährlichen Erfahrungen zu Kundenzufriedenheit und Profitabilität bestätigen dies.

*Empfehlen Sie jungen Mitarbeitern, in den Junior Chamber Club einzutreten?*

Unbedingt. Der Junior Chamber Club, der das Ziel hat, junge Mitglieder stärker miteinander zu vernetzen und den Zugang zu dem langjährig gewachsenen Kontaktnetz der Schwedischen Handelskammer in Deutschland zu ermöglichen, ist bereits heute ein überaus wichtiger Teil der Arbeit der Schwedischen Handelskammer.

Die erfolgreiche Arbeit der lokalen Komitees, u. a. mit organisierten Events, Vorträgen zu aktuellen Themen und Führungen in Unternehmenszentralen, ist eine gute Möglichkeit, miteinander ins Gespräch zu kommen, und belegt dies sehr eindrucksvoll. Ich sehe hierin auch einen sehr wichtigen Teil der Kommunikation zwischen den Netzwerken und Generationen. Dennoch könnten wir viel mehr tun und noch systematischer unseren jungen Mitarbeitern eine Mitgliedschaft empfehlen.

*Was wünschen Sie der Kammer für die nächsten zehn Jahre?*

Ich wünsche der Schwedischen Handelskammer in Deutschland weiterhin viel Erfolg für die Umsetzung der Pläne und Ziele der kommenden Jahre. Unsere Bank wird dies wie bisher sehr gerne unterstützen und auch aufmerksam begleiten. Im Gegenzug dazu wünschen wir uns von der Handelskammer noch mehr Möglichkeiten, die schwedische Kultur zu erleben, z. B. durch die Veranstaltung traditioneller Feste, die die Handelskammer so ausgezeichnet organisiert.

## Modernes Banking – traditionelle Werte

Svenska Handelsbanken wurde 1871 gegründet und gehört heute zu den führenden Geldinstituten Nordeuropas. Svenska Handelsbanken ist seit vielen Jahren die europäische Universalbank mit der besten Kosteneffizienz. Der Swedish Quality Index 2013 attestierte ihr eine überdurchschnittliche Kundenzufriedenheit. Svenska Handelsbanken operiert aus Überzeugung dezentral und ist in Deutschland mit Filialen in Düsseldorf, Essen, Frankfurt, Hamburg, Mannheim, München und Stuttgart vertreten. Weltweit hat die Svenska Handelsbankien 11.825 Mitarbeiter.  
[www.handelsbanken.de](http://www.handelsbanken.de)



### Fördermitglieder



Svenska Handelsbanken



### Sponsoren der Kammer



## Nutzen Sie „Schweden aktuell“ für Ihre Kommunikation!

Die Mediadaten mit Themen und Terminen für 2014 finden Sie unter [www.schwedenkammer.de](http://www.schwedenkammer.de).

Reservieren Sie jetzt Ihre Anzeigen unter 02054-938 54 17 oder [schwedenkammer@nordis.biz](mailto:schwedenkammer@nordis.biz).

Anzeigenschluss für die Sonderausgabe zum Unternehmenspreis ist der 3.1.2014.

#### 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.flickr.com/photos/dreamhack/](http://www.flickr.com/photos/dreamhack/)

##### 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)

# Volvo macht glücklich.



Entdecken Sie bei einer Probefahrt, warum  
Volvo die zufriedensten Kunden hat.



Jetzt mit dem Volvo Ticket  
schwedisches Lebensgefühl Probe fahren.



Mit dem Volvo Ticket laden wir Sie zu einer besonderen Probefahrt ein: einfach Volvo Ticket abnehmen und bei Ihrem Volvo Partner einlösen, unter **0800 250 50 10** anrufen oder auf **[www.volvocars.de/ticket](http://www.volvocars.de/ticket)** Ihr Volvo Wunschmodell auswählen und direkt einen Termin vereinbaren.

**VOLVOCARS.DE/TICKET**

\*Die Marke Volvo erzielte in der urheberrechtlich geschützten J.D. Power and Associates 2013 Germany Vehicle Ownership Satisfaction Study<sup>SM</sup> das beste Ergebnis. Der Volvo V70/XC70 erzielte das beste Ergebnis im Segment Oberklasse. Nähere Infos finden Sie unter: [volvocars.de/kundenzufriedenheit](http://volvocars.de/kundenzufriedenheit) und [jdpower.com](http://jdpower.com).