

## Kleine Unternehmen auf großem Markt



Vorteile eines Freihandels-  
abkommens zwischen der EU  
und den USA

Autor: Anders Johnson

Foto: Ulrika Vendelbo und Håkan Olsén

**Svenskt Näringslivs Vision lautet: "Menschen mit Unternehmergeist und wettbewerbsfähige Unternehmen führen Schweden gemeinsam zu höherem Wohlstand."**

Wir repräsentieren 49 Mitgliederorganisationen und rund 60.000 schwedische Unternehmen, davon sind 98 Prozent kleine und mittelständische Unternehmen.

Die Mitgliedsunternehmen beschäftigen ca. 1,6 Millionen Arbeitnehmer. Dies entspricht 70 Prozent des schwedischen privaten Sektors.

Die Aufgabe der Organisation ist es, sich für die Interessen der Unternehmen einzusetzen und eine breite Anerkennung in der Gesellschaft für den Wert und die Bedeutung des Unternehmertums zu schaffen. Grundlegend hierfür ist, dass Unternehmertum entscheidend für mehr Wachstum und höheren Wohlstand in Schweden ist. Svenskt Näringsliv hat seinen Hauptsitz in Stockholm und unterhält 21 regionale Niederlassungen in Schweden sowie ein Büro in Brüssel.

# **Kleine Unternehmen auf großem Markt**

Vorteile eines Freihandelsabkommens zwischen  
der EU und den USA für kleine  
und mittelständische schwedische Betriebe

# Inhalt

<b>Vorwort</b> .....	5
<b>Der Handel mit den USA</b> .....	6
<b>Das Freihandelsabkommen TTIP</b> .....	7
<b>Automatische Schiebefenster von Svalson</b> .....	10
<b>Pfefferkuchen von Nyåker</b> .....	14
<b>Wolle und Äxte aus Norrland</b> .....	16
<b>Seilwinden aus Vansbro</b> .....	20
<b>Ahlberg Cameras für strahlungsbelastete Umgebungen</b> .....	22
<b>Ohne Tebex steht die U-Bahn in New York</b> .....	24
<b>Hobelbänke aus Stockaryd</b> .....	26
<b>Schweißtechnik in Helsingborg</b> .....	28

# Vorwort

Unser Wohlstand ist stark vom internationalen Handel abhängig. Unsere nächsten Nachbarn in Europa sind – so scheint es – unsere größten Handelspartner. Umgerechnet in einen Veredelungswert sind jedoch die USA unser wichtigster Außenhandelsmarkt, d. h. die Ausfuhren in die USA sorgen in Schweden für mehr Beschäftigung als Exporte in andere Länder. 2013 standen die USA für nicht weniger als 77 Prozent von Schwedens Überschuss am Außenhandel. Darüber hinaus sind die USA das mit Abstand größte Empfängerland von Auslandsinvestitionen schwedischer Unternehmen – 425 Milliarden Kronen im Jahr 2012.

Der größte Handelsfluss auf der Welt verläuft zwischen der EU und den USA und entspricht einem Wert von zwei Milliarden Euro pro Tag. Derzeit finden Verhandlungen über ein Freihandelsabkommen – Transatlantic Trade and Investment Partnership (TTIP) – statt, dessen Ziel es ist, den wirtschaftlichen Handel zwischen der EU und den USA weiter zu fördern. Dies würde zu mehr Wohlstand und Beschäftigung auf beiden Seiten des Atlantiks führen. *Aber mehr Handel zwischen den Ländern ist nicht alles – wir wollen, dass ein gemeinsam geschlossenes Abkommen die gemeinsamen Werte und Prinzipien stärkt, zu denen wir uns bekennen. Marktwirtschaft, Vertragsfreiheit und freie Gesellschaften sind ein wichtiger Teil davon, aber auch hohe Standards in Bezug auf den Schutz von Leben und Gesundheit.*

Wir setzen uns daher aktiv dafür ein, dass ein solches Abkommen Wirklichkeit wird.

Der Handel mit den USA ist nicht nur eine Angelegenheit für die großen Unternehmen. Viele Kleinunternehmen exportieren ihre Produkte und Dienstleistungen in die USA, oder könnten dies tun, wenn die Hindernisse reduziert würden oder verschwänden. Diese Broschüre zeigt anhand einiger konkreter Beispiele, welche Bedeutung ein Freihandelsabkommen zwischen der EU und den USA für kleine und mittlere Unternehmen haben könnte.

Januar 2015

**Carola Lemne**

Geschäftsführerin Svenskt Näringsliv

# Der Handel mit den USA

Die EU und die USA stellen die beiden größten Volkswirtschaften mit insgesamt über 800 Millionen Einwohnern dar. Die EU steht für 25 Prozent der gesammelten weltweiten Produktion, die USA für 22 Prozent. Die zwei Regionen stehen zusammen für rund 30 Prozent des internationalen Warenhandels in der Welt und für 40 Prozent des Handels mit Dienstleistungen.

Die EU ist der größte Akteur auf dem Welthandel. Der Handel der EU mit der Umwelt macht gut 15 Prozent des Welthandels mit Waren und rund 25 Prozent des globalen Handels mit Dienstleistungen aus. Die EU sind außerdem der weltweit größte Investor und größter Empfänger von Investitionen.

Zwischen der EU und den USA verläuft der größte Handelsfluss der Welt, mit einem Wert von zwei Milliarden Euro pro Tag. Die größten Produktbereiche sind Maschinen und Transportfahrzeuge, gefolgt von Chemikalien. Die USA sind der größte Empfänger von Direktinvestitionen aus der EU und die EU größter Empfänger von Direktinvestitionen aus den USA.

Schwedens Wirtschaft ist eine der am meisten internationalisierten in der Welt. Die schwedischen Ausfuhren entsprechen heute rund 50 Prozent von Schwedens BIP, zum Vergleich waren es 1970 noch 25 Prozent und 40 Prozent 1995.

Zwischen 70 und 80 Prozent des schwedischen Außenhandels erfolgt auf dem Binnenmarkt der EU, der aus den EU-Staaten sowie Norwegen, Island und Liechtenstein besteht. Dies gilt sowohl für die Ausfuhr als auch für die Einfuhr, sowohl für Waren als auch für Dienstleistungen. Die USA sind Schwedens größter Export- und Importmarkt außerhalb des Binnenmarktes der EU. Umgerechnet in den Veredelungswert entspricht der Handel mit den USA zwölf Prozent der schwedischen Ausfuhren und sieben Prozent der Einfuhren. Rund 60 Prozent von Schwedens Handel mit den USA fallen auf Dienstleistungen.

Die USA sind das größte Land hinsichtlich Unternehmensinvestitionen in Schweden. Amerikanische Unternehmen beschäftigen ungefähr 70.000 Menschen in Schweden. Schweden ist die zwölftgrößte Nation hinsichtlich Unternehmensinvestitionen in den USA, dies macht Schweden zu einem der größten Investoren pro Kopf. Etwa 1200 Unternehmen mit schwedischem Ursprung beschäftigen nahezu 200.000 amerikanische Bürger.

Viele schwedische Großunternehmen betreiben einen umfangreichen Handel mit den USA. ABB, Autoliv, Ericsson, Sandvik, Skanska, Volvo AB und Volvo PV haben lange die USA als ihren größten Markt gehabt. Für H&M und Ikea steht der amerikanische Markt auf dem zweiten Platz.

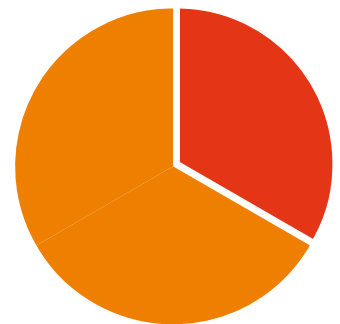
Der Handel mit den USA ist aber auch sehr wichtig für kleine und mittelständische Unternehmen in Schweden. Zahlreiche Betriebe sind Lieferanten für Großunternehmen, die in die USA exportieren. Aber es gibt auch kleinere schwedische Betriebe, die selbst ihre Produkte in die USA ausführen – von Pfefferkuchen bis hin zu Spezialkameras für Kernkraftwerke.

# Das Freihandelsabkommen TTIP

Obwohl die Volkswirtschaften der EU und der USA bereits stark integriert sind, könnten reduzierte Handelsbarrieren zu großen wirtschaftlichen Gewinnen für sowohl Europäer als auch Amerikaner führen – und für die Menschen in der übrigen Welt. Aus diesem Grund wurden im Juni 2013 Verhandlungen über ein Transatlantisches Handels- und Investitionsabkommen, Transatlantic Trade and Investment Partnership (TTIP), zwischen der EU und den USA aufgenommen. Bei den Verhandlungen geht es um ein weitgefächertes Spektrum an Themen, dazu gehören Zölle, Dienstleistungshandel, Regulierungen, Investitionen, immaterielles Recht, öffentliches Beschaffungswesen und Subventionen von staatlichen Unternehmen, die Bewegungsfreiheit der Arbeitskräfte, Nachhaltigkeit, Regeln über funktionierende Kontrollen des Handels und der Zollzusammenarbeit, Wettbewerb, Energie- und Rohstofffragen, handelsbezogene Aspekte bei kleinen und mittelständischen Unternehmen, Kapitalflüsse und Bezahlungen sowie ein institutioneller Rahmen einschließlich eines Lösungsmechanismus für Rechtsstreitigkeiten.

TTIP soll auf breiter Front die Integration zwischen den Volkswirtschaften der EU und den USA, die beide politisch, wirtschaftlich und technisch sehr weit fortgeschritten sind und wirtschaftlich eng miteinander verknüpft sind, weiter verbessern, um sich auf diese Weise den größten Herausforderungen im Welthandel zu stellen.

Für ein Drittel der exportierenden KMU-Unternehmen stellen technische Regelungen ein Hindernis bei Ausfuhren in die USA dar. Das Freihandelsabkommen TTIP würde die meisten Hemmnisse aus dem Weg räumen.



Quelle: Ipsos 2014

Es sind eine Reihe von Analysen darüber gemacht worden, welche Vorteile TTIP geben kann. Auch wenn die Ergebnisse der einzelnen Prognosen variieren, zeigen alle seriösen Studien, dass

- der Handel zwischen der EU und den USA wachsen wird,
- der Wohlstand sowohl in der EU als auch in den USA steigen wird,
- dass mehr Arbeitsplätze geschaffen werden und die Arbeitslosigkeit sinken wird, sowohl in der EU als auch in den USA
- dass die Effekte für die Welt insgesamt positiv sein werden.

Auch wenn die Zollsätze bereits heute sehr niedrig sind, im Durchschnitt vier Prozent, ist dies bei weitem nicht unbedeutend, und es gibt Produkte, die noch immer mit hohen Zöllen belastet werden. Sowohl die EU als auch die USA haben beispielsweise hohe Zölle auf bestimmte Nahrungsmittel, die EU hat hohe Zölle bei Motorfahrzeugen.

Wenn man die enormen Handelsflüsse über den Atlantik berücksichtigt, hätte selbst eine geringe Senkung der Zollsätze deutliche Auswirkungen. Ein großer Teil des Handels besteht aus preiseempfindlichen Zwischenerzeugnissen, von denen viele in umfangreiche Produktionsketten einfließen, für die Zölle bei jedem Grenzüberschritt hinzuaddiert werden. Jedes Jahr bezahlen europäische Unternehmen fast 100 Milliarden Kronen an Zollgebühren in die USA, amerikanische Betriebe eine entsprechende Summe an die EU. Schätzungen zufolge wären ca. 20 Prozent der Gewinne, die aus einem ambitionierten Freihandelsabkommen entstehen könnten, auf gesenkte Zölle zurückzuführen. Größte Gewinner wären Bereiche, bei denen es nicht direkt um Handelspolitik geht, zum Beispiel verschiedene Arten von Standardisierungen und Regulierungen hinsichtlich Umwelt, Sicherheit und Gesundheit. Die Kosten der Unternehmen für diese Regulierungen dürften Zöllen von 10–20 Prozent entsprechen.

Ziel ist es, nicht die Anforderungen in diesen Bereichen zu senken, sondern systematisch die einzelnen Regelungen, die es in der EU und den USA gibt, zu analysieren, um zu sehen, wie man sie für die Unternehmen vereinfachen kann. Sowohl in der EU als auch in den USA gibt es hohe Ambitionen hinsichtlich Umwelt, Sicherheit und Gesundheit sowie in anderen gesellschaftlichen Bereichen. Jedoch sind die Regelungen oftmals unabhängig voneinander entwickelt worden und unterschiedliche Anforderungen in der EU und den USA entstanden, auch wenn die Niveaus gleichwertig sind.

Reduzierte Kosten aufgrund von Regelungen bedeuten relativ gesehen mehr für kleinere Betriebe, da viele Arten von Regelkosten den Charakter von „Eintrittskarten“ für einen Absatzmarkt haben. Wenn zum Beispiel gefordert wird, dass ein gewisses Produkt einen bestimmten Test in den USA durchlaufen muss, kann ein großes Unternehmen die Kosten



auf eine große Anzahl Produkte umlegen, während kleinere Unternehmen oftmals nur eine geringe Anzahl Produkte liefern. Für Großunternehmen ist es außerdem leichter, mithilfe von Juristen und Experten die Probleme mit Gesetzen und Regulierungen auf verschiedenen Märkten zu lösen.

In den folgenden Kapiteln stellen wir neun Unternehmen vor – von Piteå in Nordschweden bis Helsingborg im Süden – die ihre Produkte unter anderem auch in die USA exportieren. Ihre Möglichkeiten und Herausforderungen auf dem amerikanischen Markt sind dabei unterschiedlicher Natur. Ihnen allen aber ist gemeinsam, dass ein ambitioniertes Freihandelsabkommen ihre Exportmöglichkeiten vergrößern könnte und neue Arbeitsplätze in Schweden schaffen würde.

**57%** der Unternehmen,  
die technische  
Handelshemmnisse als Problem ansehen,  
geben an, dass ihre Ausfuhren steigen  
würden, wenn die Hemmnisse verschwänden.  
Mit dem Freihandelsabkommen TTIP könnten  
viele technische Handelshemmnisse  
abgeschafft werden.

Quelle: Ipsos 2014

# Automatische Schiebefenster von Svalson

Die Firma Svalson liegt in Öjebyn nahe der nordschwedischen Stadt Piteå und ist ein weltweit führendes Unternehmen in ihrem Segment. Der Betrieb liefert jährlich rund 2000 elektrisch betriebene Schiebefenster für Restaurants, Empfangsbereiche, Balkone und als Abschirmung an Arbeitsplätzen etc. Ihre Wurzeln hat die Firma Svalson im Unternehmen Norrbottens Industriservice, das Ende der 1970er Jahre von Maschineningenieur Bill Svensson und Hans Carlsson, der aus der Bauindustrie kam, gegründet wurde. Norrbottens Industriservice stellte unter anderem Kamine her und versorgte Unternehmen, die kurzfristig mehr Arbeitskräfte benötigten, mit Extrapersonal.

1981 bekam Bill Svensson die Anfrage von einem seiner Nachbarn, einem Architekten, der ein spezielles Schiebefenster für die Rezeption in einer Poliklinik in Luleå benötigte. Die Dame an der Rezeption dort hatte schwere Schulterprobleme und konnte das Glaschiebefenster nicht mehr manuell betätigen. Svensson entwickelte ein Schiebefenster mit integriertem Elektromotor, eine Lösung, die bis dahin einmalig auf dem Markt war. Noch im selben Jahr gründeten Svensson und Carlsson die Firma Svalson für die Entwicklung und Herstellung von automatischen Schiebefenstern. Der Firmenname setzt sich aus Teilen der Nachnamen der Gründer zusammen. Und noch heute wird Svalsons erstes Automatikfenster in der Poliklinik in Luleå verwendet.

Seit 2005 ist Bill Svenssons Tochter Maud Spencer Geschäftsführerin des Unternehmens. Sie begann ihre Laufbahn als Verkäuferin bei Svalson 1999.

Heute hat Svalson 40 Angestellte, davon arbeiten fünf im Verkauf, zehn in der Verwaltung und 25 Mitarbeiter in der Werkstatt. Der Jahresumsatz beläuft sich auf ca. 50 Millionen schwedische Kronen. Die Hälfte der Produktion wird in Schweden verkauft, ein Viertel in andere Länder der EU. Außerdem exportiert Svalson unter anderem nach Australien, Japan, Kanada und in die USA.

Svalson verfügt über kein Warenlager, sondern sämtliche Produkte werden nach Maß und auf Bestellung angefertigt. Die Lieferzeit beträgt ca. drei Wochen. Svalsons Produkte schaffen nicht nur bessere Arbeitsumgebungen, sie sorgen auch für mehr Sicherheit am Arbeitsplatz. Ein geschlossenes Schiebefenster ist zugleich immer abgeschlossen, außerdem lassen sich die Fenster auch in teilweise geöffneter Stellung abschließen.

Auf dem Weltmarkt gibt es keinen Mitbewerber mit einem gleichwertigen Produkt. Daher ist das Marktpotenzial für die Automatikfenster unbegrenzt groß. Es geht nur darum, die Kunden von den Produkten Svalsons zu überzeugen. Das neueste Produkt ist eine höhenverstellbare Verglasung, die vielseitig einsetzbar ist, unter anderem als Abzäunung/Windschutz für Restaurants, Cafés, für Balkone und Veranden und als durchdachte Arbeitsplatzabschirmung. Svalson hat unter anderem elektrische Schiebefenster für Manchester Uniteds Fußballarena Old Trafford, für Nordiska Kompaniet, das schwedische Luftfahrtamt (Swedavia) sowie für Polizeidienststellen, Gesundheitszentren



 **SVALSON**  
[WWW.SVALSON.COM](http://WWW.SVALSON.COM)

und viele öffentliche Gebäuden in ganz Europa geliefert. Das Kaufhaus Åhléns City in Stockholm hat mithilfe Svalsons für einen seiner Eingänge die größte automatische Schiebetür der Welt installiert. Ein weiterer wichtiger Kunde ist Dior, das in Europa Svalsons Automatiktüren für seine Stände und Schaufenster verwendet und es den Angestellten damit ermöglicht, ohne Schlüssel zu arbeiten.

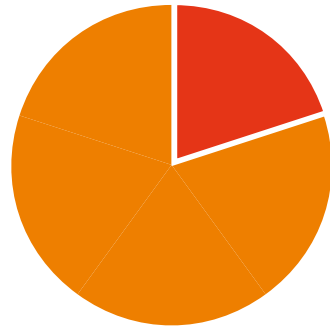
Svalson hat seit vielen Jahren umfangreiche Ausfuhren in die ganze Welt. Aber es hat lange gedauert, bis man den Schritt nach Kanada und in die USA wagte. Grund waren die dortigen hohen Versicherungskosten. Schließlich aber war es ein Restaurant in Toronto, das Hemingway, das unbedingt von Svalson eine Fassadenöffnung und einen Wetterschutz kaufen wollte. Maud Spencer zögerte lange, bis sie sich 2008 entschloss, nach Kanada zu liefern.

In diesem Zusammenhang entschied sie sich, gleichzeitig auch in die USA zu gehen. Mithilfe des schwedischen Exportrates, Exportrådet, machte Svalson Händler in Chicago und Miami ausfindig. Heute ist der Name Svalson in 50 Staaten angemeldet.

Aber es gibt einen Haken: Svalson verkauft lediglich manuelle Abzäunungen in die USA. Der Grund dafür ist, dass es viel zu riskant wäre, elektrische Produkte einzuführen. Für Elektroprodukte gibt es komplizierte Bestimmungen über Normen und Zertifizierungen. Svalson hat daher unter anderem abgelehnt, an Diors Geschäfte in die USA zu liefern.



Eins von fünf KMU-Unternehmen sehen Zölle als ein Hindernis für den Export in die USA. Mit dem Freihandelsabkommen TTIP würden die meisten Zölle abgeschafft.



Quelle: Ipsos 2014

Der Eintritt auf den amerikanischen Markt ist ohnehin schwer genug gewesen. Ein Problem waren die Patentfragen. Hier gibt es eindeutig protektionistische Züge in den USA, wo Juristen und Behörden oftmals auf Patente hinweisen, die völlig irrelevant sind.

Maud Spencer erzählt auch, wie sämtliche Anleitungen und Produkte für die USA mit ausführlichen Warnungstexten versehen werden mussten. Hierfür ließ sich Svalson natürlich von amerikanischen Juristen beraten. Heute gehen sämtliche Exporte in die USA über Kanada, wo auch die Endmontage erfolgt. Auf diese Weise kann Svalson Zollkosten umgehen, die ansonsten bei acht Prozent liegen und höher sind als die Transportkosten. Darüber hinaus könnten die Zollprozeduren mehrere Wochen Lieferverzögerungen mit sich führen.

Maud Spencer zieht den Vergleich mit EU-Mitgliedschaft, die zu einer starken Erleichterung der Ausfuhren in die EU-Länder führte. Dasselbe wäre mit dem neuen Freihandelsabkommen TTIP möglich.

Das Interesse für Svalsons Produkte in den USA ist groß. Hier gibt es ein gut ausgebautes System mit Produktmessen, mit deren Hilfe Unternehmen ihre Produkte einfach, kostengünstig und effektiv vermarkten können. Für Svalson könnte sich mit einem neuen Freihandelsabkommen laut Maud Spencer der Umsatz verdoppeln. Dies würde nicht nur neue Arbeitsplätze bei Svalson schaffen, sondern auch bei Subunternehmern in den Bereichen Lackierung, Glasmeisterei und Elektromotoren in der Region. Wenn nur nicht irgendein neuer Mitbewerber es schafft, sich vorher in den USA zu etablieren.

# Pfefferkuchen von Nyåker

Die Brüder Bengt und John Åström wuchsen zusammen mit acht weiteren Geschwistern in einer hart arbeitenden Bauernfamilie südwestlich von Umeå in Nordschweden auf. Als die beiden Brüder etwa fünfzehn Jahre alt waren, wurden sie in den 1930er Jahren nach Südschweden geschickt, um dort eine Bäckerlehre zu machen. Nach ihrer Ausbildung betrieben sie jeweils mehrere Bäckereien in verschiedenen Gebieten Schwedens, bevor sie sich 1952 zusammentaten, um ein kleines Café mit Backerei in Nyåker zu übernehmen. Dies war der Startpunkt für Nyåkers Pepparkakor.

Der Verkauf in der Bäckerei wurde durch einen Brotwagen ergänzt, mit dem Brote, Kuchen und Torten an die Höfe in der Gegend geliefert werden konnten. Es waren aber vor allem die guten Pfefferkuchen, die für die größte Nachfrage sorgten. Nachdem man 1955 eine neue moderne Bäckerei gebaut hatte, konnten die Pfefferkuchen in hohem Tempo von einer Maschine mit Pedalantrieb ausgestanzt werden. 1960 kam dann die Katastrophe. Die Bäckerei brannte bis auf den Grund ab. Nur wenige Tage zuvor hatten die Brüder einen landesweiten Vertrag mit der Warenhauskette EPA abgeschlossen. Die Bäckerei war aber im Großen und Ganzen unversichert. Aber Bengt und John Åström gaben nicht auf und nur sechs Monate nach dem Brand war eine neue Bäckerei in Nyåker fertiggestellt.

In den 1960er Jahren entwickelt sich Nyåkers zu einem der führenden Hersteller von Pfefferkuchen in Schweden. Heute hat das Unternehmen rund 60 Angestellte und einen Umsatz von 90 Millionen Kronen. Das Originalrezept von 1952 wird noch heute verwendet, und die Pfefferkuchen stehen für 90 Prozent des Umsatzes, hier ist Nyåkers am größten weltweit. Außer Skandinavien sind die USA, Kanada und Japan große Absatzmärkte. Nyåkers produziert neben Pfefferkuchen auch Mandelkuchen, Kardamomskorpa und mehr als zehn weitere Biskuits.

Heute hat Nyåkers seinen Hauptsitz in Umeå. 2012 übernahm Christoffer Öberg 2012 die Geschäftsführerrolle von seinem Vater, und im selben Jahr wurde eine weitere Fabrik, eine hypermoderne Anlage in Bjurholm nördlich von Nyåker in Betrieb genommen. Das war eine enorme Investition, die Nyåkers dazu zwang, in großem Maßstab zu expandieren, um den Kredit abzahlen zu können.

Vor diesem Hintergrund ist auch der amerikanische Markt so wichtig, der ein gewaltiges Potenzial hat und auf dem man für Qualitätsprodukte einen guten Preis erhalten kann. Für viele Menschen dort sind die Pfefferkuchen ein Gesundheitsprodukt. Nyåkers hat in den USA eine Reihe Biskuits mit verschiedenen Geschmacksrichtungen eingeführt, darunter Apfelsine, Cappuccino, Zitrone und Kürbis (Halloween!).

Als Lennart Öhberg 1998 als Geschäftsführer antrat, lag der Umsatz bei 40–50 Millionen Kronen. Schweden stand für 70 Prozent und die übrigen nordischen Länder für 30 Prozent des Umsatzes. Im Jahr, bevor Christoffer Öhberg Geschäftsführer wurde, belief sich der Umsatz auf ca. 80 Millionen Kronen, wobei Schweden für 60 Prozent

und die USA für 20 Prozent des Umsatzes stand. Heute stehen die USA für 30 Prozent des Umsatzes.

Der amerikanische Markt stellt das Unternehmen vor eine Reihe von Herausforderungen. Die Versicherungskosten sind hoch, und auch gegen die Währungsschwankungen muss man sich versichern. Die Hälfte des Verkaufs läuft über den Onlinehandel. Jeder Bundesstaat hat seine Normmaße für Verpackungen und Paletten. Laut Christoffer Öberg sind Zölle und andere juristische Regelungen kein größeres Problem für Nyåkers. Aber er erinnert an den Handelskrieg, der vor einigen Jahren mit den USA ausbrach und in dem gerade die Pfefferkuchen eingezogen wurden. Damals waren Annas Pepparkakor in Tyresö betroffen. Heute wäre es Nyåkers, das am stärksten betroffen sein würde.

Eine andere Herausforderung, die sich mit den Ausfuhren in die USA stellt, ist die amerikanische Lebensmittelbehörde Food and Drug Administration (FDA), die zu jedem Zeitpunkt in Bjurholm oder Nyåker auftauchen kann, um strenge Kontrollen durchzuführen.

Sollte sich der Handel zwischen der EU und den USA vorteilhaft entwickeln, und hierbei kann das Freihandelsabkommen TTIP eine wichtige Rolle spielen, glaubt Christoffer Öberg, dass die USA in zehn Jahren an Schweden als größtem Absatzmarkt vorbeigezogen sind. Aber er versichert, dass die Pfefferkuchen auch weiterhin in Nyåker und Umgebung hergestellt werden.





# Wolle und Äxte aus Norrland

Adam Brånby ist seit 2009 Geschäftsführer der sich im Familienbesitz befindenden Unternehmensgruppe Ekstigen, zu der unter anderem auch zwei Unternehmen angehören, die in die USA exportieren, Woolpower in Östersund und Gränsfors Bruk im nördlichen Hälsingland.

Woolpower hat seine Wurzeln in Vinetta, einem Unternehmen, das vom schwedischen Kooperativen Verbund (KF) in Östersund 1969 gegründet wurde und Nylonstrumpfhosen herstellte. In seinen besten Zeiten hatte das Unternehmen 530 Angestellte. 1972 präsentierte Vinetta eine Basisgarderobe für Damen mit neun Kleidungsstücken in sieben Farben. Bis 1976 sind über eine Million Kleidungsstücke verkauft worden.

In den 1980er Jahren wurden die Geschäfte bei Vinetta reduziert und KF verkaufte nach und nach seine Anteile am Unternehmen. Nach mehreren Besitzerwechseln wurde Adam Brånbys Vater, Gabriel Brånby, 2002 Teilhaber am Unternehmen, das zu dieser Zeit Ullfrotté AB hieß. Damals begann auch Adam Brånby im Unternehmen zu arbeiten. Besonders interessant fanden Gabriel und Adam Brånby das Material, Ullfrotté Original, das Vinetta in Zusammenarbeit mit dem schwedischen Militär in den 1970er Jahren entwickelt hatte.

Ullfrotté besteht aus zwei Dritteln Wolle und einem Drittel Synthetik, aus dem ein Frotteestoff mit Schlingen hergestellt wird. Während der Synthetikanteil für eine längere Lebensdauer sorgt, geben die Schlingen durch die Lufttaschen ein größeres Isolationsvermögen. Die ersten Ullfrottékleidungsstücke wurden 1972 produziert.

Nach dem Eintritt Gabriel und Adam Brånbys in Ullfrotté AB begann eine umfassende Umwandlung des Unternehmens. Die Produktentwicklung wurde intensiviert, man zog in eine größere Fabrik um und änderte den Namen zu Woolpower AB.

Woolpower stellt heute ausschließlich wärmeisolierender Unterwäsche, Socken, Verstärkungskleidungsstücke und Accessoires her, die unter der Marke Woolpower vermarktet werden. Das Unternehmen hat 90 Angestellte, und die gesamte Produktion vom Garn bis hin zum fertigen Kleidungsstück erfolgt in Östersund. Unternehmen, die komplett selbst Kleidungsstücke herstellen, sind äußerst ungewöhnlich in Schweden. Die Qualitätsanforderungen sind sehr hoch, und in jedem Kleidungsstück wird der Name der Person angegeben, die das Produkt genäht hat.

Ein Großteil der Produkte besteht aus Arbeitsbekleidung. Für alle Berufe, in denen Arbeit bei jeder Witterung unter freiem Himmel gefordert wird, beispielsweise bei der Polizei, beim Militär, auf dem Bau und im Wald, wird warme, verlässliche Unterwäsche benötigt. Auch Jäger und Berufe im Freizeitsektor finden sich unter den Kunden.

Woolpower ist ein Wachstumsunternehmen. In den letzten Jahren ist die Zahl der Angestellten um 20 neue Mitarbeiter angestiegen. Der Umsatz liegt bei 70 Millionen SEK.





80 Prozent der Produkte gehen in den Export in mehr als 25 Ländern in aller Welt. Die Ausfuhren in die USA machen etwa fünf bis zehn Prozent des Umsatzes aus.

Für Adam Brånby stellen die Zölle, die je nach Produkt bei zwischen sieben und fünfzehn Prozent liegen, ein Problem bei den Ausfuhren in die USA dar. Weitere Zölle werden fällig, wenn Woolpowers Händler in den USA die Produkte an Kunden in Kanada verkaufen will.

Einige Produkte von Woolpower müssen besondere Sicherheitsanforderungen erfüllen, zum Beispiel flammhemmende Materialien für Elektriker und Rettungsdienste. Die Sicherheitsanforderungen haben im Prinzip dasselbe Niveau in der EU und in den USA, jedoch sind die Tests, die für eine Zertifizierung notwendig sind, sehr verschieden. Woolpower kann sich die amerikanischen Tests nicht leisten, besonders weil dann regelmäßige Aktualisierungen der Tests durchgeführt werden müssen. Aus diesem Grund verzichtet Woolpower auf dieses Segment in den USA.

Ein erfolgreiches Freihandelsabkommen würde laut Adam Brånby für Woolpower bedeuten, dass man die Preise in den USA um zehn bis fünfzehn Prozent senken und außerdem flammhemmende Produkte mit europäischen Zertifizierungen vermarkten könnte.

Anfang der 1980er Jahre wurde Gränsfors Bruk von Gabriel Brånby übernommen, jedoch hat das Unternehmen eine deutlich längere Geschichte.

Gränsfors liegt in der nordschwedischen Gemeinde Nordanstig. Hier an den Stromschnellen des Flusses Garpån hatten sich im Laufe der Zeit ein Dutzend Kleinindustrien angesiedelt. Gränsfors Bruk wurde 1902 als Schmiede gegründet und war auf die Herstellung von Äxten, Kuhfüßen und anderen Schmiedeprodukten spezialisiert. 2005 wurde die Herstellung aller anderen Produkte als Äxte in einem eigenen Unternehmen, Gränsfors Smide, gebündelt, das sich ebenfalls im Besitz von Ekstigen befindet.

Gränsfors Bruk stellt nach traditionellem Schmiedehandwerk Äxte in einer Schmiedepresse von 1930 her. Die handgeschmiedeten Äxte zeugen von extrem hoher Qualität. Jede Axt wird mit den Initialen des Schmiedes als Qualitätssiegel und Garantie versehen. Da die Produktionskosten deutlich höher sind als die für massenproduzierte Äxte, die man in Eisenwarenhandel und in Baumärkten findet, richtet sich Gränsfors Bruk an einen kleineren Kundenkreis mit hohem Qualitätsbewusstsein.

Das Unternehmen hat 30 Angestellte und einen Umsatz von 30 Millionen Kronen. Das größte Problem für weiteres Wachstum liegt nicht in der Nachfrage sondern darin, dass es schwer ist fähige Schmiede zu finden.

80 Prozent der Produktion wird in mehr als 30 Länder exportiert. Große Absatzmärkte sind Deutschland und Norwegen. Die USA stehen für 20 Prozent des Verkaufs. Von dort wird auch das Hickory bezogen, das man für den Schaft der Äxte verwendet.

Die Handelsbarrieren, die einem Export in die USA im Wege stehen, sind hauptsächlich Zölle. Ein besonderes Problem sind die Zollprozeduren bei Reklamationen, die aber zum Glück äußerst selten vorkommen.

Adam Brånby glaubt, dass mit einem neuen Freihandelsabkommen die Preise für die Produkte von Gränsfors Bruk gesenkt werden könnten. Das Unternehmen könnte außerdem wie die meisten Betriebe, die im internationalen Handel tätig sind, von indirekten Auswirkungen profitieren. Zum einen würde der internationale Handel wachsen und unterschiedliche Nebeneffekten mit sich bringen. Zum anderen würde eine neues Freihandelsabkommen bedeuten, dass der Weltstandards auf vielen Handelsbereichen im Prinzip von der EU und den USA gesetzt würden. Davon würden Unternehmen in Schweden profitieren. Ansonsten könnte die Gefahr bestehen, dass die USA und China sich über wichtige Spielregeln für den internationalen Handel einig werden könnten.

**66%** der Unternehmen,  
die angeben, dass Zölle  
als Hindernis erleben, schätzen, dass ihre  
Ausfuhren in die USA steigen würden, wenn  
man die Zölle abschaffte. Im Zuge des  
Freihandelsabkommens TTIP würden die  
meisten Zölle abgeschafft.

Quelle: Ipsos 2014

## Seilwinden aus Vansbro

In der mittelschwedischen Landschaft Dalarna liegt die Ortschaft Vansbro, in der Sepson, ein international erfolgreiches Unternehmen in der Herstellung von Fahrzeugwinden angesiedelt ist. Der Name des Unternehmens setzt sich aus Teilen des Gründernamens Sars Erik Pettersson zusammen. Er war Schmied und gründete sein Unternehmen 1900 für die Herstellung von Produkten für die Land- und Forstwirtschaft.

Nach einer turbulenten Zeit mit verschiedenen Eigentümern und einem Konkurs wurde das Unternehmen 1989 von Mats Elfsberg aufgekauft. Er brachte Erfahrungen aus der Werkstattindustrie mit, unter anderem von Westlings Industri AB in Vansbro, die Sägeblätter herstellten. Als Elfsberg Sepson kaufte, hatte der Betrieb in Vansbro 25 Angestellte. Die Produktion war auf Seilwinden spezialisiert.

Nach anfänglichen Schwierigkeiten aufgrund der allgemein herrschenden wirtschaftlichen Krise Anfang der 1990er Jahre konnte sich das Unternehmen erholen und wächst heute wieder stetig weiter. Sepson hat seit 12 Jahren keine roten Zahlen mehr geschrieben.



Mats Elfsberg verkaufte Sepson im Januar 2014 an Lidan Marin AB in Lidköping, die Seilwinden für die Seefahrt herstellen, blieb jedoch als Geschäftsführer im Unternehmen.

Heute hat Sepson 18 Angestellte, die verschiedene Seilwinden entwickeln, montieren und verkaufen. Sämtliche Komponenten werden von anderen Unternehmen eingekauft. Der Umsatz liegt bei 100 Millionen Kronen. Atlas Copco ist ein Großkunde in Schweden, jedoch gehen 85 Prozent der Produktion in den Export. Die wichtigsten Kunden sind Fahrzeugbauer in unter anderem Australien, Deutschland und Österreich, welche ihre Produkte wiederum in viele andere Länder verkaufen. So sind Sepsons Produkte praktisch in aller Welt zu finden.

Mats Elfsberg leitete in den 1980er Jahren ein Unternehmen in den USA und kennt von daher den Markt dort recht gut. Bevor er Geschäftsführer wurde, hatte Sepson versucht, sich auf dem amerikanischen Markt zu etablieren, jedoch erfolglos. Elfsberg ist der Meinung, dass die USA ein äußerst interessantes Land sind, nicht zuletzt deswegen, weil die Hälfte des Weltmarkts für Bergungsfahrzeuge – ein wichtiger Abnehmer für Sepsons Seilwinden – in den USA und Kanada liegt.

Sepson hat jedoch noch nicht den Schritt auf den USA-Markt gewagt. Um dort erfolgreich zu sein, bedarf es großer Investitionen, zu denen dem Unternehmen bislang Zeit und nötige Ressourcen fehlten. Der amerikanische Markt ist extrem taff, mit starkem Wettbewerb und niedrigen Preisen. Mats Elfsberg sagt, dass die USA ein zivilisiertes Land mit harten Produkthanforderungen sind: „Das Problem ist nur, dass es dort zu viele Juristen gibt.“ Die amerikanischen Schadenersatzregelungen würden eine teure Versicherung erforderlich machen. Darüber hinaus gibt es eine Reihe von Hemmnissen für den Export in die USA und Unterschiede bei den Normen und anderen Regelungen. Beispielsweise unterscheiden sich die Normen für die Maße von Seiltrommeln usw.

Mats Elfsberg ist der Ansicht, dass ein Freihandelsabkommen die Kosten und Risiken für Ausfuhren in die USA beträchtlich reduzieren könnte. In dem Falle wäre Sepson definitiv daran interessiert, auf den Markt zu setzen. Er erinnert daran, wie der Handel innerhalb der EU durch die EU-Mitgliedschaft erleichtert wurde:

„Es ist leicht, heute ein Europäer zu sein. Der Handel läuft sehr reibungslos. Es werden keine speziellen Transport- und Zolldokumente gefordert. Es ist genau so einfach nach Italien zu liefern wie in die nächstgelegene schwedische Stadt. Nach Norwegen zu liefern, erfordert dagegen eine gewaltige Menge Bürokratie.“

# Ahlberg Cameras für strahlungsbelastete Umgebungen

Ahlberg Cameras liegt im Industriegebiet Görla in Norrtälje nördlich von Stockholm. Das Unternehmen entwickelt, produziert, installiert und wartet Kameras, Beleuchtung und Inspektionsausrüstungen für radioaktiv belastete Umgebungen in der Luft und im Wasser. Da radioaktive Strahlung sämtliche elektronischen Funktionen außer Gefecht setzen würde, werden Spezialprodukte benötigt, die selbst in einer solchen Umgebung ihre Aufgaben erfüllen.

Das Unternehmen wurde 1981 in Vallentuna unter dem Namen Ahlberg Electronics von Ulf Ahlberg gegründet. Ulf Ahlberg hatte zuvor als Inspekteur für schwedische Kernkraftwerke gearbeitet und unter anderem Kameras in den ersten schwedischen Kernkraftwerken installiert. Dabei erkannte er, dass es hier ein großes Potenzial in der Produktentwicklung gab.

In den ersten 20 Jahren rüstete das Unternehmen schwedische und finnische Atomkraftanlagen aus und konzentrierte sich auf die Entwicklung neuer Produkte. Um 1990 zog Ahlberg Electronics nach Norrtälje um.

In den letzten zehn Jahren hat das Unternehmen große Erfolge auf dem Weltmarkt erzielt. Mehr als 30 Prozent aller Kernkraftwerke der Welt, das sind mehr als 150 in 20 Ländern, sind mit Ausrüstungen von Ahlberg versehen. Unter den Kunden finden sich nicht nur Kernkraftbetreiber, sondern auch Betreiber von Brennstäbelagern und anderen stark radioaktiven Anlagen. Ahlberg installierte beispielsweise nach der Havarie 2011 im Atomkraftwerk Fukushima innerhalb von drei Wochen zwei Überwachungssysteme.

2012 erwarb Brokk AB 70 Prozent der Anteile an Ahlberg Electronics. Brokk liegt in Skellefteå und ist weltführender Hersteller von ferngesteuerten Abbruchmaschinen. Das Unternehmen gehört zur Lifco Group, die sich im Besitz von Carl Bennet befindet. Zur gleichen Zeit trat Ulf Ahlbergs Sohn Joakim Ahlberg die Rolle des Geschäftsführers an das Unternehmen änderte den Namen zu Ahlberg Cameras.

Das Unternehmen hat heute einen Umsatz von ca. 50 Millionen Kronen und 30 Angestellte. Rund 20 Prozent des Umsatzes fließt in die Produktentwicklung. Erst kürzlich hat das Unternehmen eine Inspektionsausrüstung entwickelt, mit der eine eventuelle Biegung von Brennstäben, die ein großes Sicherheitsrisiko darstellen kann, gemessen wird. Bisher waren solche Kontrollen relativ aufwendig, mit Ahlbergs Ausrüstung können sie nun automatisch beim Handling mit Brennstäben durchgeführt werden.

Über 90 Prozent der Produkte von Ahlberg Cameras geht in den Export, dabei stehen die USA für 45 Prozent des Umsatzes. In North Carolina liegt außerdem ein Tochterunternehmen mit drei Angestellten. Neben der Ausrüstung für mehrere amerikanische Kernkraftwerke wurde Ahlberg Cameras mit einem sehr prestigevollen Auftrag betraut, nämlich der Lieferung der Ausrüstung für die Sanierung nach dem Manhattan Project. Dieses Projekt in den 1940er Jahren hatte zum Ziel, die erste amerikanische Atom-



bombe zu bauen. Die Lagerung des dabei entstandenen radioaktiven Materials ließ viel zu wünschen übrig, weshalb die Sanierung heute extrem anspruchsvoll ist.

Die schwedischen Sicherheitsanforderungen für Ahlbergs Produkte sind im internationalen Vergleich sehr streng. Von daher hat Ahlberg Cameras keine Probleme mit den amerikanischen Anforderungen. Dennoch müssen alle Produkte die amerikanischen Tests durchlaufen, was hohe Kosten mit sich bringt.

Der Zollsatz für Ausfuhren in die USA liegt bei vier Prozent. Dies ist laut Joakim Ahlberg an sich kein größeres Problem. Weil aber Ahlberg Cameras ein Lager mit Komponenten in den USA halten muss, um einen schnellen Service bieten zu können, ist man gezwungen, auch für diese die Zollkosten auszulegen.

Laut Joakim Ahlberg konkurriert das Unternehmen mit hoher Qualität und einem Rund-um-die-Uhr-Service. Dennoch kann natürlich alles, was die Handelshemmnisse und verschiedenen Kosten für den Handel reduziert, die Wettbewerbsfähigkeit stärken.



## Ohne Tebex steht die U-Bahn in New York

Ganz in der Nähe von Ahlberg Cameras Anlage im Industriegebiet Görla im schwedischen Norrtälje liegt Tebex Kabelstammar, ein Unternehmen, das Kabel und Kabelbäume herstellt. Und ganz nebenbei bemerkt ist auch Ahlberg Cameras einer von Tebex Kunden.

Tebex wurde 1955 als Ingenieurfirma von Erfinder Bror Söderström gegründet. Der Name des Unternehmens setzt sich aus T und B, den ersten Buchstaben der Vornamen des Sohnes Torsten und von Bror selbst zusammen.

Bror Söderström arbeitete als technischer Berater, ein wichtiger Auftraggeber war AlfaLaval, für die er Melkanlagen konstruieren sollte. Zur Arbeit mit diesen Maschinen gehörten auch Kabel und Schläuche in großem Umfang. Später begann Tebex auch Kabelkonfektionen für Atlas Copco zu produzieren.

Raymond Fernström ist Geschäftsführer im Unternehmen seit der Bildung einer Aktiengesellschaft 1976. Seine Schwester war mit Torsten Söderström verheiratet und Raymond Fernström begann 1972 für Tebex zu arbeiten. Im Jahr darauf verstarb Bror Söderström. 1976 wurde die technische Beratungstätigkeit abgewickelt und im selben Zug der Name des Unternehmens in Tebex Kabelstammar geändert.

Tebex stellte hauptsächlich Schläuche und Kabelbäume für AlfaLaval her, bis man dort 1980 beschloss, die Herstellung selbst zu übernehmen. Nun musste Tebex neue Kunden finden. Raymond Fernström sagt heute, dass damit der Grundstein für Tebex spätere Erfolge gelegt wurde, da es nie gut ist, wenn ein Unternehmen so sehr von einem einzigen Kunden abhängig ist. Dass AlfaLaval 1995 als Kunde wieder zurückkehrte, machte die Sache natürlich nicht schlechter. Nachdem AlfaLaval 2002 in zwei Unternehmen gesplittet wurde, ist DeLaval heute ein wichtiger Kunde für Tebex.

1990 zog Tebex von AGAs alter Fabrik für die Herstellung von Autotelefonen in Norrtälje ins Industriegebiet Görla um.

Tebex verfügt über Spitzenkompetenz in der Herstellung von Schläuchen und Kabelkonfektionen und ist eins der wenigen Unternehmen, die sowohl elektrische als auch fiberoptische Kabelbäume liefern. Das Unternehmen hat 40 Angestellte und einen Umsatz von 44 Millionen Kronen.

80 Prozent der Produkte werden an Kunden in Schweden geliefert, unter anderem an DeLaval und die medizintechnischen Unternehmen Gambro und GE Healthcare. Da diese Unternehmen ihrerseits den Hauptteil ihrer Produkte exportieren, ist Tebex indirekt sehr abhängig von den Exportmöglichkeiten der schwedischen Wirtschaft.

Indien, China und Spanien gehören zu den größten Exportmärkten von Tebex. Die Ausfuhren in die USA machen nur etwa einen Prozent des Umsatzes aus. Allerdings waren sie



größer vor den Anschlägen des 11. September 2001, nach denen dem amerikanischen Markt die Luft ausging.

Raymond Fernström sieht für Tebex ein großes Potenzial in den USA hat und hat auch die Ambition, den Export dorthin wieder auszubauen. Das, was heute exportiert wird, sind vor allem fiberoptische Kabelstränge für mehrere amerikanische U-Bahn-Systeme, unter anderem die U-Bahn in New York. Tebex hat diese Bestellungen über seine guten Kontakte zu Bombardier in Västerås erhalten, nachdem Bombardier in Pittsburgh die Niederlassung in Västerås darum gebeten hatte, Namen von Unternehmen zu nennen, die auf Kabelkonfektionen spezialisiert sind.

Laut Raymond Fernström verfügt Tebex über die nötige Kompetenz und die Qualität, um sich auf dem amerikanischen Markt gut behaupten zu können. Das Freihandelsabkommen TTIP kann die Bürokratie im Handel mit den USA reduzieren und würde die Ambitionen des Unternehmens, dorthin zu exportieren, beträchtlich erleichtern.



# Hobelbänke aus Stockaryd

Zwischen Sävsjö und Lammhult im südschwedischen Småland liegt die kleine Ortschaft Stockaryd. Hier stellt die Firma Sjöbergs seit mehr als 80 Jahren Hobelbänke her. Seine Wurzeln hat der Betrieb in einer Möbelschreinerei, die Axel Sjöberg in den 1920er Jahren auf dem Dachboden in seinem Haus in Mariedal gründete. Mit der Zeit wuchs der Betrieb und es wurden immer mehr Mitarbeiter angestellt. Man stellte unter anderem Karosserien aus Holz für Automobile her sowie Wasserpumpen aus Holz. Während des zweiten Weltkrieges wurden einfache Betten für Städter gebaut, die in diese Gegend evakuiert wurden. Aber vor allem verkaufte das Unternehmen Holz zur Befeuerung von Holzvergasern für Autos. 1932 hatte Axel Sjöberg damit begonnen, Hobelbänke für Gewerbe und Handwerker in der näheren Umgebung herzustellen. Einige Jahre später kam Sigfrid Stenberg zu Besuch. Er leitete die Firma AB Sigfrid Stenberg in Nässjö, die eins der wichtigsten Unternehmen für die Herstellung und den Vertrieb von Maschinen für Schreinereien und die Möbelindustrie war. Stenberg fragte an, ob er einige Bänke in Sonderanfertigung bestellen könnte. So kam es zu einer Bestellung von ganzen zehn Hobelbänken, was für diese Zeit sehr viel war.

Mit 50 gab Axel Sjöberg den Betrieb 1947 an seine Söhne Torsten, Göte, Lage und Reinhold weiter. Lage Sjöberg wollte jedoch seine eigenen Wege gehen und verließ die Gesellschaft 1953. Die übrigen Brüder bauten den Betrieb aus und rationalisierten die Produktion. Das Unternehmen stellte unter anderem Küchenmöbel, Einrichtungen für Kirchen sowie Treppen und Hobelbänke her. Das Interesse seitens der Industrie und Werkstätten für Hobelbänke nahm in den 1950er Jahren zunehmend ab, als Sjöbergs plötzlich von Stig Parkström von Skriv & Rit (Schreibe & Zeichne) kontaktiert wurde, die Hobelbänke für Schulen kaufen wollte. Mit einem Mal hatte sich für die Schreinerei ein neuer lukrativer Markt eröffnet.

1959 gelang der Durchbruch in den USA. Ein Onkel der Brüder, Bo-Erland Sjöberg, reiste für ein Jahr in die USA, um dort Hobelbänke zu verkaufen. Auf einer Designausstellung in Sacramento, Kalifornien, wurde eine Hobelbank ausgestellt, die mit der Goldmedaille ausgezeichnet wurde und Torsten Sjöberg konnte nach Stockholm fahren, um die Medaille vom amerikanischen Botschafter in Empfang zu nehmen. Von diesem Zeitpunkt an stieg der Absatz stetig weiter, und für einige Jahre lag die Zahl der gelieferten Hobelbänke bei rund 25000 Stück pro Jahr.

Heute heißt das Unternehmen AB Bröderna Sjöbergs Industrier und stellt Hobelbänke für Werkräume in Schulen sowie Arbeitsbänke für Bastler und für Kinder her. In den letzten Jahren wurde außerdem ein Sortiment für Textilträume in Schulen entwickelt.

Torsten Sjöbergs Sohn Johan Sjöberg ist Vorstandsvorsitzender von Bröderna Sjöbergs Industrier. Er begann als 15jähriger Mitte der 1960er Jahre im Unternehmen und wurde später auch Teilhaber. Anfang der 1980er Jahre wurde das Unternehmen jedoch an Hexagon verkauft. Nach einem weiteren Besitzerwechsel 1990 verließ Johan Sjöberg das Unternehmen und kam im Jahr darauf zu Svenssons in Lammhult, das er zu einem großen Möbelhandel ausbaute.

2009 kaufte Johan Sjöberg zusammen mit seinem Schwager Jan Möllefors die Schreinerei, die sein Großvater gegründet hatte, zurück. Das Unternehmen stand zu jenem Zeitpunkt recht vernachlässigt dar und hatte seit zehn Jahren keine größeren Investitionen gewagt. Man schlug drei Schreinereien zusammen und bildete AB Bröderna Sjöbergs Industrier.

Nun begann eine Periode der Rationalisierungen. Große Investitionen in Maschinen sorgten dafür, dass der Arbeitsaufwand für die Produkte halbiert werden konnte. Außerdem wurden die Produkte weiterentwickelt und besser auf die einzelnen Zielgruppen zugeschnitten.

Sjöbergs hat heute 20 Angestellte, davon 16 in der Herstellung. Der Umsatz liegt bei 35 Millionen Kronen. Ungefähr die Hälfte des Verkaufs geht in den Export in ca. 25 Länder, vor allem nach Europa und in die USA, aber auch nach Japan und China. Das Unternehmen ist überall dort, wo es sich niedergelassen hat, marktführend.

Die USA stehen für ca. 25 Prozent des Umsatzes, hier unterhält das Unternehmen außerdem drei Lager. Sjöbergs verkauft vor allem Hobelbänke an große Fachhandelsketten, aber auch an das E-Commerce-Unternehmen Amazon. In den USA gibt es laut Johan Sjöberg keine Mitbewerber von Bedeutung, jedoch bedarf es harter Arbeit und fortschrittlicher Technologie, um sich auf einem Markt wie den USA zu etablieren und zu expandieren. Daher ist es wichtig, dass die handelspolitischen Regelungen einfach, stabil und vorausschaubar sind.

Je weniger Handelshemmnisse, desto größer der Export und desto mehr Arbeit in Schweden, behauptet Johan Sjöberg. Von daher wäre ein ambitioniertes Freihandelsabkommen wie TTIP für Sjöbergs positiv.



# Schweißtechnik in Helsingborg

Linde Metalltechnik ist eine Unternehmensgruppe im Familienbesitz und liegt im süd-schwedischen Helsingborg.

Die Gruppe ist in verschiedenen Geschäftsbereichen wie mechanische Herstellung, Materialhandling und Elektrotechnik tätig und hat ihren Ursprung in einer Schmiedewerkstatt, die von Gunnar Linde 1944 gegründet wurde. Sein Sohn Per Linde wurde 1971 Ingenieur und war bis 2009 Geschäftsführer. Heute erfüllt er die Funktion eines Senior Advisor.

Linde Metalltechnik hat etwa 60 Angestellte und einen Umsatz von 70 Millionen Kronen. Das Unternehmen stellt Stahl- und Maschinenkomponenten mit Spezialschweißtechniken her. Die Eisenbahnindustrie ist ein wichtiger Kunde, Endkunden sind eine Reihe von Eisenbahngesellschaften in ganz Europa.

Der Export in die USA entspricht etwa 30 Prozent des Umsatzes. Linde stellt beispielsweise Ausrüstungen zur Reinigung von Rauchgasen für Alstoms Tochtergesellschaft in den USA her. Ein anderer Kunde ist Höganäs, mit dem Linde zusammenarbeitet, um Pulverbeschichtungen für die Anwendung in den USA herzustellen.

Die strengen Regeln hinsichtlich der Produkthaftung ist ein großes Problem, wenn man mit den USA Geschäfte macht, zum Beispiel für Pulverbeschichtungen. Zur Ausrüstung

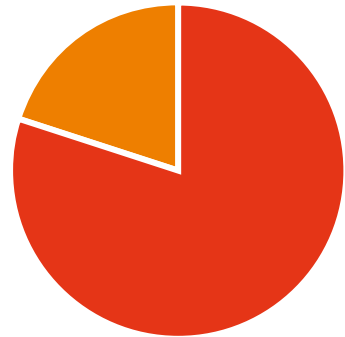


gehören Schläuche, durch die 150 Grad heißes Öl fließt. Da die Schläuche beschädigt werden können, wenn sie nicht korrekt eingesetzt werden, sind komplizierte Beschreibungen über das richtige Handling erforderlich. Darüber hinaus muss das Unternehmen teure Versicherungen abschließen.

Andere Produkte von Linde Metalltechnik lassen sich relativ einfach kopieren, hier ist der Preis ein wichtiger Wettbewerbsfaktor. In diesen Fällen stellen die Zölle zwischen der EU und den USA einen Wettbewerbsnachteil dar.

Per Linde weist auf ein großes Problem in Bezug auf die Lindes Ausfuhren in die USA hin, nämlich die mangelnde Kooperation bei den Tests für Druckbehälter. Früher war das Unternehmen gezwungen, Tests für die EU und Tests für die USA durchzuführen, was zu Unmengen an Testprotokollen führte. Inzwischen sind die Regeln harmonisiert worden, sodass heute die EU die amerikanischen Testergebnisse akzeptiert und umgekehrt, was zu deutlichen Erleichterungen geführt hat. Dieses Beispiel zeigt das Potenzial des Freihandelsabkommens TTIP, mit dem systematisch Harmonisierungen von Regelungen in einer Reihe von Gebieten durchgesetzt werden könnten.

Der Onlinehandel hat in den USA ein großes Potenzial. 8 von 10 Unternehmen geben an, dass sie noch keinen Handel oder nur in geringem Umfang mit Kunden in den USA treiben. Das Freihandelsabkommen TTIP würden den Onlinehandel über den Atlantik erleichtern.



Quelle: Ipsos 2014



**Anders Johnson** ist Autor mit Schwerpunkt Wirtschaftsgeschichte.

Aus seiner Feder stammen unter anderem *Globaliseringens tre vågor – Sveriges internationalisering under 150 år [Die drei Wellen der Globalisierung – Schwedens Internationalisierung in 150 Jahren]* (Globaliseringsrådet 2008) und *Transatlantiskt partnerskap – vad, hur och varför? [Transatlantische Partnerschaft – was, wie und warum?]* (Svenskt Näringsliv 2014).

**[www.svensktnaringsliv.se](http://www.svensktnaringsliv.se)**

Storgatan 19, SE-114 82 Stockholm

Telefon +46 8 553 430 00