

SCHWEDEN aktuell



**Schwedische
Handelskammer**
*in der Bundesrepublik
Deutschland*

Debattenkultur
**Die Konsens-
demokratie**



Technik
**Internet der
wirklichen Dinge**



60 Jahre Kammer
Die Nuller Jahre





LETZTE CHANCE ZUR ANMELDUNG

JUBILÄUM DER SCHWEDISCHEN HANDELSKAMMER

Erleben Sie die Gewinner des
17. Schwedischen Unternehmenspreises.

Lernen Sie wie mehr Zusammenarbeit zur deutsch-
schwedischen Innovationspartnerschaft beiträgt.

Knüpfen Sie exklusive Kontakte in Wirtschaft
und Politik.

Wir feiern das wichtigste deutsch-schwedische
Business Netzwerk - sind Sie dabei?

21. NOVEMBER 2019
TIPI AM KANZLERAMT, BERLIN

Anmeldung zum Swedish-German Business Day
und der Jubiläumsgala unter
www.schwedenkammer.de



2019, was für ein Jahr für Schweden in Deutschland!

Liebe Mitglieder und Freunde der Schwedischen Handelskammer,

Sie werden mir sicherlich zustimmen, dass 2019 bislang ein besonderes Jahr für Schweden in Deutschland war. Bei der Hannover Messe im April stand Schweden als Partnerland mit seinen Kompetenzen in den Bereichen Innovation und Industrie 4.0 im Fokus der deutschen Berichterstattung. Zudem wurde die deutsch-schwedische Innovationspartnerschaft erneuert. Auch die weltweite Klimabewegung hat 2019 rasant Fahrt aufgenommen. Dass die beeindruckende Reise dabei maßgeblich durch eine junge schwedische Schülerin ausgelöst wurde, hat ebenfalls dazu geführt, dass Schweden mit seinen vielfältig etablierten Nachhaltigkeitskonzepten in den Fokus des Interesses rückte.

Und das Jahr ist noch nicht vorbei! Am 21.11. feiert die Schwedische Handelskammer ihr 60-jähriges Bestehen in Deutschland. Sie alle sind herzlich eingeladen, tagsüber den Swedish-German Business Day zu besuchen sowie abends der traditionellen Verleihung des Schwedischen Unternehmenspreises beizuwohnen. Mit Berlin als Veranstaltungsort sind Prominenz und ein neuer Teilnehmerrekord zu erwarten.

Nach so einem besonderen Jahr 2019, was kann das Jahr 2020 bringen? Die gemeinschaftlichen Vorbereitungen der Hannover Messe haben mich eindrucksvoll gelehrt, dass wir „Schweden in Deutschland“ als „Co-Lab“ erfolgreiche Projekte auf den Weg bringen können.

Lassen Sie uns daher gemeinsam mit der Schwedischen Botschaft, Business Sweden, uns als Kammer und Ihrem einzelnen persönlichen Engagement insbesondere die Themen Innovation und Nachhaltigkeit in 2020 gestalten!

Im Namen des Präsidiums und Vorstands wünsche ich Ihnen eine interessante Lektüre und freue mich auf ein Wiedersehen am 21.11. in Berlin!

Ihr Olaf Reus

Mitglied des Präsidiums der Schwedischen Handelskammer
Mitglied der Geschäftsleitung, Ericsson GmbH



Inhalt

- 4 **5 Fragen an...** Tomas Lundin
- 5 **Heiter bis schwedisch, Kolumne Lundin**
- 6 **Kurznachrichten**
- 7 **Wir begrüßen neue Mitglieder**
- 8 **IoT** | Das Internet der wirklichen Dinge
- 11 **Mitglied im Portrait** | KERMAROK
- 12 **Politik** | Die Konsens-Kultur
- 14 **60 Jahre Kammer** | Die 00er Jahre
- 16 **Kammerkompetenz** | Ehrenberg Sørensen Kommunikation
- 18 **Aus der Kammer**
- 20 **JCC**
- 22 **3 Minuten mit** | Pontus Ljungh
- 23 **Impressum** | Kammerkalender

„DIE KONSENSKULTUR STEHT IN FRAGE“



Unser Thema in dieser Ausgabe ist die politische und öffentliche Debatte in Schweden. Als Journalist bist Du ja ein Teil davon. Was hat sich in den letzten Jahren verändert?

Kurz gesagt: Von Konsens zur offenen Auseinandersetzung. Themen, die vor wenigen Jahren gemieden wurden, werden inzwischen heftig diskutiert. Entscheidender Wendepunkt war die Flüchtlingswelle 2015, die das Selbstverständnis der Schweden nachhaltig geändert hat. Vor 2015 sah man sich gerne als weltoffenes, soziales und solidarisches Land. Dass die Integration schlecht funktionierte, wussten die meisten. Die Probleme wurden aber nicht öffentlich thematisiert. Etwas überspitzt könnte man sagen: sie wurden unter den Teppich gekehrt, weil nicht sein konnte, was nicht sein durfte. Die Kehrseite war, dass Kritiker stigmatisiert wurden und die offizielle Politik an Glaubwürdigkeit verlor. Das war vor 2015. Danach kam der Realitätscheck. Und der fiel so aus, dass die Politik eine Kehrtwende vollzog, als Schweden mehr Flüchtlinge per Einwohner aufnahm als jedes andere EU-Land und damit an die Grenzen der Belastbarkeit geriet. In der Folge kamen nach und nach all die tabuisierten Themen an die Oberfläche. Sie bestimmen weiterhin den öffentlichen Diskurs und zum großen Teil auch das Wahlverhalten der Schweden.

Ist die viel beschriebene schwedische Konsenskultur denn in Auflösung – und driftet die Gesellschaft auseinander?

Den vielbeschworenen, alles übergreifenden Konsens hat es so wahrscheinlich nie gegeben. Aber es gab ein gewisses Grundvertrauen in den Staat und es gab Spielregeln. Beides ist heute in Frage gestellt. Die Ursachen dafür sind im Alltag zu finden: Missstände in der Pflege, politische Skandale, die Flüchtlingskrise und zunehmende Gewaltkriminalität in den Städten, welche zusammengenommen zu einem Gefühl geführt haben, dass der Staat machtlos ist. Eine weitere Folge ist, dass Konsens heute nicht mehr in der Gesamtgesellschaft stattfindet, sondern in Gruppen Gleichgesinnter. Trotzdem, ich beobachte nicht, dass die Gesellschaft sich so polarisiert, dass ein Gespräch nicht mehr möglich wäre.

Ein häufig zu lesendes Wort in diesem Jahr ist „Hate Speech“. Wie ist da die Situation in Schweden? Erlebst Du als Journalist selbst Anfeindungen?

Der Ton ist rauer geworden. Beschimpfungen gehören zum Alltag. Von „mieser Schreiberling“ bis hin zu „Lügner“ und „bezahlter Lakai“ der politischen Elite. Manchmal noch übler. Zum Teil beruht es darauf, dass das zivilisatorische Sperren in den sozialen Medien leicht verloren gehen. Zum Anderen darauf, dass Themen wie Migration extrem emotional aufgeladen sind. Und drittens, darauf, dass der Begriff Dialog fast ein Fremdwort geworden ist. Artikel werden nicht mehr gelesen, sondern es wird auf Stichworte reagiert und diese dann weiter verbreitet. Besonders schwierig ist es, über Länder zu berichten wie Polen und Ungarn – mit ihren jeweiligen Einschränkungen des Rechtsstaats – oder über die FPÖ in Österreich und die AfD in Deutschland.

Du lebst ja in Deutschland – wie nimmst Du im Vergleich die Entwicklung hierzulande wahr?

In Deutschland ist der Ton ruppiger und unversöhnlicher als in Schweden. Besonders alarmierend ist, dass es nicht immer bei Sprache voller Hass stehen bleibt. Wenn Politiker Todesdrohungen erhalten und Journalisten auf Namenlisten geführt werden, ist nicht nur die Demokratie in Gefahr, sondern auch Menschenleben.

Gibt es aus Deiner Sicht auch positive Veränderungen in der Art, wie der öffentliche Diskurs geführt wird?

Er ist definitiv offener geworden. Das ist positiv, denn verschweigen und kleinreden zerstören das Vertrauen in die Politik. Das ist wohl die Lehre der letzten Jahre, als anfangs die Willkommenskultur und „Wir schaffen das“ hochgehalten wurden, nur um dann umso aggressiver angegriffen zu werden. Positiv ist auch eine zunehmend kritische Haltung zu den sich immer selbst bestätigenden Echokammern der sozialen Netzwerke. So zeigt eine neue Untersuchung von der schwedischen Internetsiftelsen, dass nur noch ein Viertel der befragten Schweden mit Facebook, Instagram, Twitter und Co zufrieden sind.

Tomas Lundin studierte Volkswirtschaft in Lund und ist seit den 1980er Jahren Korrespondent für Svenska Dagbladet in Deutschland.

Streitet mit Respekt!

VON TOMAS LUNDIN

Böse Zungen behaupten: Für mehr als eine Meinung gleichzeitig ist selten Platz in Schweden. Ich meine, es ist nicht ganz aus der Luft gegriffen. Erst wird auf Teufel komm raus mit Flieger nach Thailand gejettet. Dann wird die totgesagte und vernachlässigte Bahn zum Retter des Weltklimas erhoben. Wenn Greta Thunberg den Atlantik im Segelboot überquert, wollen die Schweden zumindest Europa per Interrail entdecken und erfinden das Trendwort „Flugscham“.

Es ist wie mit der Mode. Du wachst eines Morgens auf und die Teenies laufen alle auf dezimeterhohen Plateauschuhen rum und tragen quietschgelbe enge Pullover im Glamourstil. In Schweden vollzieht sich das wie von unsichtbarer Hand gelenkt. Schneller und radikaler als im hippen Berlin.

Das ist aber nur der eine Vorwurf. In Dänemark und Norwegen betrachten viele das größere Bruderland Schweden als einen Hort der Unfreiheit. Die Meinungsfreiheit, lautet der Vorwurf, wird durch politische Korrektheit ersetzt und das Klima der öffentlichen Auseinandersetzung durch Intoleranz geprägt.

Ist da was dran? Ich meine, das Bild ist schon lange nicht mehr zutreffend. Es wird offen gestritten im Reichstag und in der Gesellschaft. In Dänemark ist die politische Auseinandersetzung sicherlich weniger zurückhaltend. Tabus gibt es kaum, wenn es zum Beispiel um Fragen der Migration geht. Der schwedische Diskurs ist um einiges zahmer, und das muss nicht schlecht sein.

In Deutschland kann man zur Zeit erleben, dass in den sozialen Medien die Verrohung, die Vereinfachung und die Aggressivität um sich greifen und das öffentliche Gespräch vergiftet wird. Die Frage stellt sich: wie weit ist der Weg von Beschimpfungen zur Hetze und schließlich zu Bedrohungen?

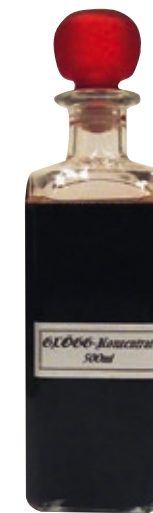
Es ist eine Gratwanderung. Die offene Auseinandersetzung ist genauso nötig wie der Respekt vor der anderen Meinung. Von oben kann das nicht verordnet werden – da ist jeder von uns gefragt.

*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:

Glöggs-Momente



Die kalte Jahreszeit steht vor der Tür, und gefragt ist, um es mit einem Buchtitel von Lars Gustafsson zu sagen, „Die Kunst, den November zu überstehen“. Die Schweden haben dafür einen Zauberspruch erfunden, der sich auch hierzulande großer saisonaler Beliebtheit erfreut. Wie schön, dass man den Originalgeschmack jetzt auch ganz einfach als Konzentrat bekommen kann, um ihn dann nach Gusto zu mischen: mit Blaubeersaft z.B. (für die Kinder bitte ohne Wodka!), oder mit heißem Wasser, oder natürlich mit gutem Rotwein. Das Fläschchen

konzentriertes Glögg-Glück kann man – handabgefüllt in stilvolle Glasflaschen, für 7,60 € bei scandmarkt.de bestellen. Oder hier gewinnen!



Gewinnen Sie. E-Mail genügt!

Wir verlosen drei Glöggs-Momente von scandmarkt.de. Wenn Sie teilnehmen möchten, schicken Sie bis zum 15.11.19 eine E-Mail mit dem Stichwort „Glöggs-Momente“ und Ihrer Adresse an schwedenaktuell@nordis.biz. Über die Sommar-CDs von Nordlys freuten sich Katrin Sperling und Carolin Stöckmann aus Hamburg und Arietta Sterner aus Mettmann.

Impulstag 2020: Workshopleiter gesucht!



Der Impulstag der Schwedischen Handelskammer ist das Mitgliederforum des Jahres. An diesem Tag stehen die Türen weit offen für die Wünsche und Bedürfnisse der Mitgliedsunternehmen.

Auch 2020 wird es wieder einen Impulstag geben: am 24. Januar in Berlin. Diesmal greifen die Workshops vier Ideen des letzten Impulstages auf, die von den Mitgliedern konkretisiert und weiter entwickelt werden. Eine wichtige Komponente für die Workshops sind die Leiter, die in entspannter und produktiver Atmosphäre die Gespräche moderieren. Wir suchen nun Mitglieder, die sich vorstellen können, einen Workshop zu leiten. Sind Sie interessiert, sich als Workshopleiter einzubringen oder kennen Sie jemand, der sich dafür gut eignen würde? Melden Sie sich bei uns in der Geschäftsstelle und gestalten Sie den Impulstag 2020 mit!

Klaus Werner beendet Zeit als Honorarkonsul

Dr. Klaus Werner, Vorstandsmitglied der Schwedenkammer, hat nach mehr als 25 Jahren planmäßig seine Amtstätigkeit als Honorarkonsul des Königreiches Schweden zum 30.09.2019 beendet. Sein Nachfolger wird Dr. Mathias Fontin, dessen Unternehmen ebenfalls Kammermitglied ist. In einer



persönlichen Mitteilung versichert Klaus Werner, auch weiterhin „mit größter Freude“ seinen Aufgaben als Vorstandsmitglied der Kammer nachzukommen und auch sein Amt als Landesvertreter Bayern „mit neuer Energie und etwas mehr Zeit“ zu versehen. Der schwedischen Sache bleibe er verbunden.

Klaus Werner bei einem Kammer-Workshop

Välkomna!

Wir begrüßen unsere neuen Mitglieder



Klippan Yllefabrik

ist ein 1879 gegründetes Familienunternehmen, das heute in vierter und fünfter Generation geführt wird und u.a. die beliebten Klippan-Wolldecken produziert. Alle Decken und Stoffe werden in der eigenen Fabrik produziert. Klippan kombiniert schwedisches Design mit langjährigem Wissen um textile Eigenschaften.

Mevisio Inc

gibt Teams den besten Überblick. Ob in der Fabrik oder im Krankenhaus: Die anpassbare Plattform mit ihrem digitalen Whiteboard visualisiert Prozesse, Ziele und Probleme in den Arbeitsabläufen. Der Entwicklung der Plattform gehen mehr als 20 Jahren Erfahrung bei der Visualisierung großer Whiteboards voraus, die sich in täglichen Besprechungen als überaus erfolgreich erwiesen haben.

Nedermann Holding AB

bietet Produkte und Lösungen für industrielle Luftfiltration, die hohe Qualitäts- und Profiterwartungen erfüllen. Mit dem Anliegen, Mensch, Erde und Produktion vor den schädlichen Folgen industrieller Prozesse zu schützen, leistet die Nedermann Holding ihren Beitrag zu hoher Produktionseffizienz, umweltspezifischen Vorteilen und mehr Sicherheit am Arbeitsplatz.

Nordic Volt

Ist der deutsche Ableger der schwedischen Kreativagentur Volt Stockholm. Mittels Einsatz schwedischer Denkweisen findet Nordic Volt neuartige und spannende Kommunikationslösungen für seine Kunden. Mit einem ortsansässigen Kernteam aus den Disziplinen Beratung, Kreation und Strategie agiert Nordic Volt und kann bei Bedarf auch auf Kapazitäten aus Stockholm zugreifen.

Tallink Silja

verfügt mit seinen komfortablen Passagierschiffen über ein umfangreiches Routennetz und verbindet die schönsten Städte der nördlichen Ostsee. Alle Reisen und Routen sind flexibel miteinander kombinierbar und aus einer Hand zu buchen. Die Passagierschiffe auf Kreuzfahrt-Niveau entsprechen neuesten Umweltauflagen und allerhöchsten Sicherheitsstandards.

Wollen Sie auch Mitglied werden? Melden Sie sich bei uns!
Wir freuen uns auf Ihren Anruf oder Ihre Nachricht unter
0211-8620200 und info@schwedenkammer.de

Addleshaw Gooddard

liefern das, was Kunden von hochwertiger strategischer bis hin zu alltäglicher Beratung benötigen. Die Wirtschaftskanzlei, die global tätig ist, eröffnete mit dem Hamburger Standort ihre erste Dependence in Deutschland.

BookBeat AB

BookBeat entstand 2015 aus der digitalen Strategie von Bonnier Books und bietet einen Streaming-Dienst mit einem Flatrate-Modell für Hörbücher und Hörspiele. Seit 2017 ist BookBeat in Deutschland verfügbar.

Carryline AB

bewegt Produkte: Als erstes Unternehmen bot Carryline vor über 40 Jahren Scharnierbandförderer aus Aluminium statt Stahl. Nach dem Baukastenprinzip entwarf der Gründer Ulf Henrekson ein neuartiges System. Carryline bietet seinen Kunden maßgeschneiderte und komplett automatisierte Scharnierbandförderer und Spiral aus Aluminium und Edelstahl.

DETAB ECOMAT

bietet schlüsselfertige Automationslösungen und ist Spezialist für flexibles Be- und Entladen von Material für Maschinen. Mit qualifizierten Standardlösungen im Bereich Montagesysteme und Steuerungstechnik beliefert DETAB die Bereiche Lager, Logistik und die Verpackungsindustrie.

Inovia AB

Für ist künstliche Intelligenz keine Frage des „ob“, sondern des „wann“. Ob im Kundenservice, bei der Betrugsprävention oder zur Transkription von Texten: Mit skalierbaren Lösungen von Inovia können Kunden in ihrem eigenen Tempo die Vorteile der KI anwenden. Sowohl eine komplette Software als auch nur einzelne Komponenten, die dem Unternehmen in der aktuellen Phase nutzen, können ausgewählt werden.

SAS
Scandinavian Airlines

**SOME SEE A FAIRY TALE DESTINATION
OTHERS SEE CONTRACTS
WAITING TO BE WRITTEN**

SOFORTIGE ERMÄSSIGUNG – EIN EINFACHES PROGRAMM

SAS FOR BUSINESS
www.flysas.de

A STAR ALLIANCE MEMBER

Das Internet der Dinge, also die intelligente Verknüpfung von Gütern mit dem Internet, eröffnet der Industrie immer mehr faszinierende Möglichkeiten und greifbare Vorteile. Was noch vor ein paar Jahren manchem wie technikverliebte Spielerei vorkam, ist längst in der Wirklichkeit auch der mittelständischen Wirtschaft angekommen.

Dabei geht es neben den eigentlichen Produktinnovationen meist auch um Marketing und Kundenbindung. Denn die IoT-Lösung wird oft als Abomodell angeboten, man behält also aktiven Kundenkontakt und sammelt zugleich Informationen über das Nutzungsverhalten der Kunden. Auf diese Weise kann die „Denkweise IoT“ ganze Geschäftskonzepte umkrempeln. Denken Sie nur an den Volvo-Ansatz, Autos nicht mehr einfach zu verkaufen, sondern quasi im Abo anzubieten – kompletten Service inklusive. Das senkt die Schwelle hoher Anschaffungskosten und garantiert engste Kundenbindung.

Diese Doppelperspektive aus technischer und strategischer Innovation ist typisch und findet sich in ganz unterschiedlichen Branchen, wie aktuelle Praxisbeispiele aus in Deutschland aktiven schwedischen Unternehmen zeigen.

Zum Beispiel: Aufzüge

Hydroware ist ein Anbieter hydraulischer Aufzulösungen aus Schweden. Mit einem innovativen Servoventil ist es den Ingenieuren gelungen diese Antriebsart, bei der die Liftkabine durch ölgefüllte Kolben bewegt wird, radikal zu modernisieren und den Energieverbrauch um bis zu 50 % zu senken. Weitere Energieoptimierung ist nur einer der Gründe, warum Hydroware seine Auf-

züge nun Daten ins Netz senden lässt. So kann der Eigentümer erkennen, wenn der Aufzug auf bestimmten Strecken besonders viel Strom verbraucht – und dies analysieren. Auch Störungen sind sofort ersichtlich. Ferndiagnosen sparen Arbeitskosten und helfen, Probleme schnell zu beseitigen. Ausfälle und Fehler werden durch Ferndiagnose vermieden, der Service wird nur benötigt, wenn tatsächlich repariert werden kann. Oft kann die Störanfälligkeit sogar im Voraus erkannt werden und größere Reparaturen lassen sich ganz verhindern. Die IoT-Lösung liefert den Aufzugbetreibern also interessante Zahlen zum Nutzungsverhalten und zu Verbrauchswerten und hilft, Störungen rasch zu beheben oder zu verhindern und noch mehr Energie zu sparen. Und für den Hersteller Hydroware liefern die Daten neben den Einnahmen aus den Aboverträgen wertvolle Grundlagen, um die Produkte weiter zu optimieren. Interessant ist das Ganze vor allem für Kunden, die mehrere Aufzüge besitzen oder verwalten.

Zum Beispiel: PKW

Im Zuge der technischen Entwicklung hat Volvo ständig neue Wege gefunden, um Autobesitzer mit ihren Fahrzeugen zu vernetzen. Alles begann mit Volvo On Call (VOC), einer bahnbrechenden App, die neben vielen anderen Remote-Funktionen auch die Fernkontrolle und -steuerung des Volvo-Autos ermöglicht. So ließ z.B. die Möglichkeit, die Autoheizung schon aus dem warmen Haus heraus zu aktivieren, die Verkaufszahlen der Technik enorm ansteigen. Darüber hinaus ist VOC ein integrierter Notfall- und Pannenhilfesservice. VOC ermöglicht auch eine mobile Breitbandverbindung des Fahrzeugs mit dem Internet über 3G/4G. Dadurch



Hydroware: Die Steuerungseinheit sendet Nutzungs- und Verbrauchszahlen in ein gesichertes Netz.

wird das Auto in einen WiFi-Hotspot verwandelt, auf den jeder Insasse im Auto zugreifen kann. Die Verbindung von SIM-Karte und Auto war letztlich auch die Grundlage für die aktuell mit viel Werbeaufwand beworbene Idee, einen Volvo nicht mehr einfach zu kaufen (und dann als Kunde unabhängig zu sein), sondern zu abonnieren. Ein radikal neuer Gedanke: die Kunden zahlen einfach eine Monatsrate und alles – außer Tanken oder Laden – ist inklusive. Das Ganze lässt sich jederzeit mit einer Frist von 3 Monaten ändern und so z.B. an veränderte Bedürfnisse anpassen.

Zum Beispiel: Gartenbewirtschaftung

Auch Husqvarna, global agierender Hersteller von Werkzeugen für den Außenbereich, hat zunächst das Naheliegende getan und – beispielsweise – seine Mähroboter mit einer SIM-Karte und einer Software-as-a-service-Lösung versehen. Schon seit 2015 ermöglichen es die neuen digitalen Dienste, die Mähroboter über eine App zu steuern und mit ihnen zu interagieren. Es folgte die Einführung des Gardena Smart-Systems, einer Art Smart-Home-Lösung für den Garten, das u.a. Rasenpflege und Gartenbewässerung vernetzt und die Steuerung sogar von unterwegs aus möglich macht.

Nach diesen technischen Innovationen machten sich die Schweden Gedanken, wie man die Möglichkeiten des Internets der Dinge noch radikaler nutzen könne, um die Kundenbasis zu erweitern und neue Geschäftsmodelle zu entwickeln. Ähnlich wie im PKW-Bereich, so ergab die Analyse, stellen Anschaffungskosten und das Problem der Unterbringung für viele Kunden Hürden da. Warum soll man ein Gerät, dass man nur einige Male im Jahr benötigt, nicht einfach ausleihen?

DAS INTERNET DER WIRKLICHEN DINGE

IoT ist in der Praxis angekommen – und verändert ganze Unternehmensstrategien. Auch Ihre?

VON PETER MARX



Der Automower 435X AWD von Husqvarna ist kompatibel mit Amazon Alexa, Google Home, IFTTT und dank offener API Schnittstelle mit verschiedenen Smart Home Systemen.

Im Mai 2017 führte Husqvarna die Battery Box ein, ein kunden-spezifischer „Werkzeugkasten“-Transportcontainer. Das erste Testmodell der Battery Box wurde im Parkhaus eines Einkaufszentrums am Stadtrand von Stockholm aufgebaut.

Die Battery Box hebt sich dadurch von einem herkömmlichen Geräteverleih ab, dass der gesamte Mietvorgang vollständig automatisch abläuft. Alles von der Buchung, über die Abholung bis zur Bezahlung wird über eine App abgewickelt, die digital mit dem eigentlichen Battery Box Shop kommuniziert. Mit der App weiß der Kunde, wann das Gerät, für das er sich interessiert, vorrätig ist, und wann es wieder zurückgegeben werden muss. Wenn der Kunde an der Battery Box ankommt, verwendet er seine BankID im Smartphone, um das Schließfach mit dem Gerät zu öffnen. Der Vorgang wird am Ende des Mietzeitraums wiederholt, wenn der Kunde die Geräte wieder in einem sicheren Schließfach abstellt. Bei der Rückgabe werden die Geräte von Mitarbeitern des nächstgelegenen Husqvarna-Fachhändlers inspiziert, um sicherzustellen, dass alle Geräte stets in einwandfreiem Zustand sind.

Die Kunden können also Husqvarna-Geräte einfach testen oder sie auch immer nur dann mieten, wenn sie sie benötigen. Die Zahl der Husqvarna-Nutzer wird so deutlich erhöht; mit den registrierten Nutzern kann das Unternehmen kommunizieren.

Co-Lab ist Voraussetzung für den Erfolg

Die Husqvarna-Strategen hatten eine gute, branchenspezifische Idee – doch die Art, wie sie diese innerhalb von nur sechs Monaten umsetzten, dürfte auch für viele andere Unternehmen interessant sein. Petra Sundström, Direktorin für Ideen- und Innovationsmanagement bei Husqvarna gibt folgenden Rat: „Der effektivste Weg, wie ein Unternehmen mit digitalem Wandel erfolgreich wird, ist die Aufstellung eines Expertenteams. Ohne ein Ökosystem aus kompetenten Partnern wäre diese Art von Projekt nicht möglich gewesen.“

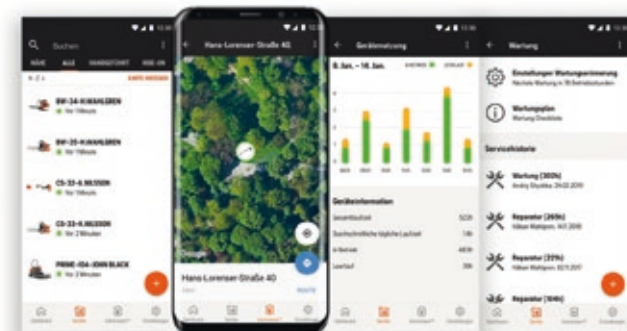
Wie viele andere Unternehmen heutzutage auch, sieht sich Husqvarna vielfältigen Herausforderungen gegenüber. Auf dem Weg zur Digitalisierung setzt sich Husqvarna gleichzeitig mit neuen Geschäftsmodellen, neuen Produkten und neuen Kunden auseinander. Die meisten Firmen sind nicht in der Lage, solche ambitionierten Ziele aus eigener Kraft zu stemmen. Für den Erfolg im Bereich IoT braucht es ein symbiotisches System aus spezialisierten und fachkundigen Partnern, die jeweils selbst an Innovation interessiert sind. So gab es mit Telenor Connexion einen Partner für die IoT-Cloud, mit dem Unternehmen Flex einen Partner für den Container, HIQ entwarf die App, mit der Kunden die Geräte buchen und bezahlen und zugleich Anleitungsfilme abrufen können und Zuora lieferte die Abonnements-Verwaltungslösung. Die Essenz dieser Fallstudie: sich sehr frühzeitig ein gemeinsames, vernetztes Entwicklungsteam aus externen Experten zusammenzustellen ist sehr förderlich – Telenor Connexion nennt diesen Ansatz ein „kooperatives Ökosystem“. Ein hauseigenes Managementteam bekomme frühzeitig Verstärkung von den richtigen Partnern von außen, die sich auf die benötigte Technologie und die entsprechenden Leistungen spezialisiert haben. „Dieses

Ökosystem-Modell erfordert eine offene Herangehensweise an die Projektstruktur und Projektverantwortung“, weiß Christian Schmidt, Kammermitglied und Ansprechpartner von Telenor Connexion für die deutschen Kunden. „Aber nur so ist es heute möglich, ambitionierte IoT-Projekte innerhalb kurzer Fristen zu realisieren.“

Alle drei Beispiele zeigen: Wer sich – egal in welcher Branche – auf den Weg macht, das Internet der Dinge zu nutzen, hat einen spannenden Weg vor sich, der vor allem auch das Potential bietet, das Kundenverhältnis auf ganz neue Basis zu stellen. Vor Auswirkungen auf die Gesamtstrategie sollte man dabei ebenso wenig Angst haben wie vor der vertrauensvollen Zusammenarbeit mit externen Partnern. Schwedische Unternehmen mit ihrer ausgeprägten Co-Lab-Einstellung machen es vor!



Als erstes Automobil-Unternehmen integriert Volvo in Zusammenarbeit mit Google ein Infotainment-System, das auf dem Android Automotive Betriebssystem basiert und über die eingebundenen Funktionen Google Assistant, Google Maps und Google Play Store verfügt.



Für Profis: CO2-Rechner für das „Flottenmanagement“ von Gartenbaubetrieben. Darüber hinaus unterstützen weitere praktische Funktionen Garten- und Landschaftsbauprofis tagtäglich beim produktiven und nachhaltigen Arbeiten.

Recruiting darf keine Back-office-Aufgabe sein

Liebe Frau Knabenbauer, Sie sind mit Ihrem Unternehmen KERMAROK neues Mitglied der Schwedischen Handelskammer. Herzlich willkommen! Wir möchten Sie gern kennenlernen. Was ist das Besondere an Ihrem Unternehmen?

Vielen Dank für die nette Begrüßung! Unser Motto ist: People Support on Site! Wir bieten den Arbeitgebern operativen Personalsupport vor Ort an. Durch unsere Kooperation mit dem Institut für Nachhaltigkeit und mit skandinavischen Softwareherstellern können wir zusätzlich neue Personallösungen anbieten und einarbeiten. Wir bleiben vor Ort bis die Prozesse laufen. Unsere Dienstleistungen sind besonders interessant für Arbeitgeber, die entweder keinen Personalleiter in Vollzeit beschäftigen können oder für Unternehmen, die zu den führenden Arbeitgebern zählen möchten und sich deswegen für neue Personallösungen interessieren.

„Wir sprechen nicht von New Work, sondern wir leben es vor“

Die Idee ist aus einem Gespräch mit ausländischen Geschäftsleitern gesprungen, die über ihre ersten, oft turbulenten Zeiten als Arbeitgeber in Deutschland berichteten. In solchen Fällen unterstützen wir in der Anfangszeit. Generell liegt unser Mehrwert darin, dass wir die Personalthemen operativ umsetzen, denn wir profitieren von langen Erfahrungen. Wir sprechen nicht von „New Work“, sondern wir leben es vor.

Welche Art von Support wird nachgefragt?

Das ist sehr unterschiedlich, aber Mitarbeitergewinnung ist immer ein brennendes Thema. Wir steigen ins Unternehmen ein und zeigen moderne Rekrutierungsmethoden, u.a. Social Media Marketing, und optimieren die Prozesse im Haus, bis die Rekrutierung läuft. Wir nennen es „Recruiting School“ und bieten Coaching und Support an, bis das Unternehmen selbständig rekrutiert. Mit einer neuen Art von Rekrutierungssoftware holen wir die Rekrutierung zusammen mit unserem Auftraggeber zurück ins Haus und können damit die Kosten sehr stark reduzieren!

Was zeichnet aus Ihrer Sicht ein modernes Personalmanagement aus?

Die Frage ist sehr komplex und greift über mehrere Themenfelder. Die Unternehmen, denen es gelingt, ihre Mitarbeiter und ihre Organisation für künftige Erfordernisse zu entwickeln, werden die Gewinner sein. Hier spielen Personal- und Organisationsentwick-

lung sowie nachhaltige Personallösungen wie Gesundheits- und Diversitymanagement eine entscheidende Rolle.

Gleichzeitig sollte man keine Angst vor neuen Softwarelösungen haben, sondern die neuen Möglichkeiten mit Neugier angehen. Die Personalprozesse müssen näher an die Geschäftsprozesse kommen. Ein so wichtiges Thema wie Personalbeschaffung darf z.B. keine Back-office Aufgaben sein.

Wie wollen Sie das Kammernetzwerk nutzen und unterstützen?

Für mich ist es wichtig, eine Brücke zwischen der deutschen und schwedischen Wirtschaft zu bauen. In Bayern haben wir bereits ein Netzwerk für die deutsche und schwedische Automatisierungsindustrie gegründet. Wir nennen es Swedish German Innovation Table (SEGEIT). Das Netzwerk ist wertvoll, um Kontakte über die Grenzen zu knüpfen, Erfahrungen auszutauschen und neue Geschäftsmodelle zu entwickeln. Ich würde mich freuen, künftige Veranstaltung in Zusammenarbeit mit SEGEIT und der Schwedischen Handelskammer durchführen zu dürfen.



Kerstin Knabenbauer (LLM) hat 17 Jahre als Personalleiterin für Deutschland und Schweden bei dem börsennotierten Medizinphysikkonzern IBA gearbeitet und ist seit 2017 als Referentin für Nachhaltiges Personal Management beim Institut für Nachhaltigkeit in Nürnberg tätig. 2018 hat sie ein Personalsupportunternehmen in Deutschland gegründet. Knabenbauer@kermarok.com
www.kermarok.com

kermarok
people success factors

Öffentliche Debatten in Schweden

DIE KONSENS-KULTUR

VON ERIK THYSELIOUS

Egal ob am Arbeitsplatz oder zu Hause – die Schweden suchen immer nach Übereinkunft. Um die schwedische Debattenkultur zu verstehen, ist der Konsensbegriff von zentraler Bedeutung. Eine Theorie besagt, dass die historischen Wurzeln dieser Konsenskultur mit der Tatsache zu tun haben, dass es in Schweden im Winter sehr kalt ist. Konflikte unter Familien oder Gemeinden konnten deswegen schnell tödlich sein, wenn der Zugang zu Lebensmitteln, besonders im Winter, sehr begrenzt war. Wer gegen den Willen der Gemeinschaft agierte, riskierte dadurch, einen hohen Preis zu bezahlen: Ächtung - und im schlimmsten Fall den Hungertod. Klingt grausam? Na ja, es ist wie gesagt nur eine Theorie. Und heutzutage riskiert niemand, gleich zu verhungern, wenn er oder sie in der schwedischen Öffentlichkeit eine abweichende Meinung äußert.

Die Konsenskultur hat offensichtlich große Vorteile: statt von ewigem Streiten geschwächt zu sein, zum Beispiel zwischen Arbeitgebern und Gewerkschaften, gehört Schweden zu den Ländern mit den wenigsten Streiktagen in Europa. Genauso sieht es bei schwierigen politischen Entscheidungen aus: Sobald ein Beschluss mehrheitlich gefasst und bekannt gemacht ist, endet in der Regel die Diskussion auch in der Opposition. So konnten viele unpopuläre, jedoch notwendige Reformen in den Neunziger Jahren nach der großen Immobilienkrise wegen des Konsenses zwischen den Sozialdemokraten und den liberalkonservativen Parteien durchgeführt werden.

Konsens macht stark

Die Konsenskultur prägt natürlich auch die schwedischen Medien, was umgekehrt wiederum die Debatten-

kultur beeinflusst. Im Vergleich zu Frankreich, England oder Dänemark, wo Journalisten häufig eine rechthaberische Rolle gegenüber den Machhabern spielen, neigt das Temperament der schwedischen Redaktionen eher zum Ausgleich. Wenn die öffentliche Debatte zu hitzig wird, ist das Ziel öfter Abkühlung als weitere Befeuerung. Das Konfliktniveau in der Gesellschaft darf nicht zu hoch werden, es entsteht eine Art „Systemloyalität“, die die schwedische Debattenkultur prägt.

Soziale Medien haben unterdessen, wie in Deutschland, das Problem von „hate speech“ auch in Schweden auf die Tagesordnung gesetzt. Hier ist die Gesellschaft noch in einer Orientierungsphase: Es gibt besondere Gesetze gegen Hetze, aber eine klare Praxis, die eindeutig regelt, was man in der Öffentlichkeit der sozialen Medien sagen darf, beziehungsweise nicht darf, existiert noch nicht.

Einheitskultur birgt auch Gefahren

Gibt es denn keine Nachteile mit der Konsens - beziehungsweise Debattenkultur in Schweden? Doch. Wenn sich zu einem Thema eine Hauptauffassung gebildet hat, werden fast alle die neue Position gleichzeitig einnehmen – alles andere wäre ja ein Verbrechen gegen den Konsens.

Dann eine konträre Meinung zu vertreten, kann sehr riskant sein – denn es dürfen nur so oder so viele Auffassungen gleichzeitig in der Öffentlichkeit existieren. Und das kann gefährliche Folgen haben. Das deutlichste Beispiel in den letzten Jahren ist die Migrationsfrage. Als die nationalistische Partei „Sverigedemokraterna“ 2010 ins Parlament eingezogen war, wurden alle Voraussetzungen für eine rationale und sachliche Diskussion über die Migration zerstört. Legitime Fragen zu Kosten und



Der Politikstil im schwedischen Reichstag galt lange Zeit als ausgesprochen einvernehmlich. Heute wird schärfer debattiert und gestritten.



Beim jährlichen Politikfestival in Almedalen kann man Spitzenpolitikern wie der Liberalenvorsitzenden Nyamko Sabuni hautnah begegnen und mit ihnen debattieren.



„Schweden liebt Gleichheit“ – dieser Slogan auf der Stockholmer Pride Parade meint hier nicht einen gesellschaftlichen Einheitsbrei, sondern den Respekt vor der Buntheit der Gesellschaft – bei gleichem Recht für alle.

Kapazitäten wurden fast immer von den anderen Parteien, und leider auch von den Journalisten als Rassismus gebrandmarkt. Die Bilanz? Die Schwedendemokraten sind jetzt fast so groß wie die Sozialdemokraten.

Initiativen beleben die Debattenkultur

Aber die schwedische Debattenkultur enthält auch Silberstreifen, die geradezu ein Vorbild für demokratische Meinungsbildung sein können: So findet jeden Sommer in Almedalen auf Visby die „Politikerwoche“ statt. Politiker, Unternehmen, Kommunen und Interesseorganisationen aller Art – sie sind alle hier und geben alles, um mit guten Argumenten ihre Botschaft zu verbreiten. Für Privatpersonen bietet diese Woche einzigartige Möglichkeiten, Spitzenpolitiker und Organisationen zu treffen. Inzwischen haben auch Dänemark und Norwegen ihre eigenen Politikerwochen: „Folkemøde“ auf der Insel Bornholm beziehungsweise „Arendalsuka“.

Ein anderes Beispiel: 2016 wurde „Kvartal“ gegründet, das sich „Schwedens kleinstes Medienhaus“ nennt und eine unabhängige „Debattenplattform für Erwachsene“ sein will. Ausführliche Artikel und Essays über Themen wie Migration, Kultur, die EU oder Chinas Rolle in der Welt geben regelmäßig gut durchdachte Hintergrundinformationen. Die Hauptfinanzierung kommt aus Privatspenden und das Interesse für „Kvartal“ wächst stetig.

Auch „Axxess Publishing“ gehört in dieses Bild. Seit 2002 erscheint das „Axxess Magasin“, eine Zeitschrift mit Essays und Artikeln über Politik, Kultur, Geschichte und Rezensionen der neusten internationalen Fachliteratur. „Axxess TV“ folgte 2006 und sendet Dokumentationen, Interviews mit Autoren und Forschern und Beiträge zu aktuellen Angelegenheiten. Die publizistische Idee ist, hochqualitativen Inhalt zu Themen anzubieten, die die kommerziellen Fernsehkanäle nicht senden. Axxess ist jedes Jahr auf der großen Buchmesse in Göteborg präsent, um Leser zu treffen und Autoren zu interviewen. Alles wird durch die Finanzierung der Axel und Margaret Ax:son Johnsonsstiftung ermöglicht.

Die Art, wie in Schweden öffentliche Themen diskutiert und verhandelt werden, ist bis heute stark von der jahrhundertealten Konsenskultur geprägt. Das hat manches Angenehme und Positive, birgt aber die Gefahr, dass notwendige Auseinandersetzungen nicht mit der erforderlichen Schärfe und Tiefe geführt werden. Einige private Initiativen haben dies erkannt und bemühen sich um eine qualitative Verbesserung der politischen Debattenkultur.

Erik Thyselius begann nach seinem Studium der Politikwissenschaft und Journalistik an der Uppsala Universität und einem halbjährigen Praktikum bei „Schweden aktuell“ eine journalistische Karriere u.a. beim Think-tank Timbro. Danach schrieb er Leitartikel für verschiedene Zeitungen, u.a. Smålandsposten, Barometern-OT und Svenska Dagbladet. Seit 2018 arbeitet er bei Axxess Publishing als Journalist und Fernsehmoderator für das Programm „Panelen“.



Göran Svensson (Mitte, hier beim Oktoberfest) war bis 2008 Kammer-Geschäftsführer



Gabriele Eckert mit Rebecca Hillmanns aus der Geschäftsstelle



Die Gründer des JCC im Gespräch mit König Carl XVI. Gustaf beim 50 jährigen Kammerjubiläum in Hamburg.



Die Planungen für das Jubiläum präsentierte der Festausschuss mit einer kleinen Show bei der Mitgliederversammlung 2008.

Die 00er Jahre:

Ein neues Jahrtausend

VON HELEN HOFFMANN

Das neue Jahrzehnt fing gut an: Die Computer hatten den Jahrtausendwechsel überlebt, der Millenniumscrash war ausgeblieben. Deutsche und Schweden verband ab jetzt die Öresundbrücke, die das Reisen zwischen beiden Ländern vereinfachte. Man hörte auf seinem Discman oder iPod Shakira, Britney Spears und Enya – oft heruntergeladen auf Plattformen wie Napster. Besonders die Jugend, in tiefsitzenden Jeans mit Schlag gekleidet, kommunizierte immer mehr online auf ICQ und MSN Messenger oder in den ersten sozialen Netzwerken wie Lunarstorm und MySpace in Schweden und StudiVZ in Deutschland. Auf den Fernsehern flimmerten Castingshows und Big Brother, auf der großen Leinwand begeisterten Filme wie Matrix, American Pie oder Herr der Ringe. Millionen Leser fieberten den Erscheinungsterminen der neuen Harry-Potter-Bücher entgegen. Doch die Nuller Jahre waren auch vom Terror und wirtschaftlichen Krisen geprägt, die sich in der Arbeit der Handelskammer niederschlugen.

Geburtsstunde des Junior Chamber Clubs

Moderner, jünger, zukunftsfähiger: diese Ziele verfolgte die Schwedische Handelskammer im ersten Jahrzehnt des neuen Jahrtausend. 2001 wurde der Junior Chamber Club nach dem Vorbild der britischen Schwesterorganisation gegründet und entwickelte sich innerhalb kürzester Zeit zu einer „Erfolgsstory“, wie mehrere Protokolle des Vorstands vermerken. Die Vereinszeitschrift Schweden Aktuell wurde einer Layout-Erneuerung unterzogen, die Homepage weiter ausgebaut. Der Exportpreis wurde 2003 das erste Mal verliehen und ist bis heute das Highlight des Jahres für die Kammer, heute unter dem Namen Schwedischer Unternehmenspreis. Den ersten Exportpreis verlieh damals die heutige Schirmherrin Kronprinzessin Victoria.

Tsunami-Katastrophe tritt die Kammer

Im Dezember 2004 wurde die Kammer von der Naturkatastrophe in Südostasien, die besonders viele schwedische Opfer forderte, direkt betroffen. Der Präsident der Kammer und SEB-Chef Lars Thörnquist verbrachte mit seiner Frau in Thailand den Weihnachtsurlaub. Nach dem Tsunami-Unglück zeugt ein dramatischer Schriftwechsel zwischen Handelskammer, schwedischer Botschaft und SEB von dem tragischen Schicksal, das Thörnquist ereilte. Der als zunächst vermisst gemeldete Präsident und seine Frau Gisela mussten Tage nach der Flutkatastrophe für tot erklärt werden. Tief betroffene Emails zwischen den Vorstandsmitgliedern geben der Bestürzung, die nach dem verfrühten Tod des Präsidenten die Kammer bewegte, Ausdruck. Nur Wochen zuvor war Thörnquist für seine Verdienste um die deutsch-schwedischen Beziehungen mit dem Bundesverdienstkreuz ausgezeichnet worden. Im Frühjahr 2005 ehrte die Kammer ihn mit einer Gedenkstunde. Gunnar Grosse, heute Ehrenmitglied der Kammer, übernahm in dieser schweren Stunde die Präsidenschaft. Nachdem die Kammer ihren Fokus auf die immer mehr werdenden IT-Unternehmen gerichtet hatte, platzte Anfang des Jahrzehnts die Dotcom-Blase, einige Jahre später setzte die Finanzkrise ein. Die Anzahl schwedischer Tochtergesellschaften in Deutschland war „wesentlich gesunken“, wie das Protokoll 2005 vermerkt, und auch die Mitglieder der Kammer wurden weniger. Sorge um die Finanzen prägte die Tätigkeit der Kammer in diesen Jahren. Geschäftsführer Göran Svensson fasste den Ernst der Lage und die Wichtigkeit der Positionierung der Kammer zusammen: „Wir sollten uns die wichtige Frage stellen, ob es in zehn Jahren überhaupt eine Schwedische Handelskammer geben wird“. Um diesen negativen Trend zu wenden, bildete der Vorstand einen Arbeitsausschuss, der die „Mission und Vision“ der Kammer ausarbeiten sollte. Im Vorstand diskutierte man, wie die Kammer sich profilieren sollte: das Netzwerk um die Vorstandsmitglieder sei wichtig, die regionale Präsenz unverzichtbar, die Zusammenarbeit mit den deutschen IKHs wünschenswert. Der Vorstand nahm die „alte Forderung“ wieder auf, dass nicht nur die Chefetagen in der Kammer aktiv sein sollten, sondern auch andere Mitarbeiter der schwedischen Unternehmen. Auch eine stärkere bilaterale Öffnung „für deutsche Unternehmen die in Schweden tätig sind oder sein möchten“ wurde vom Vorstand gefordert. Sogar Vertreter deutscher Unternehmen als Vorstandsmitglieder wurden aufs Tapet gebracht.

Neue Gedanken und Vorschläge

Die Vision und Mission, die verabschiedet wurde, postulierte klar die Zielsetzung der Kammer. Networking und die Regionalgruppen sollten wesentliche Standbeine der Handelskammer sein. Auch wollte man mehr Input von Mitgliedern ermöglichen und rief einen Wahlausschuss ins Leben, der neue Vorstandsmitglieder vorschlug. Der JCC hatte ab 2008 seinen eigenen Platz im Vorstand, den als Erste Anna-Karin Hempel einnahm. Dadurch

sollten „neue Gedanken und Vorschläge“ eingebracht werden, begründete Vorstand Alexander Förster die Änderung. Er übernahm 2009 das Präsidentenamt von Gunnar Grosse.

Am Ende des Jahrzehnts stand das goldene Jubiläum der Handelskammer. Bereits zwei Jahre im Voraus begannen die Vorbereitungen damit, „das exakte Gründungsdatum der Kammer zu ermitteln“. Gleichzeitig startete die Suche nach einem Nachfolger für Geschäftsführer Göran Svensson, der in den Ruhestand ging. Es sollte ein „junger, dynamischer Mensch, welcher noch karriereorientiert ist“ sein – es wurde die erste weibliche Chefin der Kammer, Gabriele Eckert. Mit ihrem Amtsantritt 2008 strukturierte sie die Abläufe in der Geschäftsstelle neu, baute die Website um und startete den Online-Stellenmarkt, der noch heute eine der meistgeklückten Seiten der Kammer ist. Neue Mitarbeiterinnen traten ihre Stellen an und gemeinsam arbeitete man auf das große Ziel 50 Jahre Schwedische Handelskammer in Deutschland hin. Im Herbst 2009 feierten 400 geladene Gäste das große Jubiläum in Hamburg mit dem schwedischen Königspaar. Das Medienecho war enorm, eine Boulevardzeitung druckte sogar ein „Schwedischlexikon“, indem deutsche Leserinnen lernen konnten, wie sie den König nach der Telefonnummer des damals noch unverheirateten Prinzen Carl Philip fragen konnten. Die Kammer selbst gab zum 50. Geburtstag einen Festband heraus, der das Jubiläum zusammenfasste.

00er Jahre in der Geschichte

- | | |
|------|--|
| 2000 | Die Schwedische Kirche trennt sich vom Staat
Die Öresundbrücke zwischen Schweden und Dänemark wird eröffnet |
| 2001 | Das World Trade Center in New York wird Opfer eines Terroristenangriffs |
| 2002 | Die ersten Euroscheine- und Münzen erscheinen in den meisten Euroländern |
| 2004 | Facebook wird gegründet
Südostasien wird Opfer eines Tsunamis und über 230.000 Menschen kommen ums Leben |
| 2005 | Schwedens Nationalfeiertag wird offiziell zum Feiertag
Angela Merkel wird zur ersten Bundeskanzlerin Deutschlands gewählt |
| 2006 | Fußballweltmeisterschaft in Deutschland
Christer Fuglesang wird der erste Schwede im Weltall |
| 2008 | Spotify startet am schwedischen Markt
Barack Obama wird zum 44. US-Präsident gewählt |
| 2009 | Michael Jackson stirbt im Alter von 50 Jahren |

Unternehmenskommunikation heute

„Wie werden Unternehmen gehört?“



Magnus Ehrenberg
EHRENBERG SØRENSEN
Kommunikation GmbH
Tel: +49 (0) 40 – 689 16 27 0
www.ehrenbergsoerensen.com

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

Kommunikation erfolgt im digitalen Zeitalter in Höchstgeschwindigkeit. Die Anzahl an Kanälen und Stakeholdern, die Wahrnehmung und Reputation beeinflussen, wächst rasant. Entscheidend für den Erfolg ist daher, Markenkommunikation, strategische oder politische Kommunikation zielgerichtet einzusetzen. Dies sei an drei Prinzipien verdeutlicht:

1. Kommunikationsstrategie – Die richtigen Prioritäten setzen

Unser Publikum ändert sich kontinuierlich. Darum ist es wichtig zu wissen, was ich mit welchem Zweck zu meinem Produkt sagen, und wen ich ansprechen möchte. Eine klare Kommunikationsstrategie spart langfristig Ressourcen und sorgt für Abgrenzung zum Wettbewerb. Und sie ermöglicht es uns, jederzeit klar und flexibel agieren zu können. Sich anzupassen, heißt nicht, sich zu verbiegen. Es ist notwendig, unsere Geschichte im ständigen Wandel immer neu erzählen zu können.

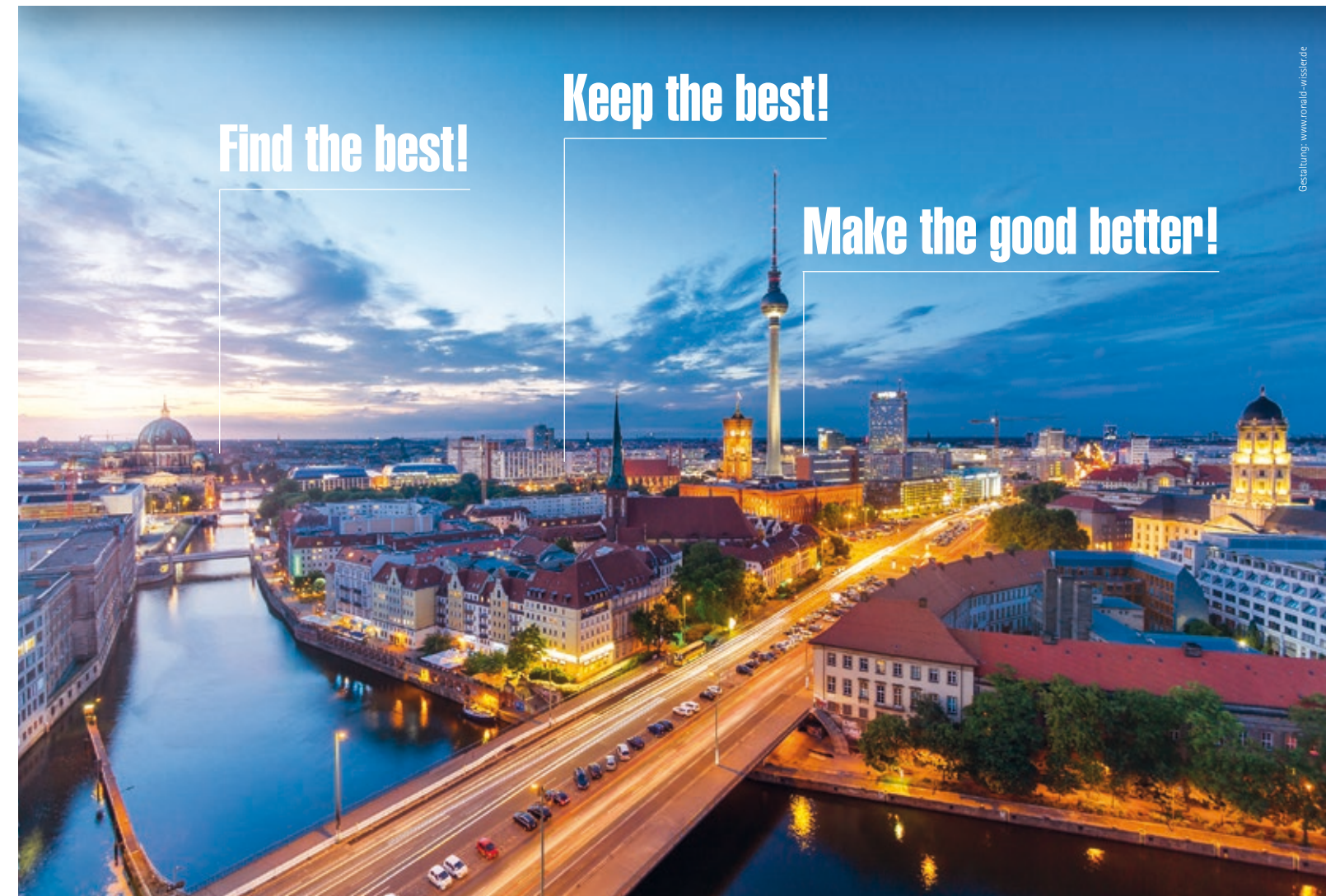
2. Storytelling – Die richtigen Geschichten erzählen

Der Erfolg eines Produktes hängt in Nordeuropa schon lange nicht mehr von einem tatsächlich vorhandenen Bedarf ab. Wir können uns unseren eigenen Bedarf aussuchen. Den Bedarf zu einer Erzählung und die Zielgruppe zu einem interessierten Publikum zu machen, ist die größte Herausforderung jedes Unternehmens. Geschichten bleiben im Ohr, sperrige Kernbotschaften nicht. Wer sich dieser Herausforderung nicht stellt, kann den Laden gleich zumachen. Wer nicht gehört wird, verkauft nichts.

3. Stakeholder – Die richtigen Partner kennen

Ein Unternehmen ist nur so erfolgreich, wie es seine Rahmenbedingungen zulassen. Dazu zählen die öffentliche Meinung, gesetzliche Vorgaben und politische Perspektiven. Politiker, Behörden und weitere Entscheidungsträger treffen Entscheidungen, die sich direkt auf diese Rahmenbedingungen auswirken. Mit einem legitimen Anliegen, einem verlässlichen Netzwerk und – auch hier – einer guten Erzählung kann jeder sein regulatives Geschäftsumfeld deutlich zu den eigenen Gunsten verschieben.

Wer erfolgreich Geschäfte in anderen Ländern machen will, der braucht Wissen um die jeweiligen Strukturen und Handlungsweisen, um Sprache und Netzwerke. Und man braucht eine kommunikative Begleitung, die kontinuierlich und professionell das Unternehmensziel mit den Erfordernissen des Zielmarktes abgleicht und sich anpasst.



The business idea of RYBERG-CONSULTING is quite simple:
We want to make your company even better!

Recruitment of Management & Specialists

Germany: +49(0)6131 – 240 651 0
Sweden: +46 (0)31 417 430

Team & Management Development

info.de@ryberg-consulting.com
info.se@ryberg-consulting.com

www.ryberg-consulting.com

RYBERG-CONSULTING
Germany
Taubusstraße 67
DE-55118 Mainz
Tel: +49(0)6131 – 240 651 0
info.de@ryberg-consulting.com

RYBERG-CONSULTING
Sweden
Västergatan 20
SE-41313 Göteborg
Tel: +46(0)31 – 417 430
info.se@ryberg-consulting.com

Die Handelskammer auf dem Münchner Oktoberfest

Das bekannteste Volksfest der Welt ist ein Pflichttermin, wenn es um deutsche Tradition und Gastfreundschaft geht. Auch in diesem Jahr feierte die Schwedische Handelskammer in Deutschland gemeinsam mit ihren Mitgliedern die Wiesn. Das Münchner JCC-Komitee hatte für die Kammer einen eigenen Tisch im Weinzelt organisiert, wo bei feinem Wildmenü, Weißbier und Wein und bester Stimmung genetzt wurde. Dreißig Teilnehmer kamen mehrheitlich in Dirndl und Lederhosen, manche auch in schwedischer Tracht. Und das JCC-Komitee München versprach: auch 2020 soll es wieder eine Handelskammer-Wiesn geben!



JCC Menteetag in München

Für die Mentees ist das Mentorjahr in vollem Gange. Seit April treffen sie sich regelmäßig mit ihren Mentoren, nun bekamen sie in München die Gelegenheit, sich auch untereinander auszutauschen. Beim Menteetag der Schwedischen Handelskammer in den Räumlichkeiten von Kammermitglied Parkster im Oktober kam gut die Hälfte der Teilnehmer des Mentorenprogramms zusammen. Für Karriereinput sorgte Kammermitglied Academic Work. Philipp Leipold sprach in seinem Vortrag über Weiterbildung und Quereinstieg und diskutierte angeregt mit den Mentees. Vor allem die Unterschiede zwischen der deutschen und schwedischen Arbeitswelt kamen im Rundgespräch auf den Tisch. Die in Nord- und Mitteldeutschland ansässigen Mentees treffen sich im Februar 2020 in Hamburg.



Delegation aus Westschweden besuchte Geschäftsstelle



Ende September besuchte eine Delegation schwedischer Unternehmen aus dem Energiesektor die Schwedische Handelskammer in Hamburg. Der Besuch war Teil

einer durch die Westschwedische Handelskammer und Hamburg Invest organisierten Studienreise in die Hansestadt.

Die Unternehmen hatten mehrmals Gelegenheit, in Hamburg in direkten Kontakt mit deutschen Unternehmen in ihrer Branche zu kommen, unter anderem beim gemeinsamen Abendessen mit Vorstandsmitglied und Honorarkonsul Dr. Sven I. Oksaar. Beim Treffen in der Geschäftsstelle erhielten die schwedischen Besucher von Regionalgruppenrepräsentantin Uta Schulz und den Mitarbeiterinnen Einblick in die Arbeit der Handelskammer. Hamburgs JCC-Koordinatorin Maria Scholl (Vattenfall) stellte in einem Vortrag den Bereich Vattenfall Wind vor, den die fachkundigen Teilnehmer interessiert diskutierten.

Neuer Swedish German Innovation Table (SEGEIT) bringt die Industrie zusammen



Die digitale Transformation durch Kompetenzaustausch meistern: Das ist das Anliegen der neuen Initiative Swedish German Innovation Table (SEGEIT). Im Sommer gründeten Automation Valley (Nordbayern), Engineering 2050 (Nürnberg), Automation Region (Schweden) in Partnerschaft mit der Schwedischen Handelskammer Region Bayern vertreten durch Kerstin Knabenbauer das Projekt.

SEGEIT ist somit eine interdisziplinäre Kooperation von Unternehmenscluster der Automationindustrie in Schweden und Deutschland mit dem Zweck, die digitale Transformation durch Innovationen zwischen den beiden Ländern zu fördern. In Juni und Oktober 2019 trafen sich Vertreter der Automation Valley (Nordbayern) und Mitarbeiter von ABB, Siemens sowie Innovationswissenschaftler von Mälardalens Högskola und Vertreter der Schwedischen Handelskammer in Erlangen und in Västerås für Unternehmensbesuche und Round Table Gespräche. Über regionale Aktivitäten hinaus werden Innovationsworkshops mit schwedischen und deutschen Unternehmen im Zusammenhang mit zwei jährlichen Konferenzen geplant:

Integrated Plant Engineering Conference (IPEC) im März in Nürnberg und Automation Summit im Oktober Västerås/Göteborg.

Koordinatorin & Information: Kerstin Knabenbauer
Kontakt: info@segeit.com



Schwedischer Salon Stuttgart Deutschlandseminare in Örebro



Zu ihrem zweiten Schwedischen Salon am 6. Juni 2019 in der „Academie der Schönsten Künste“ hatte die Regionalgruppe Stuttgart Herrn Prof. tekn. Dr. Damian Vogt, Direktor des Instituts für Thermische Strömungsmaschinen und Maschinenlaboratorium in Stuttgart zu einem Vortrag zum Thema „Unterschiede zwischen der schwedischen

und deutschen Forschungslandschaft am Beispiel der Turbomaschinenforschung“ eingeladen. In einem regen Austausch ging es um interessante Unterschiede zwischen dem deutschen und schwedischen Hochschulwesen und darum, dass die Schweden im Spannungsfeld zwischen Digitalisierung und Datenschutz einen viel offeneren Umgang mit ihren Forschungsergebnissen pflegen. Ein Dank an Prof. Vogt für die vielen Denkanstöße, die die Teilnehmer auch im Nachgang noch in anregenden Diskussionen – unter anderem zum Thema der nachhaltigen Energiegewinnung – beschäftigten.

Wie macht man erfolgreich mit Deutschland Geschäfte? Gemeinsam mit ihren Beratern informierte die Kammer Anfang Oktober darüber bei der Handelskammer Mälardalen in Örebro. Thomas Ryberg (RYBERG Consulting) referierte über die Makroperspektive des deutschen Marktes und über Personalrekrutierung, Christina Griebeler (kallan Rechtsanwälte) über Fragen der Unternehmensgründung und Brigitte Ellerbeck (btu beraterpartner) über Steuer- und Gehaltsabrechnung.



JCC JCC-Brancheneinblick: Debattenkultur

„In Schweden findet man politisch leichter Gehör“



Zeinab El-Mestrah, JCC

Du hast Politikwissenschaften und internationale Beziehungen studiert, und im Informationsbüro der EU in Schweden gearbeitet. Wenn wir die deutsche und schwedische politische Debattenkultur betrachten, fallen Unterschiede

auf. Beispielsweise sind die „Fridays for Future“-Demonstrationen in diesem Jahr immer größer geworden. In Schweden ist es eher ungewöhnlich, auf den Straßen zu demonstrieren, was in Zentral- und Südeuropa hingegen gewöhnlicher ist. Wie glaubst du, dass es dazu gekommen ist, und glaubst du, dass sich das mittlerweile in Schweden ändert?

Es gibt viele Faktoren, die die unterschiedlichen Debattenkulturen erklären könnten. Ich glaube, dass einer der Faktoren die Geschichte der Länder ist. In Deutschland leben Generationen, die heute noch von den Folgen der Weltkriege - und der deutschen Teilung - betroffen sind. Ich denke, dass die Deutschen deshalb einen Bedarf an einer mutigeren Debattenkultur haben,

um ähnliche Ereignisse in der Zukunft zu vermeiden. In Schweden sieht die Situation etwas anders aus, da im Land seit über 200 Jahren Frieden herrscht. Im Europa Direkt-Büro in Häsleholm arbeitete ich u.a. mit einem Demokratieprojekt, in dem zusammen mit jungen Teilnehmern verschiedene Methoden entwickelt wurden, um junge Menschen in politische Diskussionen einzubeziehen. Unter den Jugendlichen mit ausländischem Hintergrund und die aus kriegsbetroffenen Gebieten stammten, war das Interesse viel größer als unter den Jugendlichen, die in Schweden aufgewachsen sind und die – und deren Eltern – nur in Frieden gelebt haben.

In Schweden sehen wir momentan einen Trend, dass es immer gewöhnlicher wird, Ansichten durch Demonstrationen und Streiks auszudrücken, ähnlich wie in Zentral- und Südeuropa. Dies könnte daran liegen, dass gewisse politische Themen, wie Migrationspolitik, in den letzten Jahren eine große mediale Aufmerksamkeit bekommen haben. Vielleicht hat das auch für andere politische Fragen die Tür geöffnet und zu einer lebhafteren Debattenkultur in Schweden geführt. Soziale Medien haben es Schweden – insbesondere der jüngeren Generation – außerdem ermöglicht,

an den Ereignissen in der Welt täglich teilzunehmen. Die Macht der sozialen Medien spiegelt sich außerdem in dem, was und wie diskutiert wird, wie zum Beispiel „Fridays for Future“.

In Schweden gibt es wenige große Fernseh- und Radiokanäle und Zeitungen, in denen die Bevölkerung ihre Meinung sagen kann. In Deutschland hingegen ist das Angebot größer und vielfältiger. Ist es in einem der Länder einfacher, seiner Stimme politisch Gehör zu verschaffen?

Ja und nein, es kommt auf den Blickwinkel an. In Deutschland kann es für die Bevölkerung leichter sein, ihre Ansicht zu äußern, da sie eine große Auswahl an Medien hat, an die sie sich wenden kann. Der einzelne Bürger kann ein Medium für sich finden, welches seiner eigenen politischen Ansicht entspricht und es ihm damit ermöglicht, für sein Anliegen zu argumentieren. Betrachtet man es jedoch aus einer anderen Perspektive, könnte es durchaus sein, dass es in Schweden einfacher ist. Die schwedische Bevölkerung ist kleiner als die deutsche, was den Druck auf die Medien sinken lässt. Damit gibt es auch mehr Raum für Bürger, in den vorhandenen Medien gehört zu werden.

JCC Mentorenprogramm 2020 – Wollen Sie Mentor werden?

Auch im nächsten Jahr findet das beliebte Mentorenprogramm der Handelskammer statt. Es ist ein Austausch zwischen Neugier und Erfahrung: durch unser Matchingsystem wird ein Young Professional – ein Mentee – mit einem persönlichen Gesprächspartner – ein Mentor – der dem Mentee in Fragen seiner Karriere- und Lebensplanung unterstützt, gematcht. Haben Sie Erfahrungen gemacht, die Sie gerne an einen Young Professional weitergeben würden? Melden Sie sich als Mentor an – wir freuen uns auf Ihr Engagement! Melden Sie sich unter hoffmann@schwedenkammer.de Weitere Informationen finden Sie unter www.schwedenkammer.de/de/junior-chamber-club/mentorenprogramm.



JCC Noch bis zum 8. November anmelden: Junior Chamber Camp 2019

Auch die Junioren feiern das Jubiläum: Im Rahmen der Verleihung des Schwedischen Unternehmenspreises und des 60-jährigen Jubiläums der Schwedischen Handelskammer können alle JCCler wieder am Junior Chamber Camp teilnehmen.

Vom 21.-22. November bietet das Camp dieses Jahr eine Menge Aktivitäten und ganz besondere Programmpunkte, sowie eine vergünstigte Übernachtungsmöglichkeit, die nur für den JCC bereitgestellt wird, und die als Ausgangspunkt für das Camp genutzt wird. Neben dem gemeinsamen Aperitif und dem Besuch der Gala erwartet die Junioren außerdem am nächsten Morgen ein Brunch mit KammerConnect mit Dr. Wiebke Ankersen von der AllBright Stiftung sowie eine exklusive Führung durch den Deutschen Bundestag. Als Abschluss des Junior Chamber Camps gibt es ein gemeinsames Dinner im Restaurant Clärchens Ballhaus.

Würdest du gerne im Camp teilnehmen, bist aber noch kein JCC-Mitglied? Keine Sorge! Auf unserer Webseite findest du Informationen über den Junior Chamber Club und wie du Mitglied werden kannst. Als JCC-Mitglied profitierst du u.a. immer von vergünstigten Eintrittskarten zu unseren Events, kannst im Menteeprogramm teilnehmen, bist ein vollwertiges Mitglied der

Schwedischen Handelskammer und kannst dich mit gleichgesinnten Young Professionals der deutsch-schwedischen Wirtschaft austauschen. Erfahre mehr auf www.schwedenkammer.de/de/junior-chamber-club/ oder kontaktiere uns unter jcc@schwedenkammer.de.



Anmeldung noch bis 8. November möglich!

JCC Gelungene After Works in Hamburg, Berlin und Düsseldorf

Gemeinsam den Feierabend genießen, neue Kontakte knüpfen und alte Bekannte wiedersehen: das können die JCCler und Interessierte unter 40 bei den regelmäßigen After Works des JCC. In Berlin, Hamburg und Düsseldorf trafen sich die Junioren in den letzten Wochen zu entspannten Gesprächen.



Die nächsten After Works sind schon in der Planung. Willst du dabei sein? Schreib eine Mail und lass dich auf die Einladungsliste setzen: jcc@schwedenkammer.de



3 MINUTEN MIT

Pontus Ljungh
Deutsche Bank AG

Ein schwedischer Hesse – im Herzen von Europa!

Aus Schweden nach Frankfurt: Was hat dich nach Deutschland verschlagen?

Ich habe in Lund an der Uni studiert und mit meinem Master bin ich letztendlich in Kiel gelandet. Das habe ich dem Schweden-Stipendium der Stadt Kiel zu verdanken! Damit hat meine Zeit in Deutschland angefangen. In Kiel habe ich auch meine liebe Frau, Merle, kennengelernt. Nach dem Studium war ich erst bei der LB Kiel in Kopenhagen und dann zwei Jahre bei Handelsbanken in Frankfurt. Durch diese Erfahrungen hatte ich einen guten Start ins Bankleben bekommen. Seit 1999 bin ich bei der Deutschen Bank in Frankfurt. Dort bin ich im Bereich Cash Management für die deutschen Versicherungen und deren globales Geschäft verantwortlich. Davor hatte ich von 2009 bis 2012 als Head of Sales aus Stockholm heraus das globale Geschäft für Grosskunden in allen nordischen Ländern aufgebaut. Beide Länder – Deutschland und Schweden – spielen eine wichtige Rolle für uns als Familie. Wir reden alltäglich beide Sprachen mit allen drei Kindern und pflegen beide Kulturen. Unser ältester Sohn (14) hat z.B. gerade ein 3-wöchiges Landbaupraktikum in Schweden gemacht und wir versuchen, häufig nach Schweden zu fahren.

Ebbelwoi und Handkäs mit Musik – bist du schon ein bisschen hessisch geworden in deiner Zeit hier?

Absolut! Weniger Handkäs mit Musik, aber ich liebe die Frankfurter Grüne Soße – mit den leckeren Kräutern! Als Wetterauer gehört eine Begrüßung mit „Gude“ zum Alltag und ich bin ein treuer Eintracht Frankfurt Fan. Deren Wahlspruch „Im Herzen vom Europa“ gefällt mir als wahren Europäer durch und durch besonders gut! Ich liebe die internationale Atmosphäre in Frankfurt genauso wie den ruhigen Ausgleich auf dem Lande.

Du hast 2001 den Junior Chamber Club mitgegründet. Was gab den Ausschlag, den Club zu gründen?

Anfang des Jahres 2000 gab es viele junge Schweden in Frankfurt. Einige hatten zwar Arbeit bei den schwedischen Firmen gefunden, aber wir wollten zudem ein Netzwerk für alle jungen talentierten Personen auch bei den anderen Firmen aufbauen. Christian, Oliver, Johan, Andreas und ich haben fleißig daran gearbeitet, ein Konzept zu entwickeln, das einen Dreh- und Angelpunkt und eine verbindende Plattform für junge Schweden darstellt – mit z.B. Stammtischen, Firmenbe-

suchen und „Studentsittningar“. Wir haben alle tolle Erinnerungen an diese Zeit mit Events und sind sehr stolz darauf, dass unsere Idee und das Konzept in Deutschland weiterlebt. Wir Gründer sind mittlerweile geographisch zerstreut in der Frankfurter Region, Augsburg und Australien! Der Kontakt zwischen uns besteht – wenn auch sporadisch – weiter. Verbunden sein werden wir für immer durch die Zeit des Junior Chamber Club of Commerce!

Alter: 47

Wurzeln: Lund, Südschweden

In der Kammer seit: Mit JCC seit der Gründung 2001

Liebt: Seine Familie, Reisen um neue Kulturen und Perspektiven zu entdecken und die Eintracht Frankfurt!

Hasst: Ich hasse das Wort Hass – braucht die Menschheit nicht!

Lieblingsort: Ein Platz am Wasser mit schönem Wetter, wo der Alltagsstress für meine Familie und mich weit entfernt ist.

Schirmherrin:



Kronprinzessin Victoria von Schweden

Fördermitglieder:



Handelsbanken

Impressum

Herausgeber:

Schwedische Handelskammer in der Bundesrepublik Deutschland e.V.

Sachsenstraße 6

20097 Hamburg

Tel.: 040-6558740

www.schwedenkammer.de

V.i.S.d.P.:

Thomas Ryberg, Präsident

Titelbild: imagebank.sweden

Koordination, Anzeigen, Produktion:

Nordis – Agentur für Kommunikation

Werdener Straße 28

45219 Essen

Tel.: 02054-938 54 0

schwedenkammer@nordis.biz

www.nordis.biz

Kammerkalender 2019

7. November

Frankfurt: Nordic Talking

13. November

Berlin: Business Breakfast

21.-22. November

Berlin: Junior Chamber Camp

21. November

Berlin: 60-jähriges Jubiläum der Handelskammer und Verleihung des Schwedischen Unternehmenspreises 2019

21. November

Berlin: Swedish-German Business Day

5. Dezember

Frankfurt: Nordic Talking

11. Dezember

Berlin: Business Breakfast

12. Dezember

Hamburg: Lucia Opening Party: Einweihung Geschäftsstelle und Kinnarps Co-Lab

13. Dezember

Düsseldorf: Lucia Networking-Frühstück

21. November

Berlin: Feier zum 60-jährigen Kammerjubiläum inkl. Unternehmenspreisverleihung



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

Ihr Kontakt in die Geschäftsstelle

Die Schwedische Handelskammer wird von der Geschäftsstelle in Hamburg aus geleitet. Hier sind wir Ihre Ansprechpartnerinnen für Fragen, Ideen und Anregungen. Melden Sie sich gern per Telefon, E-Mail oder Post bei uns!



Helen Hoffmann

Geschäftsstellenleitung

Tel.: 040-655874-15

hoffmann@schwedenkammer.de



Ylva Åsberg

Trainee

Tel.: 040-6558740-12

asberg@schwedenkammer.de

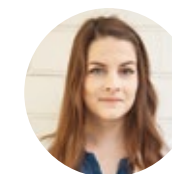


Kerstin Nordström

Projektmanagement

Tel.: 040-655874-14

nordstroem@schwedenkammer.de



Isabelle Westling

Trainee

Tel.: 040-6558740-11

westling@schwedenkammer.de



Charlotte Roggenbuck

Projektmanagement

Tel.: 040-6558740-13

roggenbuck@schwedenkammer.de

Nutzen Sie Schweden aktuell für Ihre Kommunikation!

Die „Schweden aktuell“ erscheint 6 Mal im Jahr. Dies sind die Schwerpunkte der kommenden Ausgabe 6/19: **Kinder, 60 Jahre Kammer: 10er Jahre, Kultur- und Lebensart: Spiele.** Anzeigenschluss ist der **16.11.2019**. Die Mediadata mit Anzeigenpreisen und Terminen für 2019 finden Sie unter www.schwedenkammer.de. Reservieren Sie jetzt Ihre Anzeigen unter 02054-938 54 17 oder schwedenkammer@nordis.biz.



DER VOLVO XC40 PLUG-IN HYBRID.

TYPISCH VOLVO. TYPISCH ANDERS.

Der Volvo XC40 geht seinen ganz eigenen Weg. Jetzt auch mit Plug-in Hybrid Technologie. So sind Sie in der Stadt vollkommen emissionsfrei unterwegs. Gleichzeitig sind Sie dank leistungsstarkem Drive-E-Benzinmotor auf längeren Strecken unabhängig von Ladestationen.

MEHR ERFAHREN UNTER
VOLVOCARS.DE/XC40



VIRTUELL EINSTEIGEN.

Der Volvo XC40 Plug-in Hybrid.
Jetzt hautnah erleben:

XC40-erleben.de

INNOVATION MADE BY SWEDEN.