

SCHWEDEN aktuell



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

Crowdsourcing
**Sharing Economy
in Schweden**



Private Equity
Geld mit Geduld



SHK online:
Neue Webinare



Ihre Vorteile als Kammermitglied



>> Kontakte + Networking

Unsere Mitglieder sind die Basis der lebendigen Plattform, auf der Sie agieren. Hier finden Sie Kontakt zu potenziellen Geschäftspartnern, Spezialisten, Gleichgesinnten oder zu neuen Zielgruppen – über den exklusiven oder vergünstigten Eintritt zu unseren Veranstaltungen oder über die Kontaktvermittlung in der Geschäftsstelle.

>> Kommunikation, Präsentation + Marketing

Nutzen Sie unsere Kanäle für Ihre Unternehmenskommunikation. Je nach Mitgliedskategorie eröffnen sich zahlreiche Möglichkeiten: vom Logo-Premiumpplatz auf der Homepage, Inhalte in unseren sozialen Medien über die Möglichkeit einer rabattierten Anzeige in unserer Zeitschrift Schweden Aktuell.

>> Veranstaltungen

Präsentieren Sie sich und Ihr Unternehmen als Mitveranstalter oder Sponsor unserer jährlich rund 100 regionalen und bundesweiten Events, die die schwedische Wirtschaft in Deutschland zusammenbringen – in der aktuellen Situation auch virtuell. Stellen Sie Ihr Unternehmen mit einem eigenen Event in den Fokus oder werden Sie auf unseren großen Galas sichtbar. Als Gast zahlen Sie und alle Ihre Mitarbeiter stets nur den vergünstigten Mitgliedspreis.

>> Member2Member-Programm

Erreichen Sie neue Kunden und erhöhen Sie die Bekanntheit Ihrer Marke mit unserem Member2Member-Programm. Sie bieten Ihre Produkte oder Dienstleistungen zu einem vergünstigten Preis anderen Mitgliedern an, die Kammer sorgt für die Bewerbung über das Member2Member-Programm.

>> Information + Service

Als Mitglied erhalten Sie Einladungen zu allen Veranstaltungen in den von Ihnen präferierten Regionen. Unsere Zeitschrift Schweden Aktuell informiert Sie mit wirtschaftlich interessanten Entwicklungen in Schweden und Deutschland. Außerdem steht Ihnen der Online-Stellenmarkt für Ihre Personalsuche kostenfrei zur Verfügung.



Wir bleiben verbunden

Liebe Mitglieder und Freunde der Schwedischen Handelskammer,

während ich diese Zeilen schreibe, sind wir weiter im Ausnahmezustand. Oft seit Monaten im Home Office, haben wir Kollegen und Geschäftspartner seit gefühlten Ewigkeiten nicht mehr live gesehen. Dafür sind wir mittlerweile alle Profis in der digitalen Fernzusammenarbeit – und ich freue mich, wie gut das auch in unserer Handelskammer klappt. Waren Sie bei einem der Webinare dabei, haben Sie vielleicht mit uns beim Business Breakfast gefrühstückt und diskutiert oder eine gemeinsame Fika-Pause am einem Freitag gemacht? Netzwerken, etwas, das wir bisher stets nur vom direkten Treffen im gleichen physischen Raum kannten, kann auch online funktionieren. Diese Krise zeigt: unser Verein ist agil und unsere Mitglieder neuen Konzepten gegenüber aufgeschlossen. Darauf können wir stolz sein!

Natürlich ist es nicht das Gleiche, wenn wir vor unseren Bildschirmen sitzen und ich sehe schon der Zeit entgegen, wenn wir uns persönlich wiedersehen. Doch bis dahin bleiben wir verbunden und halten den Kontakt über Online-meetings, soziale Medien und über Schweden Aktuell, die Sie in Händen halten. Das Magazin nimmt Sie diesmal mit in die Finanzwelt: in unserem Schwerpunkt zu Private Equity erfahren Sie, wie das kleine Land Schweden als Investor ein großer Player wurde. Der Kulturschwerpunkt richtet sein Augenmerk auf das Thema Schwarmkreativität: Wie gelingen durch Crowdsourcing neue Innovationen und welche besonderen Beispiele gibt es in Schweden, um mit Kunden von Anfang an zusammen Neues zu entwickeln?

Natürlich erfahren Sie in dieser Ausgabe auch, wie unsere erste virtuelle Mitgliederversammlung gelaufen ist: Vier neue Vorstände wurden gewählt. Lernen Sie die Unternehmensvertreter, die sich ab jetzt besonders in die Kammer einbringen, kennen: Sie stellen sich auf den nächsten Seiten vor. Spätestens nach der Lektüre werden Sie mir zustimmen: Trotz Corona ist in der Kammer viel los. Wenn Sie Ideen haben, die Sie – besonders in dieser speziellen Zeit – einbringen wollen, sprechen Sie uns in Vorstand und Geschäftsstelle an. Wir freuen uns, mit Ihnen gemeinsam die Kammer zu gestalten!

Ihre

Anna Jaspert-Markus

Anne Jaspert-Markus

Director Business Excellence & Asset Management Onshore Wind bei Vattenfall
Mitglied des Vorstands und Präsidiums der Schwedischen Handelskammer



Inhalt

- 4 **5 Fragen an...** Frank Kasch, Finanzierung Select
- 5 **Heiter bis schwedisch, Kolumne Lundin**
- 6 **Kurznachrichten**
- 7 **Neumitglieder**
- 8 **Mitglied im Portrait** | Kinnarps
- 9 **Kammerkompetenz** | MCF Corporate Finance
- 10 **Schwarmkreativität** | Wenn Crowdsourcing nach Johannisbeere schmeckt
- 14 **Finanzierungen** | Private Equity: Geld mit Geduld
- 18 **Aus der Kammer** | SHK online
- 21 **JCC**
- 22 **3 Minuten mit** | Fredrik Keerberg
- 23 **Impressum** | Kammerkalender

Frank Kasch, Finanzierung Select

„Immobilienfinanzierung: Schweden kann neue Wege gehen“



Es fällt auf, dass die Eigentumsquote in Schweden mit gut 64 % höher ist als in Deutschland mit 51 %. Woran liegt das?

Historisch hat sich dies in Deutschland aus der Wohnungszwangsbewirtschaftung der Nachkriegszeit und der staatlichen Vergabe von Wohnraum entwickelt. Zudem wurde in den fünfziger Jahren ein massives Wohnungsbauprogramm für den Mietmarkt gestartet, unter anderem mit einer kleinteiligen Privatinvestorenstruktur. In Schweden dagegen wurde bis heute echtes Eigentum mit sehr wenigen Ausnahmen nur im Bereich der Einfamilienhäuser und kleineren Mehrfamilienobjekten realisiert. Hier verspürt man die jeweilige Grundausrichtung der Gesellschaft durch den schwedischen Kollektivgedanken zum einen und das deutsche Individualitäts- und Unabhängigkeitsbestreben zum anderen.

Eigentumswohnungen sind in Schweden gar kein echtes Eigentum?

Genau genommen nicht. Das schwedische Baurecht PBL sah bis 2007 eine Teilung eines gesamten Wohnhauses mit z. B. 20 Parteien nicht vor. Das Haus wurde in „bostadsrätter“ geteilt. Was lediglich ein persönliches und nicht übertragbares „Wohnrecht“ bedeutet. Ein durch Wohnrecht erworbenes Objekt kann man also nicht vermieten. Eine Novellierung des PBL ermöglichte dann die Herauslösung einer Wohnung aus dem Gesamteigentum. Juristisch existiert also heute das echte Eigentumsrecht; de facto dominiert aber der Wohnrechtskauf bis heute mit 96 % den Käufermarkt.

Deutsche Finanzierungen sind eher längerfristig angelegt, in Schweden findet man fast nur variable Angebote. Warum ist das so unterschiedlich?

Beide Formen haben Vor- und Nachteile. Grundsätzlich ist eine Zinsbindung zwischen 15 und 30 Jahren teurer als zwischen 5 bis 10 Monaten. Diese variablen Typen sind eher dem gewerblichen Bauträgergeschäft zuzuordnen. Die Mehrkosten einer langfristigen Finanzierung sind eine Versicherung gegen steigende Zinsen. Wirtschaftlich ist eigentlich jegliche Zinsbindung ein direktes Verlustgeschäft und über den längeren Zeitraum gesehen unnötig. Dagegen steht das menschliche Grundbedürfnis nach Sicherheit und Planbarkeit des Projektes. Für private Kleininvestoren mit sehr geringer Gewinnabsicht steht Planbarkeit im Vordergrund. Die Produktpalette deutscher Banken ist diesem Bedürfnis nach Absicherung angepasst und stellt variable Darlehen kaum zur Verfügung.

Seit 2016 muss auch in Schweden eine Tilgung „eingebaut“ werden. Was hat sich dadurch geändert?

Ziel der Immobilienfinanzierung muss in der Regel sein, die Darlehensschuld spätestens zum Renteneintrittsalter abgetragen zu haben. Hieraus leitet sich also ab, wie hoch prozentuell die Tilgung sein muss. Im Vergleich hierzu war in den neunziger Jahren meine erste Immobilienfinanzierung in Schweden tilgungsausgesetzt. Ein gängiges Muster, bei der sich die Monatsrate lediglich auf die Zahlung von Zinsen beschränkt hat. Dies hat sich europaweit 2016 mit der Einführung einer verbindlichen Tilgungsstruktur grundlegend geändert. Das hat in Schweden die Haushaltsrechnung vor allem von jungen Familien

und Erstkäufern extrem verschlechtert und zur erhöhten Ablehnung von Finanzierungsanfragen geführt. Diese Käufer fehlen dem Immobilienmarkt.

Was können die Märkte voneinander lernen?

Der schwedische Immobilienmarkt ist aktuell in einer veritablen Krise und die Problemfelder sind weit gestreut. Mietpreisbremsen verhindern eine freie Mietpreisgestaltung. Auch fehlt es in großem Maße an Wohnraum für Gering- und Mittelverdiener. Produktionsseitig steigen die Baukosten, die Gemeinden versteigern mit ihrem gesetzlichen Planmonopol zu oft attraktive Wohnbauflächen an Bauträger, statt sie kontrolliert verschiedenen Zwecken zuzuführen. Gleichzeitig verhindern das schwedische Baurecht und regionale Baurichtlinien die Möglichkeiten, preiswerter zu produzieren. Zudem haben Wohnraumproduzenten schon vor Jahren Bauoptionen auf Flächen gekauft, die sie heute nicht verkaufen können. Das Wohnrecht generiert legal nicht vermietbare Eigentumswohnungen, dadurch wird der Schwarzmietmarkt befeuert. Durch dieses „Stockholm-Syndrom“ gibt es kaum noch bezahlbaren Wohnraum, Unternehmen wandern ab, weil Arbeitnehmer nicht mehr rechtzeitig zur Arbeit gelangen können. Bemerkenswert ist, dass Eigentum höher nachgefragt wird, dass aber durch die rückläufigen Finanzierungen weniger gekauft wird. Es fehlt an nachhaltigen Alternativen, die die individuelle Verschuldungsquote durch Anreize senkt. Hier muss die schwedische Politik meines Erachtens unbedingt neue Wege gehen.

*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:

Entspannt lesen mit Readly

Auch die Idee, ein Musikabo zum Streamen anzubieten, kam bekanntlich aus Schweden. Was Spotify zum Hören, ist nun Readly zum Lesen. Für 9,99 pro Monat erhält man den Zugriff auf 5.000 deutschsprachige und internationale Zeitschriften. Dank der bedienungsfreundlichen App findet man problemlos alle Inhalte, die einen individuell interessieren – von Sport über Lifestyle zu Natur, Garten, Reise, Heimwerken oder Unterhaltung. Toll für Familien: Abonnenten können ihre Lieblingsmagazine bequem und digital auf bis zu fünf Geräten gleichzeitig lesen. Auch eine Download-Option ist inklusive für unbeschwertes Lesevergnügen an Orten ohne zuverlässige Internetverbindung oder im hoffentlich anstehenden Sommerurlaub.



Gewinnen Sie! E-Mail genügt!

Wenn Sie eines von drei Jahresabos von je 119,88 € gewinnen wollen, schicken Sie bis zum **6.7.20** eine E-Mail mit dem Stichwort „**Readly**“ und Ihrer Adresse an **schwedenaktuell@nordis.biz**. Über die „Fettnäpfchenführer Schweden“ aus dem Conbook Verlag freuten sich Henrik Rinnert (Düsseldorf), Michael Roin (Worms) und Susann Monske (Hamburg).



Heuschrecken oder Helfer?

Die Heuschrecken sind wieder im Anflug. Wie damals, als sich kurz vor der Finanzkrise vor gut zehn Jahren Finanzinvestoren an Unternehmen beteiligten, die in Schieflage geraten waren oder in denen schlummernde Werte vermutet wurden. Es war die Glanzzeit der privaten Investoren. Aber gesellschaftlich waren die von vielen als „Geierfonds“ bezeichneten Unternehmen umstritten. „Sie bleiben anonym, haben kein Gesicht, fallen wie Heuschreckenschwärme über Unternehmen her, grasen sie ab und ziehen weiter“, kritisierte der damalige SPD-Vorsitzende Franz Müntefering 2005 und forderte strenge Regulierung. Kurz darauf platzte die Immobilien- und Spekulationsblase. Für viele Investoren wurden die durch hohe Kredite finanzierten Übernahmen zum Milliardengrab. Gleichzeitig nutzten einige die Krise aus und schlugen zu bei Unternehmen, die vor der Pleite standen. Es sollte sich auszahlen: die damaligen Investitionen haben seitdem eine jährliche Medianrendite von 18 % ausgewiesen. Nun sind wir wieder in einer vergleichbaren Krise. Und wieder sind die Scouts der Fonds unterwegs. Die meisten Investoren halten das Pulver noch trocken und warten auf Gelegenheiten und auf mehr Klarheit, die es wohl frühestens mit den Zahlen des zweiten Quartals geben wird. Nach Berechnungen des Unternehmensberaters Bain & Company verfügen die Risikoinvestoren weltweit über investierbares Kapital von 1600 Milliarden USD. Dabei richtet sich der Blick zunehmend auf Deutschland, wo schon 2019 Investitionen von 32 Milliarden Euro getätigt wurden. Ganz vorne mit spielt der schwedische Investor EQT, der gerade dabei ist, den deutschen Hersteller von Infektionsmitteln Schülke für 900 Millionen Euro zu übernehmen. Um ein Vielfaches grösser ist der geplante Verkauf von thyssenkrupps Aufzugsparte für 17 Milliarden Euro an die Finanzinvestoren Advent und Cinven. Zum Verkauf steht auch die kriselnde Restaurantkette Vapiano. Bleibt abzuwarten, ob damit wieder eine neue „Heuschreckendebatte“ auf Deutschland zukommt. Denn der Steuerzahler wird die Quittung für die Krisenprogramme erhalten, während die privaten Investoren Rendite machen. Wobei nicht zu vergessen ist, dass totgeweihte Unternehmen gerettet und Arbeitsplätze gesichert werden durch Risikowillen und sonst fehlendes Kapital.

Business Climate Survey

Team Sweden erfasst erstmals das deutsch-schwedische Geschäftsklima

Verkaufskompetenz, Markenbekanntheit und das Zusammenwirken mit den Verbrauchern: Darin sehen schwedische Firmen die Gründe für ihren Erfolg auf dem deutschen Markt. Das ist eines der Ergebnisse, die der Business Climate Survey 2020, der erste deutsch-schwedische Geschäftsklimaindex, festgestellt hat.

In enger Zusammenarbeit mit Business Sweden und der Schwedischen Botschaft führte die Kammer als Team Schweden die Umfrage unter schwedischen Tochtergesellschaften in Deutschland im März und April durch. Erstmals wurde der Survey auf mehreren internationalen Märkten gleichzeitig durchgeführt, sodass die Resultate vergleichbar sind. Nach dem Sommer ist die Präsentation der globalen Ergebnisse geplant. Die Einschätzung schwedischer Tochtergesellschaften auf dem deutschen Markt wurde bereits Ende Mai in einem digitalen Event für Mitglieder und Interessierte vorgestellt. Die Kammermitglieder SKF, Parkster und IKEA analysierten gemeinsam die Ergebnisse und beantworteten Fragen der rund 100 zugeschalteten Teilnehmer.

In Deutschland sind circa 1.500 schwedische Unternehmen aktiv. Die befragten Unternehmen sind vor allem in den Bereichen Industrie, Dienstleistungen und Konsumgüter tätig – und erfolgreich. Die große Mehrheit blickte auf ein profitables Jahr 2019 zurück. „Die Kombination aus deutscher und schwedischer Mentalität ist ein guter Mix, es gibt viele Gemeinsamkeiten und das verträgt sich gut“, erklärte ein Geschäftsführer eines großen schwedischen Einzelhändlers bei der Befragung.

Zu den Vorteilen des deutschen Marktes wurde vor allem dessen Größe, das Bruttoinlandsprodukt und die Diversität der Industrie gezählt. Dem gegenüber stehen als Herausforderungen für die Schweden regionale Unterschiede in den Bundesländern, hohe Personalkosten und eine gewisse Vorliebe der Kunden für eigene, deutsche Lösungen.

Der Report ist jetzt verfügbar und kann auf der Seite der Kammer kostenlos heruntergeladen werden: <https://bit.ly/BCSurvey2020>



Välkomna!

Wir begrüßen unsere neuen Mitglieder



Klarna

ermöglicht Verbrauchern schnell, einfach und sicher offene Zahlungen sofort, später oder in Raten zu begleichen. Klarna arbeitet mit über 205.000 Händlern wie H&M, Spotify, MediaMarkt, Expedia, Adidas oder Deutsche Bahn zusammen und beschäftigt aktuell über 2.500 Mitarbeiter in 17 Ländern. Das Unternehmen, das 2005 gegründet wurde, ist einer der weltweit führenden Zahlungsanbieter und eine lizenzierte Bank.

Readly

ist die neue Art, unbegrenzt Zeitschriften auf Tablets und Smartphones zu lesen. Mit einem monatlich kündbaren Flatrate-Modell, einem breiten Angebot deutscher und internationaler Titel und einer einfach zu bedienenden App erreicht Readly Nutzer, die Magazine modern konsumieren. Readly wurde 2012 gegründet und hat heute Büros in Schweden, Deutschland, Großbritannien und den USA.

Online Media Sweden AB: Cure Media

unterstützt als führender Akteur im Influencer Marketing Marken weltweit dabei, mit Influencer Marketing strategisch und datenorientiert zu arbeiten. Cure Media identifiziert die geeignetsten Influencer für die jeweilige Zielgruppe, Marke und Ziele und verwaltet die gesamte Aktivierung – vom Anfang bis zum Ende.

Cloetta Deutschland

produziert und vermarktet Süßwaren, Schokoladenprodukte, Nüsse, Pastillen, Kaugummi und Pick & Mix-Konzepte. Eines der in den Niederlanden und Skandinavien führenden Süßwarenunternehmen wurde im Jahr 1862 gegründet. Insgesamt werden Produkte von Cloetta auf mehr als 50 Märkten weltweit verkauft.

scaenvic

unterstützt skandinavische Unternehmen beim Eintritt in den deutschen Markt – egal, ob sie Hilfe bei der Identifizierung von Geschäftsmöglichkeiten in Deutschland suchen oder bereits etabliert sind und ihr Geschäft ausbauen möchten. Mit seinem Sitz in Deutschland ist Scaenvic vor Ort und hat langjährige Erfahrung mit der Etablierung von Unternehmen in Deutschland als Unternehmer und Binnenunternehmer.

Erik Ola Holmsved Consulting

hilft seit über fünfundzwanzig Jahren skandinavischen Unternehmen wie Almondy, Pågen, Dafgård, Rootfruit oder Falsalt dabei, ihr Geschäft im DACH-Raum aufzubauen: Von der Gründung über das Marketing bis hin zur Vermittlung von Handelsvertretern. Erik Ola Holmsved Consulting unterstützt außerdem auch deutsche Unternehmen beim Markteintritt in Skandinavien.

FCG Risk & Compliance GmbH

hat seine Wurzeln in der Festlegung schwedischer und internationaler Standards und der praktischen Umsetzung von Finanzregeln in Bezug auf Risiko- und Kapitalmanagement, Konformität und interne Führungsstrukturen sowie Kontrolle für die Marktteilnehmer. FCG Risk & Compliance ist in Schweden, Norwegen, Finnland, Dänemark und Deutschland ansässig und hat seit der Gründung im Jahr 2008 ein Geschäft mit über hundertachtzig Experten aus den Bereichen Recht, Finanzen, Rechnungswesen, Mathematik und Versicherungsstatistik aufgebaut.

FORTSCHRITT GmbH

wappnet die Wirtschaft für zukünftige Trends. Die Think Tank Beratung analysiert Geschäftsmodelle, entwickelt sie weiter und entwirft sie für Ihre Kunden neu. Das Ziel dabei ist die nachhaltige Einführung, so dass Kunden selbst befähigt sind, die Anpassungen bei Prozessen, Organisationsformen und IT-Landschaften selbstständig zu leben und zu betreiben.

Wollen Sie auch Mitglied werden? Melden Sie sich bei uns!

Wir freuen uns auf Ihren Anruf oder Ihre Nachricht unter 040-6558740 und info@schwedenkammer.de



NACHHALTIG VOM ENTWURF BIS ZUM RECYCLING

JOHANNA LJUNGGREN, CORPORATE SUSTAINABILITY MANAGER – KINNARPS AB



Wie kann die Nachhaltigkeit von Produkten verbessert werden, wie kann der erzielte Erfolg kommuniziert werden? Dies ist für viele Unternehmen seit Jahren eine echte Herausforderung.

Johanna Ljunggren, Sie sind Nachhaltigkeitsmanager bei Kinnarps. Wie sind Sie der Herausforderung begegnet?

Ich bin der festen Überzeugung, dass die Nachhaltigkeitsarbeit eines Unternehmens eng mit dem Kerngeschäft verbunden sein und dazu beitragen muss. Nachhaltigkeit spielt eine wichtige Rolle in unserer Strategie und ist ein fester Bestandteil unseres Angebots. Das Aufzeigen des Kundennutzens von nachhaltigen Lösungen sowie der Vorteile für unseren Planeten ist der richtige Weg. Auch unsere eigenen Beschäftigten sind stolz, für ein Unternehmen zu arbeiten, das Nachhaltigkeit ernst nimmt und tatsächlich einen Unterschied macht.

Wenn man die Nachhaltigkeit eines Produkts verbessern möchte, sollte man die gesamte Wertschöpfungskette betrachten, von Design und Herstellung bis hin zur Nutzung und zum Recycling. Dazu gehört, dass das Produkt mit einer hohen Qualität entworfen und hergestellt wird. Es muss flexibel sein und an geänderte Anforderungen angepasst werden können. Natürlich hat die Materialauswahl einen großen Einfluss auf die Nachhaltigkeit des Produkts. Ein weiterer wichtiger Aspekt der Nachhaltigkeit, den wir nicht vergessen sollten, ist die Sicherstellung von sozialer Verantwortung während der gesamten Herstellungs- und Lieferkette. Und um die Auswirkungen auf das Klima zu verringern, müssen die Energiequellen und die Energieintensität für Material, Produktion und Transport untersucht werden. Beispielsweise werden Kinnarps-Produkte mit Decken anstelle von Einmal-Pappkartons als Verpackungsmaterial geliefert. Diese Decken werden wiederverwendet. Das spart mit jedem Container 270 kg Verpackungsmaterial und eine Menge Platz, da wir die Produkte wie ein Puzzle verpacken und so 50 Prozent mehr Produkte auf die Ladefläche passen.

Sie haben Ihr eigenes Tool entwickelt, den Better Effect Index – was ist mit der Akzeptanz und Reaktion von Kunden und der Öffentlichkeit?

Wir haben den Better Effect Index entwickelt, weil wir einen Be-

darf an transparenten Informationen über die Nachhaltigkeitskriterien des einzelnen Produkts sahen. Er wurde sehr gut aufgenommen und das Interesse ist groß. Darüber hinaus wurde der Better Effect Index mit einem Preis ausgezeichnet, der die transparenteren Nachhaltigkeitsinformationen auf Produktebene und die Hervorhebung der Nachhaltigkeit in der Branche würdigt. Der Index wird jedoch ständig weiterentwickelt. Im Bereich "Wiederverwendung" etwa soll die Zirkularität eines Produkts besser einfließen können. Aus diesem Grund beteiligen wir uns an einem entsprechenden Forschungsprojekt.

Was sind Ihre nächsten Ziele?

Wir haben unsere langfristigen Ziele an den Zielen der Vereinten Nationen für nachhaltige Entwicklung ausgerichtet und streben CO2-Neutralität bis 2030 an. Darüber hinaus konzentrieren wir uns auf die Entwicklung nachhaltigerer und zirkulärer Angebote und pilotieren ein nutzungsorientiertes Geschäftsmodell.



Mit dem „Better Effect Index“ bewertet Kinnarps den Nachhaltigkeitsgrad seiner Produkte in sechs Parametern.

Deutsche Unternehmen und schwedische Investoren

„Worauf achten Schweden beim Kauf deutscher Firmen?“

Unternehmenstransaktionen zwischen Schweden und Deutschland sind mittlerweile ein selbstverständlicher Teil der gemeinsamen Wirtschaftsbeziehungen beider Länder. Mit jährlich gut fünfzig Übernahmen sind schwedische Käufer in Deutschland mehr als doppelt so aktiv wie ihre deutschen Investoren in der umgekehrten Konstellation. Das Spektrum der schwedischen Investoren reicht dabei von Finanzinvestoren mit internationaler Ausrichtung über börsennotierte Großkonzerne bis hin zum mittelständischen Familienunternehmen. Schwedische Investoren schätzen an deutschen Unternehmen neben der Nähe zu wesentlichen Kundengruppen besonders den Zugang zum deutschen Binnenmarkt – dem größten Europas. So bietet sich durch Eintritt in den deutschen Markt die Möglichkeit, erfolgreiche schwedische Geschäftsmodelle zu skalieren und die nächste Phase der eigenen Expansion einzuleiten. Auch das weltweit anerkannte Qualitätssiegel „Made in Germany“ reizt schwedische Käufer. Neben einem bestehenden Produktions- und Vertriebsnetz können durch einen Unternehmenskauf zugleich auch lokale Mitarbeiter mit der in Deutschland benötigten Qualifikation gewonnen werden. Diese Vorteile reizen nicht nur privat gehaltene oder börsennotierte Unternehmen. Auch Finanzinvestoren, die dem sogenannten „Buy-and-Build“-Ansatz folgen, ergänzen ihre Investitionen gerne um eine deutsche Tochtergesellschaft.

Verkäufer sorgen sich neben der reinen Kaufpreiserwartung typischerweise auch um weiche Faktoren wie das Vertrauen zu dem möglichen Käufer und die Aussichten für die eigenen Mitarbeiter. Die deutsche Wahrnehmung schwedischer Unternehmen ist hier sehr positiv und geprägt von Technologieführerschaft, bodenständiger Unternehmenskultur sowie der Innovationsoffenheit der Schweden.

Doch auch zwischen schwedischen Investoren und deutschen Verkäufern gibt es kulturelle Unterschiede, die beide für einen erfolgreichen Übernahmeprozess berücksichtigen müssen. So ist bei schwedischen Investoren die höchste Entscheidungsebene oft von Beginn an in die Gespräche eingebunden. Zudem ist die granulare Sorgfältigkeitsprüfung der Schweden für Unternehmer und Manager aus Deutschland nicht selten ein Grund anzunehmen, dass dabei „mit Kanonen auf Spatzen geschossen“ würde. Ein wesentlicher Vorteil der schwedischen Sorgfalt ist jedoch nicht von der Hand zu weisen: Ungewollte Überraschungen sind sehr selten. Haben beide Parteien sich und ihre Zusammenarbeit bereits im Transaktionsprozess auf Herz und Nieren geprüft, sind die weiteren Aussichten umso positiver. Schweden und Deutschland – die Gleichung geht auf.



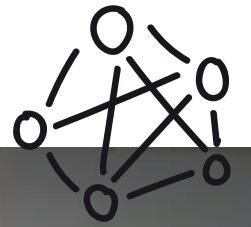
Johannes Brincks
Associate Director
Mob: +49 (0) 151 176 035 86
brincks@mcfcorpfin.com



Stefan Edlich
Partner
Mob: +49 (0) 160 90984207
edlich@mcfcorpfin.com

MCF Corporate Finance
Tel: +49 (0) 40 398 03 160

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



Wenn Crowdsourcing nach Johannisbeere schmeckt

Sharing Economy in Schweden

VON SEBASTIAN EKLUND



Alles ändert sich: Arbeiten wird flexibler, Produkte und Dienstleistungen werden digitaler, Materialismus ist out. Schon vor Corona waren grundlegende Mechanismen der Weltwirtschaft im Wandel, nun beschleunigt sich dieser Prozess erneut. Und auch die Beziehung zwischen Anbieter und Kunde ist nicht mehr wie früher – sie wird immer dialogischer.

Wirtschaft und Gesellschaft müssen sich verändern. Die Flexibilität der Sharing Economy könnte ein Lösungsansatz sein.

Während der Teil des globalen Handels, der vollständig digital geführt wird, immer mehr zunimmt, verliert das Anhäufen materiellen Besitzes an Reiz, insbesondere bei jüngeren Menschen. Wegen des Klimawandels halten viele Verbraucher eine nachhaltige Dienstleistungslösung für intelligenter als ein absolutes Eigentum. In der Sharing Economy wird das, was früher Produkte waren, in vorübergehende Dienstleistungen umgewandelt. Firmen wie Uber und AirBnB sind mit diesem Konzept in kurzer Zeit sehr groß geworden. Denn die Autos oder Wohnungen sind eben nicht im Besitz dieser Firmen. Sie bieten lediglich Plattformen für den Kontakt zwischen den verschiedenen Marktteilnehmern an. Was diese Unternehmen nutzen, ist die Kraft der Masse, in einem Prozess, der als Crowdsourcing bekannt geworden ist.

Als Begriff ist Crowdsourcing verhältnismäßig neu, aber die Methode existiert schon seit langem, oft in Form eines Wettbewerbs, der von einer Regierung oder Institution ausgeschrieben wird, um wertvolle Ideen zu gewinnen. Crowdsourcing bedeutet, dass die Quelle (englisch source) von Arbeit, Ideen oder Gütern in der Menge (englisch crowd) liegt. Dadurch wird mit Crowdsourcing eine große Ergebnisvielfalt erreicht, oft auch eine erhöhte Geschwindigkeit des Prozesses. Ein Beispiel dafür ist „reCAPTCHA“, ein Dienst, der das Netz gegen Spam schützt und gleichzeitig Bücher digitalisiert. Millionen Menschen haben freiwillig durch das Lösen von Captchas zu den Ergebnissen beigetragen, heute ist der Dienst Teil von Google. Aber auch außerhalb der digitalen Welt wird Crowdsourcing genutzt, um die Gesellschaft zu verbessern und durch die Macht der Menge wirtschaftliche Vorteile zu erlangen.

Wirtschaft und Gesellschaft müssen sich verändern – so lautet eine oft genannte Forderung in Folge der aktuellen Corona-Krise. Die Flexibilität der Sharing Economy könnte ein Lösungsansatz sein; Crowdsourcing eine Methode, der es gelingt, das volle Potenzial des Internets erfolgreich zu nutzen und gleichzeitig Menschen zusammenzubringen: eine Form von Kollektivismus, bei dem Enthusiasten Unternehmen bei Produktentwicklung und Marketing helfen.

Schweden als ein Pionier der Digitalisierung gilt als besonders fruchtbarer Ort zur Förderung der Möglichkeiten von Crowdsourcing. Mit seiner Wettbewerbsfähigkeit durch schnelles Internet und gute digitale Infrastruktur kann das Land mit verschiedenen Projekten aufwarten, die als Best Practice für andere Länder dienen können.

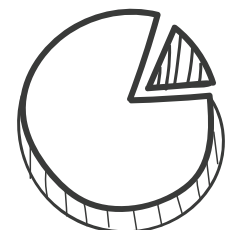


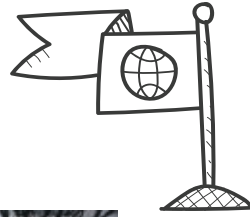
Poppels

Der Geschmack von Crowdsourcing

Beim Crowdsourcing geht es nicht nur um geniale Tech-Startups, um einen Markt neu zu organisieren. Auch ganz neue Produkte werden in enger Zusammenarbeit mit dem Kunden durch Crowdsourcing entwickelt. Die Göteborger Brauerei Poppels braute so 2014 Schwedens erstes Crowdsourcing-Bier.

Die Poppels-Brauerei wollte ein neues Johannisbeer-Bier auf den Markt bringen und von Anfang die Kunden involvieren. Sie luden Privatpersonen ein, die Beeren für das Bier zu sammeln, zum Dank erhielt jeder Mitwirkende eine Verkostung und seinen Namen auf den Flaschen. Die Kunden waren begeistert: im ersten Jahr beteiligten sich 50 Schweden, zwei Jahre später gab es mehr als 1000 freiwillige Beerensammler. Dem Unternehmen hat das öffentliche Engagement genutzt: Die ehemalige Mikrobrauerei Poppels ist mittlerweile gewachsen und verkauft auch außerhalb von Göteborg Bier.





Karma

Die Win-Win-Win-App

Umweltfreundliches Verhalten für die breite Bevölkerung attraktiv zu machen, ist eine der größten Herausforderungen bei der Bekämpfung des Klimawandels. Die schwedische Crowdsourcingfirma Karma bietet eine Lösung an. Per App minimiert sie die Lebensmittelverschwendung, indem sie Besitzer von Restaurants, Supermärkten oder Bäckereien mit Kunden zusammenbringt. Auf diese Weise gibt es drei Gewinner: das Klima, die Eigentümer und die Kunden. Die Verkäufer bieten Überschussware über die App an und Privatpersonen können die Lebensmittel zum reduzierten Preis kaufen.



Leser von Schweden Aktuell kennen das Konzept von der Firma Too Good to Go. Während Karma in den vier Jahren seit seiner Gründung hauptsächlich in Schweden aktiv war, kommt Too Good to Go aus Dänemark und hat seit seiner Gründung 2015 auf dem europäischen Markt stark expandiert, auch in Deutschland. Da Too Good to Go sich aktuell auch in Schweden etabliert, hat Karma also Konkurrenz bekommen – möge der Wettbewerb die gute Sache beflügeln.

Heute findet man Karma-verbundene Firmen in 225 Städten, die meisten in Schweden aktiv, aber die „Zero-Waste“-Bemühung hat sich auch auf Frankreich und Großbritannien ausgedehnt. Die mit der App verbundene Online-Gemeinschaft ist so entwickelt, dass sie das Verbreiten von Karma in neuen Städten so leicht wie möglich macht. Wer neue Verkäufer anwirbt, bekommt auch eine Ermäßigung.

Mapillary

Zusammen die Welt kartografieren

Wer wagt es, den Megakonzern Google in einem seiner Kernbereiche herauszufordern? Die schwedische Crowdsourcingfirma Mapillary. Sie verfolgt ein erstaunlich ehrgeiziges Projekt: die ganze Welt kartografieren mit ehrenamtlichen Laien und deren Smartphones.

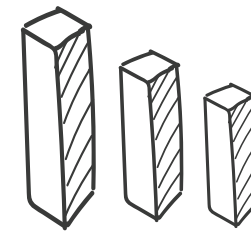
Seit 2013 erstellt sie Karten mit georeferenzierten Fotos, also Fotos mit Angaben zum Standort. Das Material kommt ausschließlich von den Nutzern, die heute in 190 Ländern zu finden sind. So funktioniert es: der Anwender lädt die Mapillaryapp herunter, erhält Zugang zu den Karten der App sowie ihre Streetview-Funktion und kann mit seinem eigenen Bilden zu Mapillary beitragen. Das Ergebnis besteht aus ungewöhnlich genauen Daten über die physische Welt, die in einem breiten Spektrum von Bereichen verwendet werden können. Insbesondere kooperiert Mapillary mit Unternehmen, die selbstfahrende Autos entwickeln, um deren Software mit besseren Datengrundlagen zu versorgen. Obwohl Mapillary einen kaum verhohlenen Stolz darauf zu haben scheint, nicht bei Google zu sein, arbeiten sie seit 2018 mit einer anderen amerikanischen Megafirma, Amazon, zusammen. Mapillary nutzt „Amazon Recognition“, um die Texte von Straßenschildern zu lesen.



Skjutsgruppen

Das neue Gesicht der Fahrgemeinschaften

Auch bereits bestehende Konzepte können durch Crowdsourcing gewinnen – oft werden sie regelrecht revolutioniert. Ein Beispiel dafür ist der Verein Skjutsgruppen, der per App Kontakt zwischen Menschen, die gemeinsam fahren möchten, vermittelt. Der Benutzer gibt ein, wohin er fahren will oder wird und wird mit Menschen zusammengebracht, die sich für die Route interessieren. Das Ziel heißt Nachhaltigkeit und die „Bewegung“, wie die Gründer ihre Initiative bevorzugt nennen, ist ehrenamtlich. Die Benutzer können die Fahrkosten fair aufteilen oder ganz auf Bezahlung verzichten. Immerhin 10.000 Downloads verzeichnet die App bereits.



Vuollerim

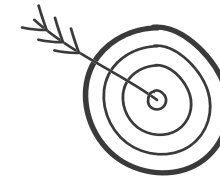
Crowdsourcing auf Dorfebene im Polarkreis

Im hohen Norden Schwedens, am Polarkreis, liegt das kleine Dorf Vuollerim. Etwa sechshundert Leute wohnen hier und viele davon haben beigetragen, dass ihr Dorf weltbekannt wurde. Denn hier in der Wildnis der lappländischen Wälder und Gebirge, gibt es eine florierende Crowdsourcingbewegung. Als der größte lokale Arbeitgeber die Aktivität im Kraftwerk Vuollerim verringerte, sind die Einwohner zusammengekommen. Das erste Ergebnis war eine wirtschaftliche Vereinigung, die Unternehmer und Bürger zusammenführte. Die Vereinigung kaufte Unternehmen, die für das lokale Leben wichtig waren und die in der Existenz bedroht waren, zum Beispiel den Eisenwarenhandel. Der Erfolg machte den Einwohnern Lust auf mehr von dieser analogen Variante von Crowdsourcing.

Heute kann man in Vuollerim sieben Crowdsourcingbetriebe finden, die zwischen fünfzig bis einhundertfünfzig Eigentümer ha-



ben. Ihr Tätigkeitsbereich liegt in dem, was für das Dorf nutzbar ist, zum Beispiel Tourismus, Käseproduktion und Bildung. Damit haben die Einwohner ihr Dorf weltbekannt gemacht. Zwei Mal war Vuollerim Gastgeber für die Internationale Vereinigung „Crowdsourcing Week“, die Unternehmer, Experten und Wissenschaftler aus der ganzen Welt anzieht. Der Gründer Epi Ludvik beschreibt die Entwicklung in Vuollerim als ein Beispiel dafür, was Crowdsourcing für das Leben auf dem Land bedeuten könnte. Vuollerim beweist: Crowdsourcing ist nicht nur etwas für brillante Techstartups in den Großstädten ist, sondern kann auch das Leben auf dem Land durch Innovation und Gemeinschaft verbessern.



SprinkelBit

Mit Crowdsourcing investieren lernen

Warum nicht den Profis folgen? Das ist der Slogan der schwedischen Firma SprinkelBit, einem Investitionssimulator, der Wissen selbst als Material für Crowdsourcing benutzt. Die Idee ist verhältnismäßig einfach: man lernt am besten durch Übung und von anderen, die mehr Erfahrung haben. Obwohl man heute auch mit SprinkelBit echtes Geld investieren kann, liegt der Schwerpunkt immer noch auf virtuellem Lernen, um seine Fähigkeiten als Investor zu verbessern. Bei der Registrierung bekommt der Benutzer 5.000 SprinkelBucks, die Währung der Plattform, um sie frei zu investieren wie er oder sie möchte. Die Plattform bietet die Möglichkeit, die Aktivitäten erfolgreicher Investoren zu verfolgen und mit Gleichgesinnten über den Aktienmarkt zu reden. Dadurch bekommt man wertvolle Informationen darüber, wie die Börse funktioniert und was eine gute Investition ausmacht.

Der Gründer Alexander Wallin hat es durch SprinkelBit von der westschwedischen Insel Tjörn nach New York geschafft. Aus seiner Idee, investieren mit Hilfe von Crowdsourcing und Technologie einfach zu machen, entwickelte sich ein globales Unternehmen mit Zehntausenden von Benutzern.



PRIVATE EQUITY: GELD MIT GEDULD

VON PETER MARX

Ein Unternehmen, das wachsen und sich entwickeln will, braucht dafür meistens eins: Geld von außen. Die klassischen Wege sind Bankdarlehen, der Gang an die Börse – oder die außerbörsliche Veräußerung von Firmenanteilen an Investoren. Handelt es sich um junge Unternehmen mit großen Chancen, aber auch großen Risiken, spricht man von Venture Capital oder Risikokapital.

Aber auch für bereits etablierte Firmen ist privates Beteiligungskapital immer öfter eine Option. Meist handelt es sich dabei um mittelständische Unternehmen, zum Teil aber auch um Konzerne: Private Equity hat in den zurückliegenden Jahren immer mehr an Bedeutung gewonnen. Besonders Schweden wartet mit beachtlichen Akteuren im Segment der privaten Beteiligungen auf. Fernsehformate wie „Die Höhle der Löwen“ haben das Thema Venture Capital populär gemacht. Gespannt verfolgen die Zuschauer mit, wie Jungunternehmer clevere Konzepte vorstellen, mit denen sie ganz groß rauskommen wollen. Doch während es beim Venture Capital meist um Minderheitsbeteiligungen geht – investiert wird, um die Gründer bei der Realisierung eines spannenden Projektes zu unterstützen, in der Spekulation auf großes Wachstum – geht es beim Private Equity um bereits erfolgreiche Firmen, die in der Regel ganz oder mindestens mehrheitlich verkauft werden. Das Geld geht also in der Regel nicht in die Firma, sondern an den Vorbesitzer.

Langfristiges Investment

Entscheidend bei dieser Anlageform ist der vergleichsweise lange Zeithorizont. Während man Aktien jederzeit wieder veräußern kann, sind Private Equity-Anlagen mittel- bis langfristig orientiert; im Durchschnitt werden die Anteile drei bis fünf Jahre gehalten. Das Ziel ist es schließlich, den Wert der jeweiligen Firma zu steigern und diese mit möglichst hohem Gewinn weiter zu veräußern. Das durch Hollywoodfilme gezeichnete und durch Franz Müntefering sprichwörtlich gewordene Image von Privatinvestoren als „Heuschrecken“ mag in Ausnahmefällen zutreffen, in der Regel ist es aber nicht das Interesse der Geldgeber, die gekauften Firmen zu filetieren, sondern eben langfristig zu entwickeln – durchaus zum Wohle auch der Mitarbeiter. Doch woher kommt das Geld? Die Kapitalgeber können private oder institu-

tionelle Anleger sein; häufig sind es auf diese Beteiligungsform spezialisierte Kapitalbeteiligungsgesellschaften, die daher auch Private-Equity-Gesellschaften (PEG) genannt werden. Industrieunternehmen und Versicherungsgesellschaften werden zunehmend auf diesem Gebiet tätig.

**Es ist durchaus möglich,
auch mit kleinen monatlichen
Beiträgen in Private Equity
zu investieren.**

Auch als Kleinanleger kann man in Private Equity investieren – allerdings nur mittelbar. Da viele etablierte Gesellschaften nur institutionellen Investoren oder sehr vermögenden Privatpersonen offenstehen, bildet sich seit einigen Jahren auch ein Fonds-Segment für Kleinanleger heraus. Die meisten dieser sogenannten Retailfonds sind als geschlossene Fonds ausgelegt, die im Rahmen eines Dachfondskonzepts wieder in große Private-Equity-Fonds investieren. Es ist also durchaus möglich, auch mit kleinen monatlichen Beiträgen in Private Equity zu investieren, wenn man bereit ist, das Geld für einen langen Zeitraum aus der Hand zu geben – zum Beispiel als Teil der privaten Altersvorsorge. Zudem haben in den vergangenen Jahren mehrere Beteiligungsfirmen den Sprung an die Börse gemacht. So sind große US-Konzerne wie KKR, Blackstone, Carlyle und Apollo gelistet. In Europa sind die schweizerische Partners Group und die britische 3i auf Parkett gegangen. Im September vergangenen Jahres legte der schwedische Finanzinvestor EQT einen sehr erfolgreichen Börsengang hin. Auch über den Kauf von Aktien kann man also mittelbar Private Equity für die private Vermögensanlage nutzen.

EQT – Big Player aus Schweden

Hinter der EQT steht die bekannte schwedische Familie Wallenberg, deren Investmentfirma Investor AB mit einem Minderheitsanteil von 18 % der größte Einzelinvestor bleibt. In den



Private Equity ist ein unverzichtbares Finanzierungsinstrument in fast allen Branchen geworden. Schwedisches Privatkapital steckt z.B. im Ausbau des deutschen Glasfasernetzes (hier im westfälischen Senden per Traktor) oder im Weltmarktführer für orthopädische Prothesen Ottobock.



EQT-Fonds stecken rund 40 Milliarden Euro, zum Besitz gehören Unternehmen mit zusammen 19 Milliarden Euro Umsatz und 110.000 Mitarbeitern. Damit gehört EQT zu den ganz großen Akteuren und rangiert weltweit auf Platz 7 der größten Private-Equity-Unternehmen – deutsche Gesellschaften findet man übrigens nicht unter den Top 50.

Der deutschsprachige Raum zählt aber zu den bevorzugten Regionen, in denen EQT nach Firmen sucht. In Deutschland gehört den Schweden unter anderem eine Minderheits-Beteiligung am weltgrößten Prothesen-Hersteller Ottobock sowie die Mehrheit am Linux-Anbieter Suse. Zu den EQT-Beratern gehört auch eine prominente Deutsche. Die ehemalige Siemens-Personalchefin Janina Kugel ist seit Anfang Mai als Senior Advisor bei der Unternehmensberatung Boston Consulting Group (BCG) u.a. für EQT tätig.

Vor kurzem verkündete EQT die Übernahme von 51 % der Deutschen Glasfaser von der US-amerikanischen Beteiligungsgesellschaft KKR; der kanadische Pensionsfond Omers übernimmt die übrigen 49 %. Bereits im Herbst hatte EQT für rund eine Milliarde Euro den saarländischen Wettbewerber Inexio gekauft, beide Unternehmen sollen nun verschmolzen werden. Obwohl die Deutsche Glasfaser 2018 nur einen Umsatz von 64 Millionen Euro ge-



macht hat, lag der Kaufpreis wohl bei deutlich über 2 Milliarden Euro. Klassisches Private Equity also: die Vorbesitzer verkaufen mit sehr gutem Gewinn, der neue Investor bringt das nötige Kapital mit, weil er große Chancen sieht. Denn die Bundesregierung hat es sich zum Ziel gesetzt, gemeinsam mit den Telekommunikationsunternehmen in Deutschland ein flächendeckendes Gigabit-Netz aufzubauen. Diesen Fokus wollen auch die neuen Eigentümer des Kabelnetzbetreibers an die Spitze ihrer Agenda stellen. EQT und Omers zufolge soll das fusionierte Unternehmen in den kommenden Jahren sieben Milliarden Euro in die hiesige Hochgeschwindigkeits-Internetinfrastruktur investieren. Damit sollen insgesamt über sechs Millionen Glasfaseranschlüsse in der Bundesrepublik gebaut werden. Ein Paradebeispiel für Private Equity: Big Money für ein großes Projekt, mit sehr realen Chancen und einem Investitionshorizont über etliche Jahre.

Nordic Capital: viele institutionelle Anleger

Ein weiterer großer Akteur aus Schweden ist Nordic Capital. Das Unternehmen verwaltet Private-Equity-Fonds und investiert in mittlere und große Unternehmen, über eine Vielzahl von Branchen hinweg mit einem besonderen Fokus auf Healthcare. Wei-

tere Kernsektoren sind Technologie, Zahlungssysteme, Finanzdienstleistungen, Industriegüter und -dienstleistungen sowie Konsumgüter. In der DACH-Region hat Nordic Capital rund drei Milliarden Euro in zehn Unternehmen im Gesundheitssektor investiert.

In Schweden sind heute 1.160 Unternehmen mit einem Umsatz von über 50 Milliarden Euro im Besitz privater Finanzinvestoren.

Das Heuschreckenfeindbild passt auch hier nicht, denn das Kapital stammt von institutionellen Investoren. Pensionsfonds, Staatsfonds, Finanzinstituten, Stiftungen und Familienunternehmen stehen hinter Nordic Capital und zielen auf ein langfristiges Investment in Firmen, um diese durch operative Verbesserungen und transformatives Wachstum weiterzuentwickeln und möglichst sichere Renditen z.B. für Pensionsfonds zu erzielen.

Das Beispiel Nordic Capital zeigt, dass Private Equity auch für mittelständische Unternehmen eine attraktive Finanzierungsform sein kann, etwa wenn Familien ihr Unternehmen (oder Teile davon) veräußern möchten. Bei der Abwicklung solcher Geschäfte helfen spezialisierte Berater, die sich auch in der Schwedischen Handelskammer finden – in den Mitgliedsbanken SEB, Nordea,

Danske Bank und Handelsbanken, bei den großen Anwaltsbüros und bei spezialisierten Beratern wie der MCF Corporate Finance (siehe Beitrag Seite 9).

Der Anteil der Unternehmenstransaktionen unter Beteiligung von Finanzinvestoren wird heute auf 25% geschätzt, mit zunehmender Bedeutung auch für das Segment mittelständischer Unternehmen. Private Equity ermöglicht Anlagen in Zukunftsbranchen und beschafft Kapital für weitreichende Investitionen. In Schweden sind heute 1.160 Unternehmen mit etwa 170.000 Mitarbei-



tern und einem Umsatz von über 50 Milliarden Euro im Besitz privater Finanzinvestoren. Und auch in Deutschland ist Private Equity längst zu einer relevanten Größe geworden, interessant für Mittelständler wie für Konzerne, für professionelle Anleger – und sogar für die eigene, private Altersvorsorge.

Durch Corona in aller Hände: Desinfektionsmittel von der Firma Schülke, die aktuell für 900 Millionen Euro vom schwedischen Private-Equity-Riesen EQT von Air Liquide gekauft wird.

// ERFOLG IN DEUTSCHLAND: BIETEN SIE IHRE KOMPETENZ AN

Nach dem Erfolg der ersten drei Auflagen des schwedischsprachigen Magazins „Framgång i Tyskland“ erscheint in diesem Herbst die neue Ausgabe. Diesmal wird es jedoch nicht nur eine gedruckte Auflage geben, sondern das Heft wird digitaler: Zusätzlich zur Printausgabe erscheint „Framgång i Tyskland“ als E-Magazin, das umfangreich auf unserer Homepage beworben und im Newsletter schwedischer Partner verschickt wird. So werden noch mehr exportinteressierte Unternehmen in Schweden angesprochen.

Bieten Sie Dienstleistungen, die die Etablierung neuer Tochtergesellschaften in Deutschland begleiten? Ergreifen Sie diese Gelegenheit, an Deutschland interessierte Unternehmen in Schweden direkt anzusprechen und werden Sie in der neuen „Framgång i Tyskland“ sichtbar.

Alle Informationen zu Anzeigenpreisen, Beraterangeboten und dem Early Bird Rabatt finden Sie auf schwedenkammer.de.

Kontakt: Peter Marx, 02054-938 54 17, anzeigen@nordis.biz

Framgång i Tyskland

NEUAUFLAGE 2020

Print + Online



Early Bird: 15 % Rabatt bei Buchung bis Midsommar!

SHK online: Wissensaustausch und Netzwerken in den neuen Webinaren



Als Reaktion auf die durch die Coronakrise bedingten Einschränkungen lancierte die Kammer ab März eigene **Webinarreihen**. Die ersten Webinare, die in Zusammenarbeit mit den Beratern der Kammer durchgeführt wurden, drehten sich um durch die Ausnahmesituation verursachte Fragestellungen von Unternehmensfinanzierung über Kurzarbeit bis hin zum Arbeiten im Home Office. Auch in Kooperationen mit den anderen schwedischen Handelskammern im Ausland, mit denen die Kammer im Netzwerk Swedish Chambers International engen Kontakt hält, fanden mehrere Webinare statt. Auch das informelle Netzwerken fand seinen Platz im virtuellen Raum: Der Junior Chamber Club traf sich Ende April zur gemeinsamen digitalen **Weinprobe**. JCler Tobias Koch, der gerade eine Ausbildung zum Winzer absolviert, teilte sein Wissen beim Skill-sharing mit den über 30 Junioren. Zuvor konnten die Teilnehmer ein exklusives Weinpaket bestellen, so dass die Gruppe mit den gleichen Weinen gemeinsam die Probe durchführen konnte.



Schützt nebenbei den Führerschein: Weinprobe mit Webinar

Das **Swedish Business Breakfast** der Regionalgruppe Berlin zog wenig später nach und lud zum Netzwerktreffen online ein. Als Auftaktimpuls gaben Thomas Greitzke und Anna-Jasper Martens Einblicke in die Reaktionen ihrer Unternehmen auf die neue Situation, Thilo Schulz skizzierte die geltenden Regelungen rund um Mietfragen. Beim morgendlichen Kaffee ergab sich eine rege Diskussion zwischen den Teilnehmern, die dank der örtlichen Unabhängigkeit des Onlineangebots, auch außerhalb Berlins teilnehmen konnten.

Auch gemeinsame **Webinare mit Mitgliedsfirmen**, bei denen diese über Themen innerhalb ihres Expertenbereichs informieren, konnte die Kammer kurzfristig umsetzen. So sprach z.B. Peter

Labohm (Kinnarps) über die Veränderungen in der Arbeitswelt durch die Entdeckung positiver Aspekte des Home Office, und Laura Kylliäinen (Aino Health) informierte über das Thema Well-being in Krisenzeiten.



Das erste virtuelle Swedish Business Breakfast war ein voller Erfolg

Mit Abstand trotzdem zusammen sein und eine gemeinsame Pause genießen: diesem Mitgliederwunsch kam die Kammer Ende Mai mit dem Start der virtuellen **Fika** nach. Zur typisch schwedischen Tradition fredagsfika waren alle Mitglieder an den digitalen Kaffeetisch geladen. Damit nichts zur gelungenen Fika fehlte, packte die Geschäftsstelle rund 50 Fikaboxen mit der neu gestalteten Schwedenkammer-Fikatasche sowie dem passenden schwedischen Gebäck. Dank der Unterstützung von Parkster und dem Gebäcksponsor von Fördermitglied Ikea konnte die Aktion schnell umgesetzt werden. Die große positive Resonanz schuf die Grundlage für weitere Fikatreffen: Auch in den nächsten Wochen können Mitglieder sich um 15 Uhr freitags zum gemeinsamen Kaffeetreffen einloggen. Wer noch keine Fikabox hat, kann diese bestellen, solange der Vorrat reicht.



Erfolgreiche virtuelle Mitgliederversammlung



Über 60 Mitglieder der Schwedischen Handelskammer fanden sich Mitte Mai vor den Bildschirmen zusammen und nahmen an der Jahresmitgliederversammlung teil – erstmals virtuell. Neben den nötigen Abstimmungen und Wahlen erhielten die Mitglieder einen ausführlichen Rückblick auf die Aktivitäten der Kammer. Auch die Pläne für die nächsten Monate wurden vorgestellt. „Wir wollen interessante Angebote für unsere Mitglieder machen und planen trotz der Unsicherheit, aber mit größerer Flexibilität“, sagte Geschäftsstellenleiterin Helen Hoffmann, die den Mitgliedern berichtete.

Auch die Wahl der Vorstandsmitglieder wurde abgehalten, so dass die Kammer sich über vier neue Vorstände freuen kann: Annika Brunnéd (Handelsbanken Frankfurt), Klaus Schalk (Kinnarps GmbH), Henning Dierks (Sandvik Holding GmbH) und Stephan Karl (Tetra Pak GmbH & Co. KG).

Präsident Thomas Ryberg zeigte sich begeistert über die rege Teilnahme an der Versammlung. „Noch schöner wäre es gewesen, wenn ich Sie alle persönlich hätte treffen können“, befand er und freut sich auf ein baldiges Wiedersehen.

Vier neue Vorstände stellen sich vor

Annika Brunnéd
Handelsbanken



Ich bin in Nordschweden aufgewachsen, habe an der Universität Stockholm studiert, bin verheiratet und habe drei Kinder - eine Tochter im Alter von 22 Jahren und zwei Söhne im Alter von 20 Jahren. Ich segle gerne und habe in den letzten zwei Jahren am weltgrößten Offshore-Rennwettbewerb „Gotland Runt“ teilgenommen. Ich mag auch Skifahren, Wandern und Reisen. Seit 1984 bin ich bei Svenska Handelsbanken AB, seit 2019 als General Manager in Frankfurt am Main verantwortlich für Deutschland, Luxemburg, Frankreich und Spanien.

Warum hast du dich für ein Engagement im Vorstand entschieden?

Handelsbanken ist seit vielen Jahren ein Fördermitglied und wir schätzen die Arbeitsweise der Handelskammer, um eine Plattform für die Zusammenarbeit, für Treffen und den Austausch von Ideen zwischen den Ländern zu schaffen. Durch die Arbeit der Handelskammer erhält man Zugang zu Wissen, Erfahrung und Kontakten sowohl auf nationaler als

auch auf regionaler Ebene. Dies macht es zugleich natürlich und wichtig und anregend, sich an der Arbeit der Handelskammer zu beteiligen. Deutschland ist Schwedens größter Handelspartner und wir stehen uns seit vielen Jahren nahe, wirtschaftlich, kulturell und nicht zuletzt historisch.

Worauf freust du dich besonders in der Zusammenarbeit?

Persönlich als neu gewähltes Mitglied des Vorstands der Schwedischen Handelskammer freue ich mich darauf, Erfahrungen auszutauschen und zu einer verstärkten Zusammenarbeit zwischen den Ländern beizutragen. Bei der internationalen Arbeit bieten Foren wie die Handelskammer eine hervorragende Plattform, um das Geschäftsklima und die Kultur des Landes besser zu verstehen. Es ist auch interessant, die Politik in den verschiedenen Ländern zu verfolgen und Berichte sowohl von der Botschaft als auch von Business Sweden zu erhalten.

Henning Dierks
Sandvik Holding GmbH



Ich wurde 1970 in Bremen geboren, bin verheiratet, wir haben 2 Kinder und wohnen in Essen-Kettwig. Ich bin seit 15 Jahren für Sandvik in verschiedenen Positionen tätig. Seit gut 6 Jahren nun als CFO für den Bereich Captive Customer Finance, davon drei Jahre ansässig in Stockholm. Gleichzeitig bin ich Geschäftsführer für mehrere deutsche Sandvik Gesellschaften. Mein Diplom habe ich an der Uni in Münster absolviert. Im Anschluss daran war ich noch mehrere Jahre für die KPMG in Düsseldorf gearbeitet.

Warum hast du dich für ein Engagement im Vorstand entschieden?

Ich freue mich SANDVIK im Vorstand der Handelskammer vertreten zu können und mich für die Inte-

ressen von schwedischen Unternehmen in Deutschland einzusetzen. Hierbei kann mir meine mehr als fünfzehnjährige Tätigkeit für Sandvik sowie mein dreijähriger Aufenthalt in Schweden sicherlich helfen. Deutschland ist ein sehr wichtiger Markt für uns.

Worauf freust du dich besonders in der Zusammenarbeit?

Ich freue mich auf viele neue und interessante Kontakte sowie den Austausch mit anderen schwedischen Unternehmen in Deutschland. Ich verfolge schon seit langer Zeit all die interessanten Veranstaltungen, die neue Sichtweisen ermöglichen, sowie den aktiven Austausch mit anderen Geschäftszweigen.

Klaus Schalk
Kinnarps



Geboren wurde ich am 6.12.1974, ich bin verheiratet und habe einen 15jährigen Sohn. Seit 10 Jahren bin ich bei Kinnarps in verschiedenen Positionen tätig, u.a. als in verschiedenen Positionen unter anderem als Leiter Projektteam, Internationaler Key Account Manager, Sales Director Deutschland und seit März 20 als Managing Director für Deutschland

Warum hast du dich für ein Engagement im Vorstand entschieden?

Da es für mich wichtig ist, die deutsch-schwedischen Beziehungen zu unterstützen und auszubauen. Gleichzeitig möchte ich schwedische Unternehmen

davon überzeugen, der Handelskammer beizutreten und unsere Gemeinschaft schwedischer Unternehmen zu stärken. Zugleich möchte ich mit Events die schwedische Kultur und das skandinavische Flair an Unternehmen weitertragen und diese an unserem schwedischen Leben teilhaben zu lassen.

Worauf freust du dich besonders in der Zusammenarbeit?

Auf viele neue Kontakte, kreativen Austausch interessanter Themen, einfach Teil der schwedischen Handelskammer-Familie in Deutschland zu sein.

Stephan Karl
Tetra Pak



Ich bin 54 Jahre alt, verheiratet und habe zwei Kinder. Mit den Schweden teile ich die Leidenschaft fürs Segeln. Als gelernter Wirtschaftsingenieur startete ich meine Laufbahn 1995 bei Tetra Pak in Hochheim in verschiedenen Positionen im Marketing, Vertrieb, in der Produktion und im Finanzwesen. Nach Leitungsfunktionen im Bereich Finanzen und Controlling in den Niederlanden und in der Unternehmenszentrale in Lausanne, kam ich 2007 als Direktor Finanzen für Zentraleuropa zurück nach Hochheim.

Warum hast du dich für ein Engagement im Vorstand entschieden?

Für mich liegt ein gewisses Selbstverständnis darin, dass wir uns als internationales Unternehmen mit starken schwedischen Wurzeln auch in unse-

ren Ländergesellschaften für die wirtschaftlichen Interessen und Belange dieses Landes engagieren. Unsere Zusammenarbeit im Rahmen der Hannover Messe im letzten Jahr war ein perfekter Start und hat gezeigt, dass wir noch viel gemeinsames Potenzial haben.

Worauf freust du dich besonders in der Zusammenarbeit?

Auf den Austausch und die unterschiedlichen Perspektiven. Alle Mitglieder der SHK haben einen starken Bezug zu Schweden und obwohl wir größtenteils aus komplett verschiedenen Branchen kommen, beschäftigen uns dieselben Themen, wie Nachhaltigkeit, neue Technologien oder aber auch die Förderung junger Talente.

Frauen Netzwerk der Kammer gestartet

Mit Elan und Engagement ist die neue Business Women Initiative der Schwedischen Handelskammer im Mai gestartet. Nachdem sich zahlreiche Interessentinnen gemeldet hatten, organisierte die Taskforce um Ewa Johansson, Bettina Pelikan und Anna Jasper-Martens einen gemeinsamen Zoom-Kickoff, in dem sich die Frauen gegenseitig kennenlernten und Wünsche und Ideen ausgetauscht wurden. Das neue Projekt, das durch die Mitglieder selbst gestaltet und getragen wird, steht noch am Anfang und ist weiterhin offen für alle Frauen, die sich aktiv engagieren und ihre Vorschläge einbringen wollen. Interessentinnen können sich in der Geschäftsstelle melden.



BUSINESS WOMEN INITIATIVE
SCHWEDISCHE HANDELSKAMMER

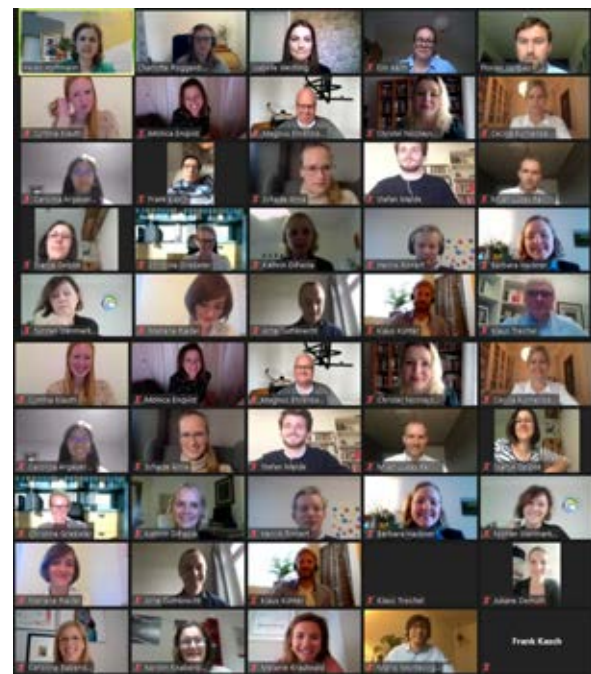
Austausch zwischen Fördermitgliedern und Botschafter Per Thöresson

Die Fördermitglieder sind die strategischen und richtungsweisenden Partner der Kammer. Vor dem Hintergrund der aktuellen Krise lag es deshalb in der Natur der Sache, das Gespräch mit den sieben großen schwedischen Unternehmen zu suchen, die die Kammer maßgeblich unterstützen. Welche Herausforderungen bewegen die Firmen, welche Strategien konnten bereits umgesetzt werden, um Corona zu begegnen und wie können die Kammer und die Mitglieder untereinander sich inspirieren und austauschen? Um diese Themen drehte sich der erste Round Table der Fördermitglieder, der Mitte Mai stattfand. Der Round Table versammelte die Führungskräfte der großen schwedischen Unternehmen, um durch Erfahrungsaustausch in einer kleinen Gruppe Lösungsansätze zu finden und Gedanken auszutauschen. Als Ehrengast nahm Per Thöresson, Botschafter Schwedens in Deutschland, am Round Table teil. Auf diese Weise konnte die Kammer Vertreter der Wirtschaft mit ihren Anliegen mit dem höchstrangigen politischen Vertreter Schwedens in Deutschland zusammen bringen, um in einem exklusiven und geschützten Rahmen zu diskutieren, welche Erfahrungen Unternehmen in der aktuellen Krise machen.

Sie möchten auch strategischer Partner der Kammer werden? Die Geschäftsstelle informiert Sie gern über die Fördermitgliedschaft.

JCC Mentorenprogramm startet mit virtuellem Kick-off

Dreizehn Mentoren, fünfzehn Mentees und ein ganz besonderes Jahr: Im April startete das Mentorenprogramm der Schwedischen Handelskammer 2020/2021 mit einem virtuellen Kick-off. Der ursprüngliche Plan, regionale Auftaktveranstaltungen durchzuführen, war aufgrund des aktuell geltenden Kontaktverbots nicht möglich. Stattdessen machte das online abgehaltene Kick-off ein Treffen in großer überregionaler Runde möglich, bei dem sich sämtliche Mentoren und Mentees des neuen Jahrgangs kennenlernen konnten. „Wenn ich die anderen Mentoren so höre, möchte ich umsatteln und auch Mentee werden“, zeigte sich Mentor Dr. Klaus Werner begeistert von den anderen Mentoren. Dreizehn erfahrene Fach- und Führungskräfte begleiten ein Jahr lang die Young Professionals. Beim Kick-off hatten die neuen Mentor-Mentee-Paare in Breakout-Räumen auch Gelegenheit, sich das erste Mal unter vier Augen zu treffen und Erwartungen und Ziele zu besprechen. Praktische Tipps gab dafür beim Kick-off Henrike Hedel, die im letzten Jahr als Mentee das Programm durchlaufen hatte. „Seid offen, stellt viele Fragen und nutzt dadurch die Möglichkeit, mit einem neutralen Sparrings Partner all die Themen zu besprechen, die Euch bewegen. Ihr werdet automatisch einen anderen Blick auf die Dinge bekommen, die Euch im Berufsalltag selbstverständlich erscheinen und könnt so Eure Entscheidungen und Motivationen besser hinterfragen“, gab sie den neuen Mentees mit auf den Weg.



Beim Online-Kick-off konnten sich die Mentoren und Mentees in Breakouträumen auch unter vier Augen kennenlernen.

JCC-Ehrennadel für MentorInnen des letzten Jahres

Auch in diesem Jahr verlieh der Junior Chamber Club wieder die JCC-Ehrennadel – diesmal an die neunzehn MentorInnen des ersten Durchlaufs des SHK-Mentorenprogramms im Jahr 2019. Die Verleihung der Ehrennadel an mehr als eine Person ist ein Ausnahmefall, der die besondere Aufgeschlossenheit des ersten Mentorenjahrgangs widerspiegelt. „Die Mentoren zeigten sich bereit, dieses neue Konzept auszuprobieren und eine vielversprechende, aber noch unerprobte Idee in die Tat umzusetzen“, erklärte Elin Keim, JCC-Vorsitzende, die Entscheidung. „Mit Aufgeschlossenheit und Einsatz ermöglichten die MentorInnen zwanzig Young Professionals des JCC einen ausführlichen Einblick in den Alltag und die Tätigkeiten von Fach- und Führungskräften der schwedischen Wirtschaft in Deutschland“, lautete die Laudatio. Dieses Engagement würdigte der JCC nun durch die Verleihung der Ehrennadel. Die Ehrennadel erhielten: Anna Jasper-Martens, Bettina Pelikan, Detlef Jöhnk, Dimitris Tsakiris, Dr. Albert Nußbaum, Dr. Juliane

Kronen, Dr. Wiebke Ankersen, Jens Nagel, Johan Wallgren, Lars Ekström, Michael Siebold, Olaf Reus, Patrik Lundberg, Per Thöresson, Prof. Dr. Dieter Schwampe, Sigrun Brümmer, Patrik Lobergh, Kerstin Fuchs und Dr. Klaus Werner.



Einige der Mentoren nahmen am Abschlussdinner im Februar teil

JCC-Brancheneinblick: Sebastian Eklund, Wirtschaftspsychologe und Redakteur

„Uns beeinflussen so lächerliche Faktoren“



Sebastian, Du hast Wirtschaftspsychologie studiert. Worum ging es da genau?

Die Wirtschaftspsychologie ist eine Disziplin der angewandten Psychologie, d.h. es geht darum, psychologische Theorien und Begriffe in der Realität anzuwenden, anstatt nur das Wissen selbst zu fördern. Generell geht es darum, wie sich Menschen in wirtschaftlichen Situationen verhalten. Wie wir Entscheidungen treffen, Werte schätzen und so weiter. In der Wirtschaftswissenschaft galt der Mensch lange Zeit als vollkommenes Wesen, das immer völlig rational handelte, unabhängig von Vorurteilen, Persönlichkeit und Art

der Informationsdarstellung. Natürlich ist es nicht so, dann gäbe es Sachen wie Werbung oder hochverzinsliche Kredite nicht. Wirtschaftspsychologen versuchen zu verstehen, wie sich Menschen in Wirklichkeit in Bezug auf die Wirtschaft verhalten.

Welches Thema fandest Du besonders spannend?

Ich war besonders beeindruckt zu lernen, wie viele eigentlich lächerliche Faktoren uns beeinflussen, wenn wir Entscheidungen treffen. Zum Beispiel, wie das Wetter den Handel an der Börse beeinflusst, oder wie die Menschen die Formulierung „10 % Überlebensrate“ für positiver halten als „90 % Sterblichkeitsrate“, obwohl sie genau dasselbe bedeuten. Menschliches Denken ist faszinierend!

Was sagst Du aus wirtschaftspsychologischer Sicht zum Thema Schwarmkreativität?

Schwarmkreativität ist natürlich ein sehr aufregendes Phänomen, das es zu untersuchen gilt, für jeden Psychologen. Jede wirtschaftliche Entscheidung wird letztlich in einem sozialen Kontext getroffen, sei es in einer Investmentfirma oder auf dem Supermarkt. Wir sind immer auf der Suche nach sozialen Beweisen, dass sich eine Investition lohnt. Die Vorteile der

Schwarmkreativität sind zahlreich, aber sie kann immer noch verbessert werden. Deswegen hat sich die Forschung zu diesem Thema weitgehend darauf konzentriert, wie kognitive „Biases“ (Voreingenommenheiten) beim Crowdsourcing verringert werden können, um die Macht der Massen voll auszuschöpfen. So haben Forscher beispielsweise festgestellt, dass die Berücksichtigung bestimmter kognitiver Aspekte bei der Präsentation einer Crowdsourcing-Aufgabe die Leistung verbessert. Es gibt auch Untersuchungen darüber, warum sich Menschen in Schwarmkreativität engagieren, was die zugrunde liegende Motivation ist. Häufig ist die tatsächliche monetäre Belohnung recht gering oder gar nicht vorhanden, aber es nehmen immer noch hoch qualifizierte Personen teil. Natürlich ist das Konzept auch für Forscher ziemlich neu, aber es scheint einige Anzeichen dafür zu geben, dass die Teilnehmer das Gefühl der Zugehörigkeit zu einer Gemeinschaft schätzen und als solche eine geringere Bezahlung akzeptieren, als sie für ihre Zeit in einem anderen Umfeld erhalten würden. Ich bin gespannt, was man in Zukunft zu diesem Thema entdecken wird!



3 MINUTEN MIT

Fredrik Keerberg
Google

„Ich genieße die Vorteile beider Länder“

Aus Schweden nach Hamburg – was hat dich nach Deutschland verschlagen?

Im Grunde bin ich dreimal nach Deutschland gezogen: Das erste Mal bin ich im Alter von 10 mit meinen Eltern von Göteborg nach Leer, Ostfriesland gezogen. Das zweite Mal bin ich nach dem Studium für meinen ersten Job nach Hamburg gezogen. Nachdem ich in der Schweiz gearbeitet habe, bin ich dann das dritte Mal in die Hansestadt gezogen.

Du bist seit mehreren Jahren persönliches Mitglied in der Kammer. Welchen Mehrwert hat das Netzwerk für dich und vielleicht auch für deinen global ausgerichteten Arbeitgeber?

Ich bin der Handelskammer sehr dankbar, dass ich mit so vielen großartigen Menschen aus unterschiedlichen Branchen zusammen kommen darf. Diese hätte ich sonst nicht kennengelernt. Durch meine Arbeit bei Google habe ich mit vielen tollen Projekten und Kunden zu tun. Ich merke jedoch immer wieder wie schwer es ist, über den Tellerrand der eigenen Branche hinaus zu schauen. Die Aktivitäten der Handelskammer helfen mir, mei-

nen privaten und beruflichen Horizont zu erweitern.

Eine Zeit lang hast du auch im Silicon Valley gearbeitet. Gibt es etwas, was du aus der Zeit in den USA hier in Deutschland vermisst?

Zunächst muss man feststellen, dass San Francisco und „the Bay Area“ sich stark von anderen Teilen der USA unterscheiden. Das Silicon Valley ist extrem international und liberal geprägt. Nach wie vor herrscht dort eine Stimmung des Aufbruchs und der festen Überzeugung, dass jeder mit einer guten Idee die Welt verändern kann. In Deutschland vermisste ich manchmal eine gewisse Leichtigkeit und Entspannung, Sachen einfach mal auszuprobieren. Es muss nicht immer schlecht sein, Teile eines ambitionierten Plans regelmäßig an veränderte Gegebenheiten anzupassen.

USA, Schweiz, Frankreich, Deutschland – du hast schon in vielen Ländern gelebt. Wie viel Schwede steckt noch in dir und woran merkt man das?

Auch wenn ich inzwischen mehr Jahre im Ausland als in Schweden verbracht habe,

bin ich immer wieder überrascht, wie stark mich die Kindheit und die Studentenzeit in Schweden geprägt haben. Für viele Freunde in Schweden bin ich „der Deutsche“, während ich für meine deutschen Bekannten und Kollegen „der Schwede“ bin. In der Hinsicht genieße ich die Vorteile von beiden Ländern.

Alter: 49

Wurzeln: Göteborg

Liebt: Schöne Abende mit tollem Essen, leckere Weine und guten Freunden

Hasst: Hass hat noch nie Probleme gelöst.

Lieblingsort: Die atemberaubende, schwedische Westküste von Bohuslän und die traumhaften Sandstrände rund um Höllviken in Skåne

Schirmherrin:



Kronprinzessin Victoria von Schweden

Fördermitglieder:



VATTENFALL
Handelsbanken

Impressum

Herausgeber:

Schwedische Handelskammer in der Bundesrepublik Deutschland e.V.
Sachsenstraße 6
20097 Hamburg
Tel.: 040-6558740
www.schwedenkammer.de

V.i.S.d.P.:

Thomas Ryberg, Präsident

Titelbild: imagebank.sweden.se

Koordination, Anzeigen, Produktion:

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

Kammerkalender 2020

Unsere vor-Ort-Events müssen aufgrund der aktuellen Situation weiterhin verschoben werden. Das heißt aber keineswegs, dass das Kammernetzwerk nicht aktiv ist: Nutzen Sie unsere Onlineangebote wie die neuen Webinare, die Kammer-Fika, Online-Meetings oder halten Sie Kontakt mit anderen Mitgliedern in der LinkedIn-Gruppe.

Wir wünschen allen einen schönen Sommer und freuen uns auf ein baldiges Wiedersehen!



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



Kerstin Nordström

Projektmanagement
Tel.: 040-655874-14
nordstroem@schwedenkammer.de



Charlotte Roggenbuck

Projektmanagement
Tel.: 040-6558740-13
roggenbuck@schwedenkammer.de



Isabelle Westling

Trainee
Tel.: 040-6558740-11
westling@schwedenkammer.de



Warum lange suchen, wenn Sie Ihre Zielgruppe direkt erreichen können? Auf unserem Stellenmarkt können Sie unkompliziert und kostenlos Jobangebote inserieren: www.bit.ly/shkstellenmarkt

Nutzen Sie Schweden aktuell für Ihre Kommunikation!

Die „Schweden aktuell“ erscheint 6 Mal im Jahr. Dies sind die Schwerpunkte der kommenden Ausgabe 4/20: **Bio-Landwirtschaft/Verarbeitung/Handel, Wald.** Anzeigenschluss ist der **14.8.2020**. Die Mediadata mit Anzeigenpreisen und Terminen für 2020 finden Sie unter www.schwedenkammer.de. Reservieren Sie jetzt Ihre Anzeigen unter 02054-938 5417 oder schwedenkammer@nordis.biz.

Find the best!

Keep the best!

Make the good better!

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 43 0

**Team & Management
Development**

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

www.ryberg-consulting.com

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

RYBERG-CONSULTING
Sweden
Västergatan 20
SE-41313 Göteborg
Tel: +46 (0)31-417 43 0
info.se@ryberg-consulting.com