

Wenn der Elch ruft

Nordische Länder: interessanter Exportmarkt für Firmen aus Ostwestfalen

Tausende von Seen, hundert von Inseln, riesige Waldgebiete und Fjorde: die Länder im Norden Europas bestechen durch ihre wunderschöne Landschaft. In Schweden, Norwegen, Finnland, Dänemark und Island sind viele ostwestfälische Unternehmen fast schon „traditionell“ aktiv.

Das Gütersloher Unternehmen **Miele & Cie. GmbH & Co.** pflegt seit Jahrzehnten Kontakte zu den nordischen Ländern. 1966 gründete der Hausgerätehersteller seine erste Vertriebsgesellschaft in Dänemark. 155 Mitarbeiter sind hier beschäftigt. Mittlerweile unterhält Miele vier Tochtergesellschaften: neben der in Dänemark auch jeweils eine in Norwegen (75 Mitarbeiter), Schweden (78 Mitarbeiter) und Finnland (32 Mitarbeiter). Nur Island wird von einem Importeur betreut.

den werden lediglich die Hauptstädte von dem Miele-Kundendienst betreut. Ansonsten arbeitet das Gütersloher Unternehmen mit Vertragswerkstätten zusammen. „Die nordischen Länder sind sehr dünn besiedelt, für unseren Kundendienst würde das sehr weite Wege bedeuten“, erklärt Volker Hoffmann, Länderbetreuer Skandinavien bei Miele.

Für Hoffmann sind die Länder im Norden Europas der perfekte Absatzmarkt: „Wegen des hohen Lebensstandards lassen sich in diesen Ländern hochwertige Produkte der oberen Preisklasse sehr gut verkaufen. Außerdem herrscht dort eine ähnliche Mentalität wie bei uns: die Nordeuropäer legen ebenfalls sehr viel Wert auf Langlebigkeit und Qualität.“

Besonders der Umweltschutz genießt in diesen Ländern Priorität, mehr noch als in Deutschland. Deshalb hat Miele für den skandinavischen Markt eine eigene Waschmaschine konstruiert. Dieses Gerät erhielt als erste und bislang einzige Waschmaschine den so genannten „weißen Schwan“, das schwedische Umweltiegel. Für Miele insofern eine wichtige

nur wegen ihrer hohen Umweltschutzanforderungen sehr fortschrittlich. Sie geben auch in anderen Bereichen Standards vor. Einige davon wurden sogar auf andere Länder übertragen. Hoffmann nennt ein Beispiel: „Als Wohlfahrtsstaat fördert Schweden sehr stark den kommunalen Wohnungsbau. Diese Häuser besitzen gemeinsame Waschkeller. Deshalb ist Schweden für uns ein guter Absatzmarkt für kleine Gewerbegeräte. Wir hatten anfangs aber das Problem, dass unsere Gewerbewaschmaschinen mit Münzen funktionierten, die Schweden benutzen aber nur noch Chipkarten. Wir haben unsere Geräte deshalb umgestellt. Diesen Standard haben wir später auch für Geräte übernommen, die in anderen Ländern verkauft werden.“

Neueinsteiger sollten sich auf einen Markt konzentrieren

Hoffmann empfiehlt Unternehmen, die in Skandinavien aktiv werden möchten, erst mal mit einem Land anzufangen: „Auch wenn sich diese Länder in mancherlei Hinsicht als eine Einheit begreifen: die Märkte und Preise sind sehr unterschiedlich.“ Norwegen zum Beispiel sei für die Elektrogerätebranche sehr schwierig, weil hier große Handelsketten den Markt beherrschten. Fachhändler wie in Dänemark oder Deutschland gebe es in Norwegen kaum.

Der Wohlstand in den skandinavischen Ländern eröffne einerseits Absatzmöglichkeiten, habe aber auch Nachteile. So sei der Markt in bestimmten Bereichen genau wie in Deutschland übersättigt. „Die sehr gute wirtschaftliche Entwicklung, gerade in Dänemark und Finnland, bietet aber Chancen“, sagt Hoffmann. Das gelte besonders für den Konsumgüterbereich. Sofern das Design stimme und die Farben modisch seien. Volker Hoffmann: „In Deutschland verkaufen wir ja sehr viele weiße und braune Geräte. Die kommen in Skandinavien überhaupt nicht an: Geräte in Edelstahl oder in Schwarz sind gefragt. Außerdem müssen sie ein schlichtes Design haben.“

Doch diese modischen Trends gelten nur für die Kücheneinrichtung. Bei ihrer Kleidung mögen es die Schweden, Dänen,



Design pur: So mögen die Skandinavier ihre Elektrogeräte.

Foto: Miele

Der Grund für die unterschiedlich hohe Mitarbeiterzahl in den einzelnen Vertriebsgesellschaften: Miele hat nur in Dänemark einen komplett eigenen Kundendienst eingerichtet. In den anderen Län-

Auszeichnung, weil in Schweden einer der größten Konkurrenten ansässig ist: das Unternehmen Electrolux, zu dem unter anderen die Marke AEG zählt.

Die nordischen Länder sind aber nicht



Foto: Jørgen Schytte, Danish Tourist Board

Brückenfunktion: Øresundquerung zwischen Dänemark und Schweden als schnelle Verbindung zu den Absatzmärkten Nordeuropas.

Skandinavien & Co.: Europas Märkte hoch im Norden

Zwischen Fisch und Informationstechnologie

Niedrige Arbeitslosigkeit, hohe Dichte an PCs, Internetanschlüssen und Mobiltelefonen sowie beachtliche Exporterlöse – Skandinaviens Wirtschaft glänzte in den vergangenen Jahren mit wahren Erfolgsgeschichten. Auch wenn das Wirtschaftswachstum wegen der allgemeinen Rezession auch im Norden nachlässt: Die fünf skandinavischen Länder Dänemark, Finnland, Island, Norwegen und Schweden bieten nach wie vor viele Möglichkeiten. Was aus dem hohen Norden kommt, wird gern über einen Kamm geschoren: zu Unrecht, denn einen einheitlichen skandinavischen Markt gibt es ganz sicher nicht.

Schon wenn es um den Euro geht, ist es mit den Gemeinsamkeiten vorbei. Lediglich Finnland ist dabei. In Schweden, Dänemark und Norwegen kommt der Euro dagegen durch die Hintertür. Große Unternehmen haben sich schon lange auf die Euro-Einführung vorbereitet, führen Transaktionen in Euro durch und bilanzieren in der Gemeinschaftswährung. Dänemark und Schweden planen voraussichtlich für das Jahr 2003 Volksabstimmungen zur Euro-Einführung. Umfrageergebnisse zeigen in beiden Ländern zurzeit ein leichtes Plus

bei den Euro-Befürwortern. Ausgerechnet Finnland, das erst 1995 der EU beigetreten ist, spielt als einziges Land in der Euro-Liga mit. Das mag auf den ersten Blick verwundern, doch bei näherem Hinsehen passt es ins Bild. Finnland hat sich in den vergangenen Jahren ganz bewusst europäisch orientiert und sich von der Jahrzehnte langen Bindung zum Nachbarn Russland gelöst.

Finland: Wirtschaftswachstum durch Technologie und Bildung

Das Land hat eine der besten Wirtschaftsentwicklungen in der EU und Europa vorgelegt. Insbesondere der Elektrosektor verzeichnet beachtliche Exporterfolge, besonders mit Telekommunikationsgeräten.

Den finnischen Unternehmen kommt hierbei das hohe Bildungsniveau und die Aufgeschlossenheit der Finnen für neue Technologien zugute. Mehr als 70 Prozent aller Finnen besitzen ein Handy, auch bei der Nutzung des Internets liegt Finnland weltweit an der Spitze. Ein Beispiel dafür ist die Traumstory über den Siegeszug von Nokia.

Lange glänzte Finnland mit ausgezeichneten Konjunkturdaten. Doch auch Finnlands Wirtschaftswachstum hat unter dem allgemeinen Abschwung der Weltwirtschaft gelitten. Besonders die Elektro- und die Holz verarbeitende Industrie mussten Exporteinbußen hinnehmen. Ausgerechnet der alte Handelspartner Russland konnte den Rückgang etwas aufhalten, denn der Export ins Nachbarland lag von Januar bis Juni 2001 um 34 Prozent höher als im Jahr zuvor. Über Wachstum freuten sich auch die Lebensmittel-, Chemie- und Bekleidungsbranche. Für 2001 erwartet der Finnische Industrie- und Arbeitgeberverband einen BIP-Anstieg von 0,7 Prozent: deutlich weniger als noch im Frühjahr 2001 vom Institut für Wirtschaftsforschung Etna prognostiziert. Doch für 2002 prognostiziert der Verband dank eines erwarteten Plus im Elektronikexport einen Anstieg des BIP um knapp zwei Prozent, jedoch auch mit höheren Arbeitslosenzahlen von 9,4 Prozent. Diese liegen in Finnland im Allgemeinen höher als in den anderen skandinavischen Ländern, die in den vergangenen Jahren sehr niedrige Raten vorweisen konnten.

Zu den vielversprechenden Branchen für Investitionen aus Deutschland zählen Informationstechnologie und Telekommunikation, Gesundheitsbereich/Medizintechnik und Holzverarbeitung. Bereits

heute haben viele Firmen ihre Technologie- und Internetentwicklungsabteilungen in Finnland. Die Forstindustrie wiederum stellt knapp ein Drittel der finnischen Gesamtausfuhren, wovon allein auf den Papiersektor drei Viertel entfallen.

Weltmeister in IT: Schweden ist führend

Allen skandinavischen Ländern gemeinsam ist ihre große Offenheit gegenüber der Informationstechnologie. Doch ein Land profiliert sich mit dem Thema IT ganz besonders: Schweden. Allein in Deutschland haben sich in den vergangenen Jahren rund 100 schwedische IT-Firmen niedergelassen. Eine eigene Homepage (www.itsweden.com) informiert über alles rund um IT aus Schweden. Ohne Zweifel gilt das Land als führend in den Informationstechnologien, besonders in mobiler Kommunikation, E-Commerce sowie spezialisierter Software. Doch auch an

stieg des BIP schätzt man auf 1,3–1,5 Prozent. 2001 reduzierte sich der Import um 8,3 Prozent, der Export sank um 3,7 Prozent. 2001 war somit das wirtschaftlich schlechteste Jahr seit 1975. Für 2002 schätzt der Exportråd dank der steigenden Nachfrage nach Fahrzeugen und Telekomprodukten einen Ausfuhranstieg von 3,5 Prozent. Auch der Arzneimittelbereich sei vielversprechend.

Neben der neuen IT-Branche zeichnet sich Schweden durch eine lange Tradition in der Umweltechnologie aus. Auch im Energiesektor konnten schwedische Unternehmen von sich reden machen, jüngst durch Vattenfalls Einkaufszug durch deutsche Energieunternehmen. Wenn es um Logistik und Distribution geht, bietet vor allem Småland viele Möglichkeiten. Dank der guten Infrastruktur haben sich zahlreiche deutsche Unternehmen hier niedergelassen und bieten Lager- und Distributionservice an.



Quelle des Wohlstands: Norwegens Öl- und Gasvorkommen.

Foto: Øyrind Hagen, Statoil

Schweden ging die IT-Krise im letzten Jahr nicht spurlos vorbei. Die Aussichten für die schwedische Wirtschaft sind allgemein nicht sehr positiv. 2002 wird kaum mit Veränderungen gerechnet. Den An-

Noch eher als Südschweden nimmt Dänemark eine Brückenfunktion ins restliche Skandinavien ein – nicht zuletzt seit der Eröffnung der Øresundverbindung.

Dänemark: Großes Potenzial für Investoren

Besonders der Großraum Kopenhagen bietet deutschen Investoren günstige Bedingungen. „Invest in Denmark“, die ausländische Firmen bei der Etablierung in Dänemark unterstützt, sieht vor allem in folgenden Branchen Potenzial: IT/Telekommunikation/Elektronik, Nahrungsmittel, Distribution und Servicezentren wie Call Center sowie Medizintechnik/Biotechnologie/Pharmazie – gerade für letztere gedeiht in der Region um den Øresund eine fruchtbare Forschungslandschaft.

Mehr als 1.300 Firmen aus dem Ausland sind inzwischen in Großkopenhagen mit einer Produktionsstätte, Zweigstelle oder Vertriebsbüro präsent. Im Jahr 2000 betrugen ausländische Direktinvestitionen 127,5 Mrd. DKK (= ca. 17,08 Mrd. Euro), eine Steigerung im Vergleich zum Vorjahr von beachtlichen 60,2 Prozent.



Obwohl geographisch nah am Festland, wirkt Norwegen oft weit entfernt, was an der ablehnenden Haltung der Norweger gegenüber der EU liegen mag. Seine Autonomie meint Norwegen sich leisten zu können. Denn dank der Öl- und Gasvorkommen in der Nordsee genießt das Küstenland einen hohen Lebensstandard und gefüllte Spartöpfe.

Norwegen: Reich durch Öl, Gas und Fisch

Im Laufe der vergangenen 25–30 Jahre wurden in Norwegen erhebliche Mengen Erdöl und Erdgas gefördert; das Land ist der weltweit drittgrößte Exporteur von Rohöl und der viertgrößte von Gas. Die Öl- und Gasbranche verspricht auch ausländischen Unternehmen ein interessantes Potenzial für Kooperationen und Handel. Neben Öl und Gas zählen Fischereierzeugnisse zu den wichtigen Exportartikeln.

Deutschen Fischverarbeitern, Zulieferern und Dienstleistern bieten sich in Nor-



in der Infrastruktur nutzen. Wie Dänemark und Schweden hat Norwegen eine niedrige Arbeitslosenrate (derzeit um 3,3 Prozent). Die Kehrseite: Fachkräftemangel. Vor allem im Gesundheitswesen werden Ärzte und Pflegepersonal gesucht. Auch Ingenieure sind Mangelware.

Island: Exportplus durch Fisch und Aluminium

Wer bei Island zuerst an Fisch denkt, liegt ganz richtig. Insgesamt sorgte die Ausfuhr von Fischprodukten, aber auch von Aluminium, im vergangenen Jahr für ein Exportplus: Von Januar bis November 2001 stieg die Gesamtausfuhr um acht Prozent, allein 62 Prozent davon machten Fischprodukte aus.

Islands Wirtschaftswachstum wird nach vielen starken Jahren jetzt auf ein geringeres Level sinken, vermutet die Deutsch-Islandische Wirtschaftsvereinigung. Die Bilanz weist für 2001 ein Zahlungsdefizit auf und die Inflationsrate ist hoch, mit einer



Impressionen aus dem hohen Norden: Bilderbuchlandschaften, frischer Fisch und Geschichten von tapferen Wikingern.

Fotos (3): Danish Tourist Board

Auch wenn die dänische Wirtschaft über das nachlassende Wachstum jammert, bisher steht das Königreich trotz schlechter Konjunkturlage noch recht gut da. In den zurückliegenden acht Jahren wuchs die Wirtschaft konstant, so dass schon eine Stagnation als Abstieg empfunden wird. Von September bis November 2001 sank der Export um drei Prozent, der Import um 7,4 Prozent. Lediglich Dänemarks Landwirtschaft erzielte mit einem Export von 59 Mrd. Kronen (7,9 Mrd. Euro) trotz schlechten Erntewetters und BSE-Problemen ein Rekordergebnis.

Viel Bewegung herrscht zurzeit im öffentlichen Sektor. Dänemarks neue Regierung um Ministerpräsident Fogh Rasmussen spart bei Ministerien und staatlichen Institutionen: Es wird mit rund 5.000 Entlassungen gerechnet.

wegen gute Geschäftsbedingungen. Auch Mode und Kosmetik, die deutsche Einfuhr von Parfüm und Hautpflegeartikeln ist in den letzten Jahren beträchtlich gestiegen. Die Deutsch-Norwegische Handelskammer zählt sie zu den zukunftsträchtigen Branchen. Doch auch im Ölland stagniert nach fünf guten Jahren mit Hochkonjunktur das Wachstum. Für 2002 wird lediglich ein BIP-Anstieg von einem Prozent erwartet. Die mittelfristigen Aussichten sind gerade aufgrund der starken Abhängigkeit vom Offshore-Geschäft ungewiss.

Trotz der Ölmilliarden existieren heute schon Haushaltslöcher, die zu Engpässen in der Gesundheitsversorgung, beispielsweise langen Wartezeiten für Operationen, führen. Norwegens neue Regierung will nun mehr Erträge aus dem Ölfonds für die Lösung der dringenden Probleme im Gesundheits- und Bildungswesen sowie

Erhöhung auf 6,3 Prozent wird gerechnet. Auch das Bruttoinlandsprodukt ist gesunken, von 3,6 Prozent im Vorjahr auf 1,6 Prozent im Jahr 2001. Der Import wiederum sank von Januar bis November 2001 um acht Prozent, insbesondere derjenige von Transportausrüstung und Autos. Die Einfuhr von industriellem Zubehör stieg jedoch an.

Wie kein anderes Land ist die Insel im Nordatlantik auf Import von Waren und Dienstleistungen angewiesen. In den Supermärkten finden sich Lebensmittel aus aller Herren Länder. Island ist ein extrem kleiner Markt, lediglich 275.000 Einwohner leben hier. Doch auch im kleinsten aller nordischen Länder gibt es für den wichtigen Handelspartner Deutschland noch vieles zu entdecken.

Stefanie Czechowsky,
„Nordis – Das Nordeuropa-Magazin“

Norweger, Finnen und Isländer lieber farbenfroh. Die **Hucke Fashion GmbH**, einer der größten Bekleidungshersteller Deutschlands, ist seit über 20 Jahren in den nordeuropäischen Ländern aktiv. Das Unternehmen aus Lübbecke besitzt eine Niederlassung in Schweden. Die Tochtergesellschaft arbeitet als Importeur, sie verkauft im eigenen Namen die Damen- und Herrenoberbekleidung an die Kunden. „Eine Tochtergesellschaft vor Ort bietet grundsätzlich mehr Service und ermöglicht eine gute Kundenbindung“, erklärt Gerhard Buck, der bei Hucke für den Export verantwortlich ist. Damen-, Herren- und Kinderoberbekleidung exportiert das Lübbecke Unternehmen in insgesamt 52 Länder. Skandinavien nimmt etwa neun Prozent des Gesamtexports ein.



Farbenfroh: Modische Kleidung kommt im hohen Norden gut an.

Foto: Hucke Fashion GmbH

Um die Kunden, also den Einzelhandel, besser zu erreichen, setzt das ostwestfälische Unternehmen auf Messen. Sie bieten die Möglichkeit, schnell und effizient Kontakte zu den Kunden zu knüpfen. In Ländern wie Norwegen von unschätzbarem Wert.

Weite Wege treiben Transportkosten in die Höhe

„Die weiten Strecken treiben leider die Transportkosten in die Höhe. Das verteuert wiederum das Produkt“, sagt Buck. Neulinge, weiß er aus Erfahrungen, scheuen den nordeuropäischen Markt wegen der hohen Kosten. „In unserer Branche haben wir Wettbewerbsvorteile, weil wir schon sehr lange hier aktiv sind.“

Wachstumsmöglichkeiten bestehen, in Finnland hat der Hucke-Konzern seine Präsenz verstärkt. „Doch insgesamt ist der Markt sehr begrenzt. Man muss sich immer bewusst machen, wie wenige Menschen dort eigentlich leben“, unterstreicht Buck. Und das sind tatsächlich nicht viele: in Dänemark leben rund 5,3 Millionen Menschen, in Finnland gut fünf Millionen, in Island nur knapp 300.000, in Norwegen 4,4 Millionen und in Schweden 8,8 Millionen.

Für das **Bünder Glas GmbH Plastoform Kunststoffwerk** sind die nordischen Länder mit die wichtigsten Absatzmärkte. Denn die pharmazeutische Industrie ist besonders in Schweden und Dänemark stark vertreten. Das Unternehmen aus Bünde hat sich auf die Herstellung von Fertigspritzen, Arzneiflaschen, Ampullen, Tropfflaschen und Applikationspumpen spezialisiert. Zehn bis fünfzehn



Gefragt in Skandinavien: Medizinische Produkte aus Bünde. Die relative Nähe zu Skandinavien ist ein Standortvorteil.

Foto: Bänder Glas GmbH

Prozent des Umsatzes erzielt Bänder Glas in Skandinavien.

„Wir haben den großen Vorteil, dass wir in Nordeuropa keine direkten Konkurrenten haben. Unsere Mitbewerber sitzen nämlich in der Schweiz, in Italien und in Süddeutschland“, sagt Vertriebsbereichsleiterin Monika Niemjetz.

Aus dieser Perspektive sei der Standort Ostwestfalen-Lippe ein großer Vorteil, denn der Weg in den Norden ist von hier aus relativ kurz. Bänder Glas ist seit Anfang der 50er Jahre in Skandinavien tätig. In Schweden gibt es mittlerweile eine Handelsvertretung. „Sie arbeitet wie eine Agentur und hält den Kontakt zu den Kunden, übermittelt Angebote und bearbeitet Aufträge“, erklärt Niemjetz.

Erst vor fünf Jahren hat die **Bernstein AG** aus Porta Westfalica eine eigene Ver-



triebsniederlassung in Dänemark gegründet. Fünf Mitarbeiter sind hier beschäftigt. Das Unternehmen, das sich auf die Herstellung von Schaltertechnik, Sensortechnik, Gehäusetechnik und Prozesskommunikation spezialisiert hat, erzielt fünf Prozent seines Gesamtumsatzes in Skandinavien.

Schweden, so Exportchefin Gisela Bernstein, sei wegen seiner Größe sehr interessant. Von Norwegen rät sie Neulingen dagegen ab.

„Allein schon wegen der großen Entfernungen.“



Seit fünf Jahren in Dänemark: Bernstein-Technik aus Porta Westfalica.

Fotos (2): Bernstein AG

Eigenarten müsse man wie in jedem fremden Land beachten: So hat Gisela Bernstein die Erfahrung gemacht, dass die Finnen es gar nicht gerne mögen, wenn das Land von Schweden aus betretet wird.

JAB geht skandinavische Märkte individuell an

Das Bielefelder Unternehmen **JAB Josef Anstoetz KG** ist ebenfalls mit eigenen Vertriebsbüros vor Ort. Allerdings wird Finnland über Schweden betretet und Island über Norwegen.

Der Stoff- und Teppichverlag ist in Dänemark seit gut 30 Jahren aktiv. Das Unternehmen, das in 60 Länder exportiert, erzielt knapp fünf Prozent seines Gesamtumsatzes in den so genannten skandinavischen Ländern. Der Exportbereichsleiter Marcel Vinnenberg rät, jeden Markt individuell anzugehen. „Eine skandinavische

Lösung sollte auf jeden Fall vermieden werden.“

Gerade in seiner Branche sei das wich-

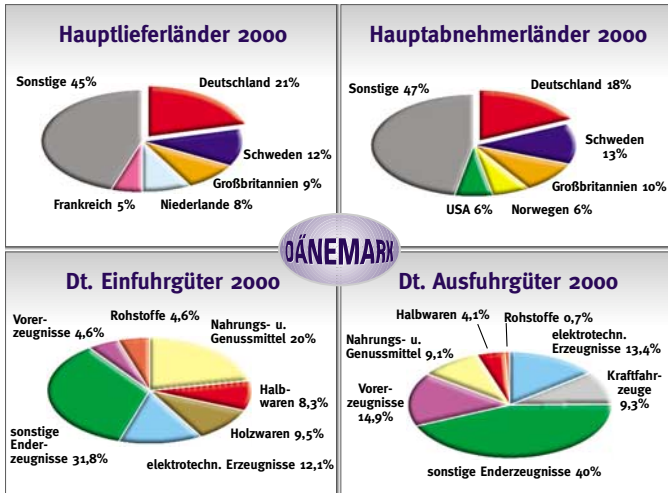


Konservativ oder farbig: Verschiedene Trends sind in den skandinavischen Ländern gefragt. Foto: JAB

tig, schließlich habe jedes Land seine eigenen Trends. „Die Dänen sind eher konservativ, die Schweden mögen natürliche Farben und Stoffe. Die Finnen sind dagegen etwas gewagter, sprich farbenfroher in ihrem Geschmack.“

Purvi Patel

Skandinavien – die fünf Länder

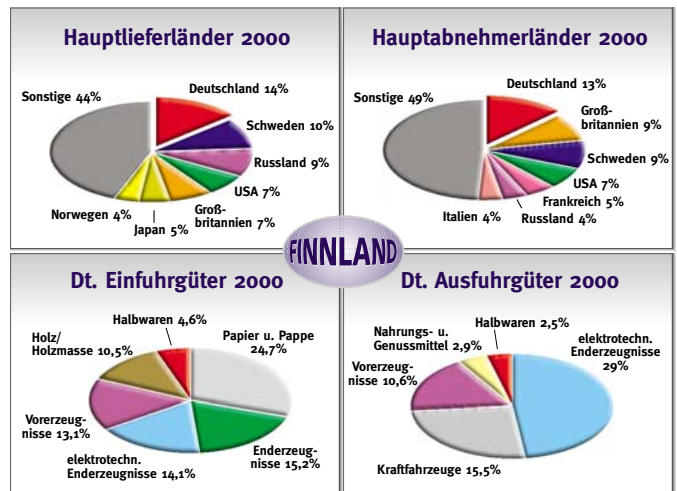


Dänemark

Einwohner: 5,35 Mio. (2000)
Währung: 1 EUR = 7,46948 dkr (20.4.2001)

Kontakt vor Ort:

Deutsch-Dänische Handelskammer
Det Tysk-Danske Handelskammer
Børsen, 1217 Kopenhagen K
(00 45 / 33 / 91 33 35, Fax 00 45 / 33 / 91 31 16
Homepage: www.ahk.danemark.dk
E-Mail: ddhk@ahk-danemark.dk

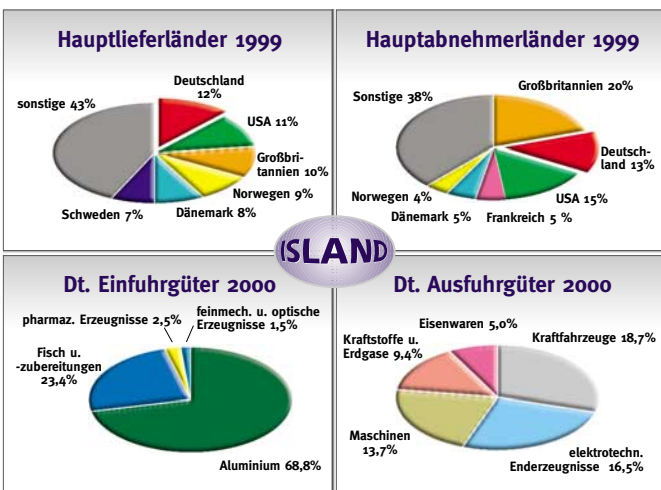


Finnland

Einwohner: 5,181 Mio. (2000)
Währung: 1 EUR = 5,9457 Fmk (20.4.2001)

Kontakt vor Ort:

Deutsch-Finnische Handelskammer
Annankatu 25; 00100 Helsinki
Postfach 83; 00101 Helsinki
(00 35 8 / 9 / 61 22 12-0, Fax 00 35 8 / 9 / 64 28 59
Homepage: www.dfhk.fi
E-Mail: info@dfhk.fi



Island

Einwohner: 282.845 (2000)
Währung: 1 EUR = 83,22251 ikr (19.4.2001)

Kontakt vor Ort:

Deutsch-Isländische Wirtschaftsvereinigung (DIWV)
Kringlan 7, 103 Reykjavik
(00 35 4 / 5 / 10 71 00, Fax 00 35 4 / 5 / 68 65 64
Homepage: www.diwv.de
E-Mail: kristin@chamber.is

Titelthema

Norwegen

Einwohner: 4,50 Mio. (2000)

Währung: 1 EUR = 8,075 nkr (18.4.2001)

Kontakt vor Ort:

Deutsch-Norwegische Handelskammer

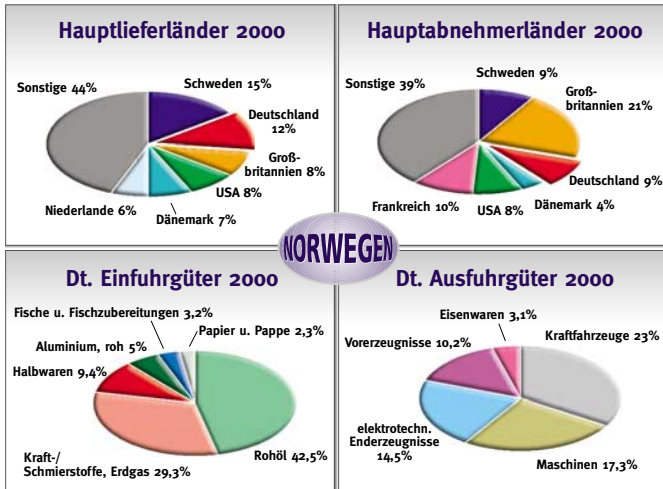
P.O.B. 603 Skoyen, 0214 Oslo

Drammensveien 111 B; 0273 Oslo

(00 47 / 22 / 12 82 10; Fax 00 47 / 22 / 12 82 22

Homepage: www.ahk.oslo.no

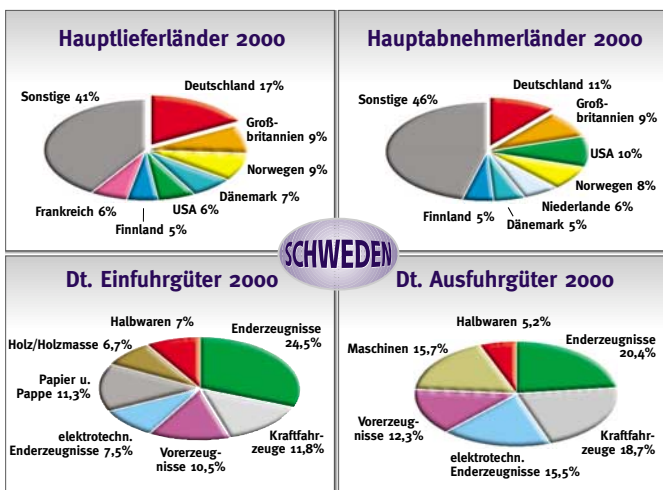
E-Mail: info@ahk-oslo.no



Schweden

Einwohner: 8,883 Mio. (2000)

Währung: 1 EUR = 9,05235 skr (19.4.2001)



Kontakt vor Ort:

Deutsch-Schwedische Handelskammer

Narvavägen 12, 115 22 Stockholm

(00 46 / 8 / 6 65 18 00; Fax 00 46 / 8 / 6 65 18 04

Homepage: www.handelskammer.cci.se

E-Mail: info@handelskammer.cci.se

Ein Stück Finnland mitten in Bünde

Café Finlandia bietet nordische Speisen und Ambiente

Wer die Filme von Aki Kaurismäki, dem finnischen Kult-Regisseur kennt, hat ganz besondere Vorstellungen von unseren EU-Nachbarn aus dem hohen Norden: Sie tragen schräge Frisuren und unpassende Bekleidung, sind vornehmlich in Kneipen anzutreffen und vom Gemüt her zutiefst melancholisch. Wer in das „Café Finlandia“ in Bünde einkehrt, einem gastronomischen Kleinod, das nach Worten seines Erbauers Hans Rüter „in Deutschland einmalig ist“, findet von diesen sicherlich sehr überspitzten cineastischen Darstellungen nichts vor.



Finnland in Bünde: Restaurantfachkraft Rose Mahler, Erbauer Hans Rüter und Pächterin Renate Möller (von links) im nordisch eingerichteten Café Finlandia, dessen Speisekarte wöchentlich variiert wird.

Allerdings lassen die runden Holzbalken, aus denen das massive Haus mit den zierlichen Sprossenfenstern vor 13 Jahren erbaut worden ist, die Herkunft des Gebäudes bereits von weitem erahnen. Tritt der Besucher ein, fallen ihm sofort der wuchtige Kaminofen aus finnischem Speckstein, das liebevoll komponierte antike Mobiliar, die geschnitzten Bären sowie die Tischaufsteller in Elch-Form ins Auge – und die klassische, offenbar finnländische Musik ins Ohr. Ein Stück Finnland mitten in Bünde.

Die Idee dazu hatte Finnland-Fan Rüter schon frühzeitig; sein erster Finnland-Besuch datiert aus dem Jahr 1969. Damals war er mit einem Jugendfußballteam zu Gast im hohen Norden. „Seitdem bin ich schon mehr als 200-mal dort gewesen“, betont Rüter, der 1982 eine Finnin heiratete.

1989 übernahm er in Ostwestfalen die Vertriebsleitung für den finnischen Weltmarktführer in der Herstellung massiver Blockhäuser, der Firma Honka. Da kam ihm die Idee, in Bünde – übrigens seit 1968 Partnerstadt des finnischen Ortes Pietarsaari – eine Kaffee- und Weinstube zu bauen, „die sich zu einem finnischen Restaurant weiterentwickelt hat“, betont die heutige Pächterin Renate Möller.

Das zunächst ausschließlich als Kaffee- und Weinstube angedachte Haus wurde peu à peu zu einem „kleinen, aber feinen Restaurant“ ausgebaut. Zunächst stellte das Servicepersonal die Speisen in einer ganz normalen Einbauküche her,

mittlerweile werden sie in einer gastronomischen Profi-Küche zubereitet. Dabei sind insgesamt 15 Fachleute im Café Finlandia tagtäglich von 10 Uhr morgens bis 1 Uhr nachts damit beschäftigt, die Wünsche der Gäste zu erfüllen.

Betreiberin Renate Möller, eine gelernte Kunsttherapeutin, fühlt sich in ihrem nordischen Reich sichtlich wohl und krenzt mit ihrem Team in erster Linie finnische Spezialitäten: Angefangen vom skandinavischen Schlemmerfrühstück – natürlich mit frischem Lachs – über herzhaften Piroggen und einem nachmittäglichen, handgemachten Kuchen- und Tortenbuffet mit Blaubeer- und Erdbeerleckereien bis hin zum finnischen Na-

Finnisches Nationalgericht: Rentiergeschnetzeltes mit Kartoffelpüree

tionalgericht, dem Rentiergeschnetzelten mit Kartoffelpüree und frischen Preiselbeeren, oder etwa Rentier-Paprika-Zwiebelragout auf Knoblauch-Reibekuchen, reicht die umfangreiche Karte, die jede Woche variiert wird.

„Zubereitet wird alles auf finnische Art und Weise, denn ich beschäftige zwei finnische Köche“, erläutert die Chefin des insgesamt 150 Plätze (inklusive Terrasse) fassenden Café Finlandia.

Über mangelnden Zuspruch zu ihrem Restaurant könne sie sich nicht beklagen: „Obwohl wir für viele immer noch ein Geheimtipp sind, haben wir schon viele Stammgäste, sogar aus Bielefeld, Osnabrück und Minden.“ Deshalb sei es besonders abends und an den Wochenenden ratsam, im Voraus einen Tisch zu reservieren.

Im Sommer verwandele sich das Café Finlandia regelrecht in eine „grüne, ruhige und gemütliche Oase“ in Bündes Innen-

Mittsommernacht: Finnische Feier in Ostwestfalen

stadt. Auf der Terrasse, die 60 Gästen Platz bietet, würde es allerdings zur Mittsommernacht Ende Juni laut, wenn dieses für Skandinavien ganz wichtige Fest auch

in Bündes mit entsprechendem Speis und Trank gebührend gefeiert werde.

Nicht nur wegen dieser fast mediterranen Art des Feierns gibt es auf der Speis-

senkarte des Café Finlandia auch Mittelmeer-Spezialitäten, ausgesuchte mittel- und südeuropäische Weine. „Natürlich haben wir aber in erster Linie viele Getränke aus Skandinavien im Repertoire, zum Beispiel ein köstliches Bier aus dem finnischen Lappland: Lapin Kulta, zu deutsch Lappland Gold, gebraut nach deutschem Reinheitsgebot mit dem glasklaren Wasser Lapplands“, erklärt Renate Möller.

Das der Name des Café Finlandia in Bündes jedoch vom fast gleichnamigen finnischen Wodka abgeleitet wurde, verneint Erbauer Rüter entschieden: „Bei dem Na-

men Finlandia habe ich weniger an den gleichnamigen, durchaus sehr guten Wodka gedacht, als vielmehr an den finni-



schen Komponisten Jean Sibelius und dessen symphonisches Epos Finlandia.“ Und an die von Regisseur Kaurismäki überzeichnet dargestellten, dem Alkohol frönenden Finnen hat Rüter bei der Namensgebung demnach auch nicht gedacht.

Jörg Deibert

„Per Du“ mit dem Chef

„Unkompliziert“ ist das Markenzeichen schwedischer Firmenkultur

Herr Mette, Sie sind Einrichtungshaushauschef des schwedischen Möbelhauses Ikea in Bielefeld. Mit Skandinavien werden in der Regel positive Assoziationen verknüpft, vor allem im sozialen Bereich. Gibt es eine spezielle skandinavische Firmenkultur?

Mette: Ob es eine skandinavische Firmenkultur gibt, kann ich nicht sagen, ich kenne nur die schwedische. Es ist meines Erachtens aber nicht vermessen, wenn die schwedische Firmenkultur mit der skandinavischen gleichgesetzt wird, da Schweden die größte Volkswirtschaft im nördlichen Europa ist. Die skandinavische Wirtschaftskultur ist stark durch Schweden geprägt. Der Ikea-Gründer Ingvar Kamprad hat Wert darauf gelegt, diese „schwedische Kultur“ zu exportieren. Das Markenzeichen der schwedischen Kultur ist „unkompliziert“.

Was bedeutet „unkompliziert“ in Ihrem Arbeitsalltag?

Mette: Ein Beispiel ist das Duzen. In Schweden werden – bis auf zwei Ausnahmen – alle Personen geduzt. Die Ausnahmen sind die königliche Familie und ältere Menschen, die aus Respekt gesiezt werden. Auf Ikea übertragen bedeutet das, dass jeder jeden duzt – vom Azubi bis zum Konzernchef. Dabei ist es völlig unerheblich, wie lange jemand im Unternehmen ist, die Regelung gilt ab dem ersten Arbeitstag.

Im Bielefelder Ikea-Einrichtungshaus arbeiten 300 Personen, da werden Sie auch kritische Gespräche führen müssen, wenn beispielsweise die Arbeitsleistung nicht überzeugt. Ist das „Du“ da nicht eher hinderlich?

Mette: Nein, es ist kein Problem. Auch im Kritikgespräch steht die Sachaussage im Mittelpunkt. Die Führungskraft kann sich nicht hinter der Distanz des „Sie“ verstecken, wie in deutschen Unternehmen. Distanz ist ein weiteres Stichwort. Bei uns haben leitende Angestellte keinen bestimmten Parkplatz, keine eigene Sekretärin, keine persönliche Visitenkarte oder ihr eigenes Büro. Mein Schreibtisch steht in einem Großraumbüro. Als Dienstwagen fahre ich auch nicht Mercedes, BMW oder Audi, sondern einen VW Passat. Wir vermeiden Statusdinge oder Statussymbole, da solche nicht zu der Ikea-



Schwedische Firmenkultur in Bielefeld: Ikea-Einrichtungshaushauschef Michael Mette (rechts) und Trainee André Schmidtgall repräsentieren den Möbelhersteller in Ostwestfalen.

Geschäftsidee passen: Wir wollen für die vielen Leute da sein, die über begrenzte Mittel verfügen.

Ein weiterer Punkt, um Distanz gegenüber den Mitarbeitern abzubauen, ist der, dass wir innerhalb des Hauses identische Firmenkleidung tragen. Als Einrichtungshaushauschef fülle ich auch Regalfächer auf, wenn der Bedarf vorhanden ist. Wenn jemand als Ikea-Führungskraft Wert auf Statussymbole legt, dann ist er in diesem Unternehmen falsch.

Das klingt alles sehr familiär ...

Mette: Wir sind von der Größe ein Weltunternehmen, wollen aber immer noch wie eine kleine Firma arbeiten. Als Führungskraft habe ich Vorbildfunktion für die Mitarbeiter, die Kommunikation untereinander ist sehr wichtig. Wir sprechen immer noch von der Ikea-Familie, und dass, obwohl in fünf Jahren 100.000 Angestellte weltweit für Ikea arbeiten sollen.

Zuletzt ist Ikea in Deutschland durch den Rabatt für's Ehepaar Biedenkopf in Sachsen in die Schlagzeilen gekommen. Ist die strenge Rabattpolitik auch typisch skandinavisch?

Mette: Es ist die offizielle Geschäftspolitik bei Ikea, keine Rabatte zu gewähren, da die Preise knapp kalkuliert sind. Die Summe aller Preise sinkt seit fünf Jahren bei Ikea kontinuierlich, pro Jahr um etwa zwei bis drei Prozent. Insofern war das Verhalten ein Fehler. In Dresden ging es

bei einer Summe von rund 420 Euro um einen Nachlass von etwa 65 Euro.

Nach dem Rabatt für Biedenkopfs gab es auch in Bielefeld deutlich mehr Nachfragen nach Rabatten. Nachdem ich den Kunden die Position des Hauses erklärt hatte, wurde der Standpunkt akzeptiert. Es hat deswegen niemand die ausgesuchten Möbel dagelassen.

Sie verkaufen ihre Möbel in einer starken Möbelregion, in der nicht nur viele Möbelproduzenten, sondern auch Zulieferer ansässig sind. Kaufen Sie auch regional ein?

Mette: Ikea produziert seine Möbel selbst, beliefert werden wir von fünf Zentrallagern in der Bundesrepublik. Ikea kauft in 60 Ländern der Welt für die eigene Möbelproduktion ein. Das Einkaufsvolumen in Deutschland beträgt etwa sechs bis sieben Prozent. Die Beschläge für die weltweite Möbelproduktion kommen beispielsweise aus Kirchlengern.

Als Sie vor sechs Jahren ihr Haus in Bielefeld eröffnet haben, welche Reaktionen gab es von Seiten der Möbelhändler? Mitnahmемöbel bieten ja viele Möbelhäuser an.

Mette: Wir sind kein direkter Konkurrent, was das Einzeilmöbel betrifft, Ikea bekommen Sie nur bei Ikea. Wir haben den Riesenvorteil des Alleinstellungsmerkmals. Natürlich konkurrieren wir im gleichen Markt.

Und das Image der Qualität? Konkur-

renten im Markt äußern sich nicht gerade positiv über die Qualität der von Ihnen verkauften Möbel.

Mette: Das Image der schlechten Qualität ist 1974 entstanden, als Ikea in Deutschland auf den Markt gegangen ist. Intern sprechen wir von der „Jaffa-Kisten-Zeit“. Heute ist die Qualität nicht mehr zu vergleichen, die Spannbreite ist größer geworden: Wir verkaufen heute bezahlbares Design. Unsere Kunden zeichnen sich dadurch aus, dass sie deutlich über dem Bildungsdurchschnitt der Bevölkerung liegen. Zum Teil sind wir durch Studenten groß geworden, die auch heute noch bei uns einkaufen. Heute ist es clever, bei Ikea zu sparen. Vor zehn Jahren war es noch verpönt, heute ist es mega-in.

Das Interview führte Heiko Stoll.

Zur Person

Michael Mette (40) leitet das Bielefelder Einrichtungshaus des schwedischen Möbelherstellers Ikea am Südring. Begonnen hat er seine Karriere vor zwölf Jahren, zunächst als Abteilungsleiter. Durch ein Ikea-eigenes Trainee wurde er innerhalb von 13 Monaten zum Möbelhauschef qualifiziert. Auf die interne Nachwuchsförderung setzt das Unternehmen verstärkt. 70 Prozent der Möbelhauschefs sollen aus den eigenen Reihen rekrutiert werden.

In Bielefeld ist gerade André Schmidtgall (33) im Trainee-Pro-

gramm, das offiziell auf zwei Jahre ausgelegt ist.

Vor sechs Jahren baute Mette das Bielefelder Möbelhaus auf, nach einer Zwischenstation in Hamburg leitet er seit Juli vergangenen Jahres wieder das Haus in Bielefeld. Zurzeit wird umgebaut, die Gesamtfläche wächst von 19.000 auf 26.000 Quadratmeter. Neben den Baumaßnahmen am Haus wurde zusätzlich ein Parkdeck errichtet sowie in den Ausbau der Verkehrskreuzung vor dem Ikea-Gelände investiert. Die Gesamtkosten belaufen sich auf insgesamt rund 22 Mio. Euro.

Skandinavienwoche schafft Unternehmenskontakte



OWI Ostwestfalen international

Unter dem Motto „Ostwestfalen meets Scandinavia“ treffen ostwestfälische Unternehmer von **Montag, 3., bis Sonntag, 9. Juni**, Wirtschaftsvertreter aus Skandinavien in Bielefeld. Das Ziel: Neue Geschäftsverbindungen zwischen Firmen aus der Region und den fünf Staaten Dänemark, Finnland, Island, Norwegen und Schweden aufzubauen.

Wirtschaft trifft Wirtschaft: So heißt das Konzept hinter der Veranstaltung aus der Reihe „OWL meets...“. Diesmal sind die fünf Länder aus dem hohen Norden dabei, denn „fast jeder Wirtschaftszweig, der die Region Ostwestfalen stark macht, ist auch in Skandinavien vertreten“, erklärt IHK-Außenhandelsreferentin Ines Ratajczak. Dabei fallen besonders die Telekommunikationsbranche und die Holz- sowie Lebensmittelindustrie ins Gewicht.

Die Veranstaltungsreihe steht erstmals unter der Schirmherrschaft der IHK. „OWL meets...“ soll sich zu einer internationalen Visitenkarte für die Region mit jährlich wechselnden Länderschwerpunkten entwickeln, so Ratajczak.

Nach einer allgemeinen Einführung steht jeweils ein Land im Mittelpunkt der Skandinavienwoche. Ein Seminarangebot, rund um bilaterale Wirtschaftsthemen und Tipps zur Geschäftspraxis, bildet das Kernprogramm der Veranstaltungstage.

Wer sich in fremden Märkten bewegt, muss auch die Mentalität der Menschen kennen. Deshalb finden abends die „Get together-Programme“ mit Themen aus Kunst, Literatur und Kultur der nördlichen Nachbarn statt. Es werden rund 400 Teilnehmer erwartet. Hauptsponsor ist die Privatbrauerei Ernst Barre GmbH aus Lübbecke. Informationen unter (05 21) 5 54-1 01 oder per E-Mail an iratajczak@bielefeld.ihk.de oder Klarholz-Kley@t-online.de und im Internet: www.virtualart.de/owl_meets_2002.

Die einzelnen Programmpunkte finden an unterschiedlichen Orten statt.	Vorgesehen Tagesthemen	03. Juni 2002 Montag Schwerpunkt: Skandinavien	04. Juni 2002 Dienstag Schwerpunkt: Dänemark (Grönland)	05. Juni 2002 Mittwoch Schwerpunkt: Finnland	06. Juni 2002 Donnerstag Schwerpunkt: Schweden	07. Juni 2002 Freitag Schwerpunkt: Norwegen	08. Juni 2002 Samstag (geplant) Island	09. Juni 2002 Sonntag
Alle Informationen/Inhalte Aktualisierungen werden begleitend im Internet vorgehalten.	(Ab) 10:00	Offizielle Eröffnung/Präsentation	Opening/Präsentation/ Sonderthema	Opening/Präsentation/ Sonderthema	Opening/Präsentation/ Sonderthema	Opening/Präsentation/ Sonderthema		
Vormittagsveranstaltungen	11:00	Seminar- und Kernveranstaltungen	Seminar- und Workshopangebot	Seminar- und Workshopangebot	Seminar- und Workshopangebot	Seminar- und Workshopangebot	Sonderveranstaltung (Workshop)	z.B. „Brunch“ o. ä.
Besichtigungsprogramme	12:00	(Inhalte/geplant) Logistik	Internationales Steuerrecht	Telekommunikation	Marketing	e-learning		
Business-Lunch	13:00				Unternehmens-Kultur	Interkulturelles Training		
Begleit-Programme	14:00						Begleitprogramme	
Einzel-Gesprächs-Termine	15:00							
Nachmittags-Veranstaltungen	16:00							
Begleitende Sonderthemen	17:00	Literatur... Kunst... Kultur... Sonderthema... → ...						
	18:00					Servicezeit	Servicezeit	
Abend-Veranstaltungen	19:00	Get together	Get together	Get together	Get together	Get together	Get together	
	20:00 ...:00	Einführungsabend: „Fischer, Walfänger und Eroberer!“	Sonderthemen-Abend	„Die Podiums-diskussion“ IHK Bielefeld	„Talkrunde“	(Gala-Veranstaltung)	Veranstaltung Jazz im Skulpturen-Garten (Museum Waldhof)	anschl. im Juli 2002 Kunstreise nach Skandinavien (Bielefelder Kunstverein)
Begleitendes Kultur-Programm-Angebot								
Sonderveranstaltungen								