

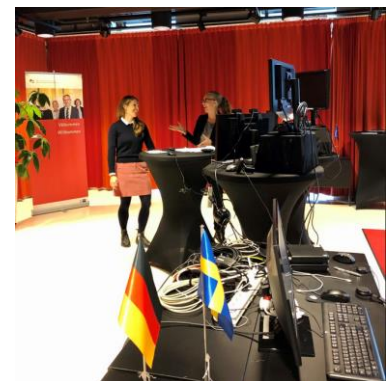


# Ergebnisbericht Geschäftsanbahnung Schweden Deutsche Anbieter nachhaltiger Produkte im Bereich Inneneinrichtung und Mode

Vom 10. - 12.11.2020 führte die Deutsch-Schwedische Handelskammer (AHK Schweden) im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie (BMWi) eine Geschäftsanbahnungsreise nach Schweden durch. Es handelte sich dabei um eine projektbezogene Fördermaßnahme im Rahmen des BMWi-Markterschließungsprogramms für KMU.

Deutschland ist traditionell Schwedens größter Handelspartner und hat als Lieferant und Abnehmerland seit vielen Jahren eine bedeutende Stellung. Der für Mode- und Einrichtungshandel wichtige E-Handel verzeichnet in Schweden starke Zuwachszahlen mit einem hohen Importanteil aus Deutschland. Schweden sind sogenannte "early adopters" mit einem großen Interesse für neue und innovative Produkte. In Schweden ist das Thema Klimaschutz schon seit Jahren weit oben auf der Agenda, was zu einem Umdenken auch in der Mode- und Einrichtungsindustrie geführt hat. Faktoren wie ökologische und soziale Nachhaltigkeit spielen bei der Kaufentscheidung schwedischer Konsumenten eine zunehmend wichtige Rolle. Damit bietet sich deutschen Unternehmen im Bereich nachhaltige Inneneinrichtung und Mode ein interessanter Markt.

Die Geschäftsanbahnungsreise verfolgte zwei Ziele, die Hand in Hand miteinander gehen: Zum einen, den Teilnehmern den schwedischen Markt, seine Rahmenbedingungen, Trends und Hauptakteure zu präsentieren und zum anderen, konkrete Geschäftskontakte zu potenziellen schwedischen Kunden und Partnern individuell zu knüpfen. Die Geschäftsanbahnung bestand daher aus mehreren Bausteinen. Die Grundlage für die digital umgesetzte Reise bildete eine umfangreiche Zielmarktanalyse, welche über den schwedischen Markt und das fokussierte Marktsegment informiert. Die Durchführung wurde „live“ über das Studio vor Ort in Schweden sowie durch vorab eingespielte Beiträge realisiert. Der Auftakt bildete eine Einführung in den schwedischen Markt u.a. durch die Deutsch-Schwedische Handelskammer, den schwedischen Einzelhandelsverband (Svensk Handel) und den schwedischen Branchenverband für Textil- und Modeunternehmen (TEKO). Die



Teilnehmer konnten außerdem durch Videos von Store Checks schwedische „best practice“-Unternehmen besuchen. Hierbei wurde veranschaulicht, wie Nachhaltigkeitskonzepte in Geschäften im Zielland umgesetzt werden. Gefolgt wurde diese Veranstaltung von einer digitalen Präsentationsveranstaltung, auf der die deutschen Teilnehmer die Möglichkeit hatten, sich einem Fachpublikum vorzustellen. Die Präsentationen wurden aufgezeichnet und können von den Unternehmen auch noch nach der Reise entsprechend in der Vermarktung im Zielland eingesetzt werden. Ebenfalls aufgezeichnet wurden die Fachvorträge zu nachhaltiger Mode und Inneneinrichtung sowie Inspirationspräsentationen von schwedischen Unternehmen, die neben den individuell vereinbarten Geschäftsgesprächen einen wichtigen Teil der Reise bildeten. Die verschiedenen Elemente ermöglichten es den Delegationsteilnehmern am Ende der dreitägigen digitalen Reise den schwedischen Markt mit Hinblick auf die eigenen

Geschäftschancen beurteilen zu können. Eine zielgruppen- und marktgerechte Vermarktung der deutschen Teilnehmer und deren Tätigkeitsprofilen geschah darüber hinaus über soziale Medien sowie anhand von eingespielten Kurz-Imagefilmen auf Schwedisch („Storykit“). Auch diese stehen den Teilnehmern im Nachgang zur Verfügung. Somit besteht für die Teilnehmer

Durchführer:



auch nach der Reise die Möglichkeit auf umfangreiches Informationsmaterial zum schwedischen Markt sowie auf eigenes Präsentationsmaterial auf Schwedisch für weitere Marketingaktivitäten in Schweden zurückgreifen zu können. Die teilnehmenden deutschen Unternehmen stammten aus dem Bereich nachhaltige Mode und Inneneinrichtung, darunter aus den Bereichen Damen- und Herrenbekleidung, Kinderbekleidung, Accessoires und Stoffe. Dementsprechend bildete der Retail für nachhaltige Kleidung das fokussierte Marktsegment in Schweden. Die digitalen Storechecks wurden bei für den Bereich als Vorreiter geltenden Unternehmen [Nudie Jeans](#), [Grandpa](#), [Arkivet](#) und [Designtorget](#) durchgeführt. Zusätzlich konnten Nudie Jeans und [Polam O. Pyret](#) für Inspirationsvorträge gewonnen werden. Die Möglichkeit, sich durch die



digitalen Store-Checks einen Eindruck von dem Aufbau und der Philosophie schwedischer Geschäfte für nachhaltige Mode und Inneneinrichtung zu verschaffen, wurde von den Delegationsteilnehmern als sehr positiv gewertet. Alle Delegationsteilnehmer bekamen die Möglichkeit sich nach den Präsentationen individuell an die teilnehmenden schwedischen Unternehmen sowie die Speaker vom schwedischen Einzelhandelsverband, dem Swedish Fashion Council, dem schwedischen Verband für Mode und Textilunternehmen und Svenska Institutet zu wenden. Somit bestand neben dem gemeinsamen Programm auch die Möglichkeit für individuelle

Gespräche, die mehr zielgerichtet und an die einzelnen Unternehmen angepasst gestaltet werden konnten.

Ein Ergebnis der gesamten Reise bestätigt, dass im schwedischen Handel für Mode und Inneneinrichtung verstärkt nachhaltige Produkte und Geschäftsmodelle nachgefragt werden, was für deutsche Unternehmen in diesem Bereich gute Geschäftsmöglichkeiten bietet. Schweden verfolgt die politische Zielsetzung der Umstellung zur Kreislaufwirtschaft und besonders die Generation Z stellt zunehmend Anforderungen an Nachhaltigkeit beim Kauf neuer Mode- und Einrichtungsgegenstände. Die Coronakrise hat den Strukturwandel, hin zu einem wachsenden Onlinehandel, im hochdigitalisierten Schweden weiter vorangetrieben, sodass sich für deutsche Unternehmen vor allem in Bezug auf diesen Vertriebskanal gute Markteinstiegsmöglichkeiten bieten.

Der Blick auf den gesamten Lebenszyklus von Kleidungsstücken sowie Transparenz in der gesamten Supply Chain sind Anforderungen, die von schwedischen Konsumenten verstärkt nachgefragt werden und Raum für neue Produkte bieten. Neue Materialien sowie neue Geschäftsideen für Reuse, Recycling und Upcycling wurden während der Reise als wichtige Elemente für mehr Nachhaltigkeit in der Mode- und Einrichtungsbranche genannt. Die Vorträge und Gespräche während der Reise verdeutlichten, dass die Teilnehmer beider Länder neue Lösungen in diesen Bereichen forcieren, was effektive Möglichkeiten für zukünftige Zusammenarbeiten bietet. Das „window of opportunity“ wird noch eine Weile offenstehen. Nutzen Sie also die Gelegenheit, falls Sie sich für den schwedischen Markt interessieren.

Die [Projektübersicht](#) für das Jahr 2020 steht zum Download bereit. Aktuelles rund um das Markterschließungsprogramm kann unter [Termine und Veranstaltungen des Markterschließungsprogramms](#) recherchiert werden.

## Kontakt

Deutsch-Schwedische Handelskammer (AHK Schweden)  
Valhallavägen 185, SE-10252 Stockholm  
[www.handelskammer.se](http://www.handelskammer.se)  
Katrin Kraus, Projektleiterin  
+46-8-665 18 75  
[katrin.kraus@handelskammer.se](mailto:katrin.kraus@handelskammer.se)