

# Schweden in Hamburg Skandinavien in Hamburg?

Rückblick und Ausblick

# Was ist gelaufen?

- Herbst 2015      Regionalgruppe der Schwedischen Handelskammer lädt „Neulinge“ und „alte Hasen“ zu Gedankenaustausch und Ideenentwicklung bei Handelsbanken
- Frühjahr 2016      Recherche nach schwedischen B2C Unternehmen (63) in Hamburg finanziert durch AutoNova, INDISKA, Schwedische Gutaf-Adolfs-Kirche, Scandic Hamburg Emporio, stadium, Stenströms, VisitSweden
- Sommer 2016      Sonderbeilage „Hej Hamburg“ in DIE ZEIT Hamburg:  
  
Reichweite: 128.000 Leser, davon waren 38.000 in den letzten 12 Monaten in Skandinavien in Urlaub  
  
Entwicklung des Folders „Schweden erleben in Hamburg“

# Verteilung des Folders Schweden erleben in Hamburg

10.000 Exemplare	Auflage [+ 10.000 Exemplare]
8.365	durch teilnehmende Unternehmen und Organisationen
200	Volkshochschule Hamburg, Schwedisch-Kurse
750	Artikel und Beilage Mitgliederzeitschrift der Schwedischen Kirche
1.500	Schweden aktuell, Schwedische Handelskammer
30	VisitSweden
30	Café Saltkråkan
10	DIE ZEIT Hamburg
10	Business Sweden
800	Verteilung an Lucia-Konzert der Schwedischen Kirche

# Reichweite in sozialen Medien

617	Facebook
1.274	XING, Gruppen mit Schweden-/Skandinavien-Bezug
600	LinkedIn [geschätzt]

# Stimmen und Rückmeldungen

”Jättebra! Bra att ha i bilen eller handväskan. Kanske i kombination med någon karta. Bra tips för mina gäster. Det var precis det jag saknat hitintills.”

”Bra gjort! Inte lätt med så många olika företag.”

„ ‘Schweden in Hamburg ‘ sollte deutlicher sichtbar sein.“

„Wir haben den Flyer bei uns ausgelegt (also passiv), er wird regelmäßig mitgenommen. Von cross-selling Effekten, Feedback, Neukunden o.Ä. kann ich nichts berichten. Ich fände eine weitere Zusammenarbeit, gerne auch ein Treffen, durchaus interessant.“

„Die Flyer liegen bei uns an der Kasse, dabei nehmen es sehr wenige mit. Oft sind das die Männer die auf ihre Frauen warten, werfen ein kurzen Blick rein und legen es wieder zurück. Ich habe bis jetzt von Kunden nichts gehört was darauf deuten könnte, dass sie durch die Flyer auf uns aufmerksam geworden sind. Umsatzsteigerung hatten wir schon in letzten Monaten.“

# Stimmen und Rückmeldungen

”Vi tycker inte att vi skall fortsätta [med en folder], om vi kan hitta på något annat är vi gärna med och försöker.”

”De som överhuvudtaget sa något, tyckte att det var för mycket text. En sa att han tyckte att det såg ut som en broschyr från tandläkaren och flera undrade varför den såg så ’osvensk’ ut.

Kooperation i alla former är bra, tycker jag, dock gemensamma evenemang för kunder. Att man bjuder in varandra att delta i det man ändå gör, som t.ex. Scandics midsommarfirande.

Hjälpa varandra att sprida relevant information för ens egna kunder, via Facebook, egen websida och nyhetsbrev. Vi skrev bl. a. om en konsert på Scandic i vårt nyhetsbrev och fick biljetter att lotta, vilket gav ett mervärde för alla inblandade.”

# Welche Ideen gab es noch?

## Virtuelle Landingpage: „Schweden in Hamburg“

Landingpage mit Auflistung aller teilnehmenden Unternehmen und Organisationen und Verlinkung zu deren Webseiten, Kosten insgesamt: ca. 2.000,- EUR

Werbefbanner: Werbefbanner für den Verbund z.B. auf den Webseiten treffpunkt-schweden.com, www.schwedentor.de, www.schwedenstube.de usw.:  
400,00 EUR/Banner

## Aktionstage „Schweden in Hamburg“

Auf die schwedische Kultur und schwedische Besonderheiten aufmerksam machen und gleichzeitig die Aufmerksamkeit auf in Hamburg ansässige B2C Unternehmen erhöhen, z.B. dem Nationalfeiertag, Mittsommer, Krebs- und Surströmming-Saison, Weihnachten, „Tjugondedag jul (Knut)“, „Fettisdagen“ usw. veranstaltet werden.

Aktionstage werden von PR-Kampagnen begleitet.

# Welche Ideen gab es noch?

## „Swedish day(s)“

Ziel: die deutsch-schwedische Freundschaft zu stärken sowie schwedischen Lebensstil, Kultur und Humor darzustellen, ggf. mit Leitgedanke Wohltätigkeit.

### Ausstellung/Messe:

Angebote aus Schweden, wie z.B. Bekleidung, Schuhe, Nahrungsmittel, Getränke, PKW, Reiseveranstalter (Tourismus), Möbel, Stoffe, Design, Kunsthandwerk, Sprachschulen, Gastronomie, Souvenirs... (gegen Standgebühren)

### Rahmenprogramm:

Musik, Tanz, Schauspiel, Sport, PKW- oder LKW-Show

### Wohltätigkeit:

Verkauf von Tombola-Losen zugunsten einer Wohltätigkeitsorganisation, z.B. in Kooperation mit dem schwedischen, königlichen Hof

### Finanzierung:

Neben Eintritt und den Standgebühren sollte erfahrungsgemäß mit einem Sponsoring-Bedarf in Höhe von ca. 25.000,- EUR gerechnet werden.



# Welche Ideen gab es noch?

Kundenkarte, Karte zum abstempeln, 7 Teilnehmer, Selbstdruck, Kosten 30,- EUR

Benefiz-Veranstaltung (Gala) zugunsten Hamburger Projekte etc. z.B. im Scandic Hotel  
[Idee von Mackmyra]

Hafenstadtlotse von DIE ZEIT Hamburg, <http://www.zeit.de> Mindestens 10 Teilnehmer,  
Kosten: 335,-EUR/Monat+ TN

„Skandinavien-Renntag“ mit dem Hamburger Rennclub (HRC)

Midsommar 2017, Scandic Hamburg Emporio, Teilnahme Skandinavischer Unternehmen  
in Hamburg

Und? Was nun?