

CBC Schweiz AG

Von China bis an die BX

Durch die zunehmende Globalisierung wird **Marktforschung in Asien** immer wichtiger. Ein Schweizer hilft hiesigen Unternehmen, erfolgreich nach China, Indien oder Japan zu expandieren.

Das er zehn Jahre später ein Büro in der Berner Marktgassee eröffnen wird, hätte Geschäftsführer Charles Merkle bei der **CBC**-Gründung 1995 nicht gedacht. Damals waren seine Expansionspläne auf Asien beschränkt, nachdem er in Shanghai die erste Niederlassung des China Business Centre gegründet hatte. Das auf Marktforschung spezialisierte Unternehmen hilft vor allem europäischen und amerikanischen Firmen, erfolgreich in China zu expandieren. Bei diesem Prozess bietet es seinen Kunden eine umfassende Beratung an, von der Marktstudie bis zur Personalrekrutierung vor Ort. Die Palette an Unternehmen, welche **CBCs** Dienstleistungen beanspruchen, ist sehr breit. Es handelt sich hauptsächlich um Fortune-500-Firmen der ganzen Welt wie

Coca-Cola, BMW, Mercedes oder IBM, sowie KMUs aus der Schweiz. Zehn Jahre nach der Gründung wurden zwei neue Geschäftsstellen in Tokyo und Bern eröffnet. Dort werden asiatische Firmen betreut, die in Japan oder Europa expandieren möchten. Der erste Kundin aus China ist die chinesische Telekommonopolistin Huawei, welche von der **CBC** Schweiz beim Eintritt in den europäischen Markt unterstützt und beraten wird. Im 2005 gründete Merkle die **CBC** Schweiz AG, welche zwei Jahre später die chinesische **CBC** Marketing Research durch Sacheinlage zu 100% übernahm. Die indische **CBC** wurde im 2006 in Mumbai eröffnet.

Listing an der BX

Der Standort Bern ermöglicht dem Marktforschungsunternehmen ein Listing der 210 000 Namenaktien zu je 10 CHF an der Berner Börse, welches am 9. September von der BX bewilligt wurde und am 18. September stattfinden wird. Mehrheitsaktionär Merkle (80% des Aktienkapitals) möchte durch das Listing Zugang zu den Kapitalmärkten bekommen und eventuell durch Ausgabe von zusätzlichen Aktien Kapital für Übernahmen beschaffen.

Ursprünglich wollte das Management die **CBC**-Aktien in Hongkong listen. Der Gang an die BX Berne eXchange ist deshalb erfolgsversprechender, da der Handel mit Aktien von Dienstleistungsfirmen an den hiesigen Börsen üblich ist, im Gegensatz zu Asien.

Um an die Berner Börse zugelassen zu werden, konsolidierte **CBC** ihre Bilanz und Erfolgsrechnung im Dezember 2007 zum

Kommentar Die chinesische Wirtschaft boomt nicht mehr so stark wie vor ein paar Jahren und die Margen im Marktforschungssektor bleiben vermutlich tief. Ob tatsächlich so viele Unternehmen in Europa expandieren werden, wie es die Geschäftsleitung der **CBC** Schweiz AG prophezeit, ist ungewiss. Zudem wirft **CBC** trotz teilweise langfristigen Kunden noch immer wenig Gewinn ab. Ein Börsengang bringt sicherlich neues Kapital, sofern genug potenzielle Eigner gefunden werden. Wenn sich der Goodwill aus dem Kauf von **CBC** Marketing Research (Shanghai) nicht als werthaltig erweist, könnte die Ertragslage darunter leiden. Potenzielle **CBC**-Aktionäre dürfen also nicht mit überdurchschnittlichen Renditen rechnen.



Bilder.zug

ersten Mal nach Swiss GAAP FER. Auffallend ist der hohe Goodwill von 2,7 Mio. CHF, welcher allein aus der Übernahme der **CBC** Marketing Research (Shanghai) resultiert und rund 53% der Bilanzsumme ausmacht. Der Jahresgewinn belief sich Ende letzten Jahres auf 53 000 CHF. Diese Zahlen sind allerdings mit Vorsicht zu genießen, da nur 2,5 Monate des Chinageschäfts miteinbezogen wurden. Die **CBC** Schweiz kommt dieses Jahr in den Genuss von 31 000 CHF, die der Kanton Bern grosszügig beisteuert. Insgesamt bezahlt dieser die stolze Summe von 150 000 CHF über fünf Jahre sowie zusätzliche 50 000 CHF für die Realisierung eines «Office-in-the-Office»-Projekts. Unter diesem Aspekt ist der Entscheid für Bern als Firmensitz durchaus nachvollziehbar.

Grenzen des Wachstums?

Die Verknappung von Rohstoffen und die daraus resultierende Verteuerung der Produktion sind nicht die einzigen Probleme, unter denen China zur Zeit leidet. Auch aufgrund der starken Inflation stellt sich



Im Focus Group Room an der Berner Marktgasse führt die **CBC** Schweiz AG Gruppeninterviews durch.

die Frage, wie stark **CBC** in China, wo am meisten Mitarbeitende beschäftigt sind, noch wachsen kann. Das Wirtschaftswachstum der Volksrepublik ist zwar abgeflacht, aber noch immer sehr stark im Vergleich zu Europa und den USA. Die rasch steigende Anzahl an Konkurrenten dürften das Wachstum der **CBC** Schweiz AG in Zukunft zusätzlich erschweren. Das Management sieht vor allem in den BRIC-Staaten grosses Potenzial und will sich auf weitere Akquisitionen in Brasilien, Russland, Indien, China und eventuell Vietnam konzentrieren. (nb)

CBC Schweiz AG

Marktgasse 32
3011 Bern
Tel: +41-31-560 30 00
Fax: +41-31-312-58-86
Internet: www.cbcnow.com

Grösster Aktionär: CEO Charles Merkle

Charles Merkle, CEO und Gründer, über die chinesische Volkswirtschaft und die Expansion von **CBC** in der Schweiz



Charles Merkle

SWISS EQUITY MAGAZIN: Herr Merkle, spüren Sie die Auswirkungen des rückläufigen Wirtschaftswachstums in China?

CHARLES MERKLE: Es herrscht eine Verunsicherung. Aber wenn das Wachstum von 12 auf 9% fällt, ist es immer noch sehr hoch. Wir merken jedoch, dass es viel mehr Konkurrenz hat im Markt. Vorher waren es zehn Anbieter, jetzt sind es schon 20. Wir setzen deshalb mehr auf Qualität.

*Welche Ziele verfolgen sie mit der Expansion von **CBC** in Europa und wieso haben Sie die Schweiz als Standort ausgewählt?*

Wir denken, dass immer mehr Firmen aus dem asiatischen Raum nach Europa kommen werden, da die Schweiz viele Vorteile bietet, wie eine zentrale Lage innerhalb Europas sowie hervorragende Dienstleistungen in den Bereichen Banken, Versicherungen und Logistik. Ausserdem bietet die Schweiz steuerrechtliche Vorteile und ein gutes Tradingnetzwerk für Rohstoffe wie Öl und Mineralien.

Welche Kunden erwarten Sie in der Schweiz?

Wir möchten, dass chinesische und indische Unternehmen, die in Europa expandieren, ihre Holdings in der Schweiz platzieren, wie es viele amerikanische Firmen machen. Wir haben zum Beispiel eines unserer Büros in Bern an die chinesische Telekomfirma Huawei vermietet; also unser erstes Office-in-the-Office-Projekt. Gleichzeitig helfen wir ihr den Schweizer Markt zu bearbeiten.

Und wieso gerade Bern?

Wir haben auch Angebote aus Zürich, St. Gallen, Genf, Fribourg und Neuchâtel

geprüft. Vom Kanton Bern bekamen wir das beste, deshalb entschieden wir uns für diesen Standort. Ausserdem habe ich plötzlich gemerkt, dass es in Bern eine Börse gibt, dass diese nur ein paar 100 Meter von unserem Büro entfernt ist und dass ich eine Chance habe, dort ein Listing durchzuführen.

Die Höhe des Beitrags von 31 000 CHF für dieses Geschäftsjahr ist beachtlich.

Der Beitrag ist schon attraktiv und ich bin dafür sehr dankbar. Doch ich nehme an, dass wir schon fast soviel Geld in Form von Steuern wieder zurück bezahlt haben und dass sich diese Investition für den Kanton Bern durchaus rechnet.

*Auf der **CBC**-Website steht: «Schweizer Qualität zu asiatischen Preisen – Das Beste aus beiden Welten». Heisst das, Sie profitieren von der Globalisierung, indem Sie billige Arbeitskräfte in Asien einstellen?*

Nein. Wir zahlen ortsübliche Saläre und sogar noch ein bisschen mehr. Klar haben wir bei gewissen Dienstleistungen, welche wir aus China beziehen, einen Lohnkostenvorteil. Ein chinesischer IT-Mitarbeiter verdient zum Beispiel etwa 10% vom Gehalt eines Schweizer mit demselben Job. Das Gehalt ist aber immer auch von der Position und den Qualifikationen abhängig. Es gibt doch immer mehr ausländische Firmen, die bereit sind, für einen General Manager in China genauso viel zu bezahlen wie für einen Schweizer.

Das Interview führte Nina Blust