



China Compass

Frühjahr 2019

Transport und Logistik China an jedem dritten M&A-Deal beteiligt

Pirates of the Caribbean Making business decisions in the 21st century

Exportkontrollgesetz Konsequenzen für deutsche Unternehmen

Chinesen in der Schweiz Steigende Zahl von Unternehmenskäufen

E-Commerce Law Make consumer-protection compliance the top priority

Cyprus Gateway to Europe for China

Inhalt

Investition und Finanzierung 4

Transport und Logistik 2018: mehr als jeder dritte Deal mit Beteiligung Chinas ..	4
Chinesische Investitionen in der Schweiz: Rückblick auf 2018 und Trends.....	9
China als Markt für Schweizer Unternehmen.....	14
Cyprus: gateway to Europe for Chinese investors	21

Steuern und Recht 24

Verschärfte Kontrolle von Exporten	24
Compliance: China's first E-Commerce Law comes into force	28

Wirtschaftsregion Asien 36

Freihandelsabkommen der EFTA mit Indonesien	36
---	----

Perspektiven 39

The management styles in "Pirates of the Caribbean"	39
---	----

Service 42

Veröffentlichungen	42
Questions for Denise Lam	46
Ihre Ansprechpartner der China Business Group.....	48
Impressum	49

Editorial

Liebe Leserinnen und Leser,

der 13. Nationale Volkskongress war wieder gespickt mit Themen, die für das Land und die Welt wichtig sind. Präsident Xi Jinping hält die Zügel weiter fest in der Hand. China plant im Jahr 2019 mit einem Wirtschaftswachstum zwischen 6 und 6,5 Prozent, Ministerpräsident Li Keqiang hat diverse Maßnahmen angekündigt, um die Konjunktur in Schwung zu halten.

Eine ständige Herausforderung bleibt die Überwachung durch den Staat. Seit Xi Jinping an der Macht ist, hat er die Kontrolle über die Privatunternehmen verstärkt, obwohl genau diese Unternehmen maßgeblich zum wirtschaftlichen Aufstieg Chinas beitragen. Jetzt lässt das Wirtschaftswachstum aber nach und die Staatsführung wird Antworten auf die vielen Herausforderungen im Land liefern müssen.

Ein Nebeneffekt der globalen Wirtschaft ist, dass viele Staaten vor ähnlichen Herausforderungen stehen. Der Kampf um Daten, der Aufbau von Strukturen zur Kontrolle wie das „China Social Credit System“ und der Einzug der künstlichen Intelligenz (KI): Sie bestimmen und verändern die Art, wie wir alle leben.

In *Between Two Ages : America's role in the Technotronic Era* warnte der US-amerikanische Politikberater Zbigniew Brzezinski bereits 1982 vor einer zunehmend kontrollierten Gesellschaft, die von Eliten dominiert wird. Ob es so weit auch außerhalb Chinas kommt, hängt von verschiedenen Faktoren ab. Sicher aber ist: Amerikanische Unternehmen und die drei chinesischen Unternehmen Baidu, Alibaba und Tencent haben die Nase in Sachen KI weit vorn. Xi Jinping wird diese Instrumente nutzen, um die politische Stabilität in China zu sichern.

Auch Europa und allen voran Deutschland setzt auf KI. Wichtig für alle Wirtschaftsbeteiligten ist, mit Verstand und Weitsicht zu agieren. Wir freuen uns, wenn Sie der *China Compass* dabei unterstützt, diesen Weg auch in Zukunft zu verfolgen.

Die gesamte China und European Business Group wünscht Ihnen einen sonnigen Frühling und weiterhin viel Erfolg bei Ihren Unternehmungen!

Thomas Heck

Leiter der China Business Group
Deutschland und Europa

Stefan Schmid

Leiter der Asia Business Group Schweiz



Transport und Logistik 2018: mehr als jeder dritte Deal mit Beteiligung Chinas

China ist trotz Konjunkturunbruch die Nummer eins im internationalen Vergleich der Deals in der Transport- und Logistikindustrie. Trotz Rekord bei der Anzahl der Deals ging das Gesamtvolumen auf 32,6 Milliarden US-Dollar zurück – auf den niedrigsten Stand seit 2014.

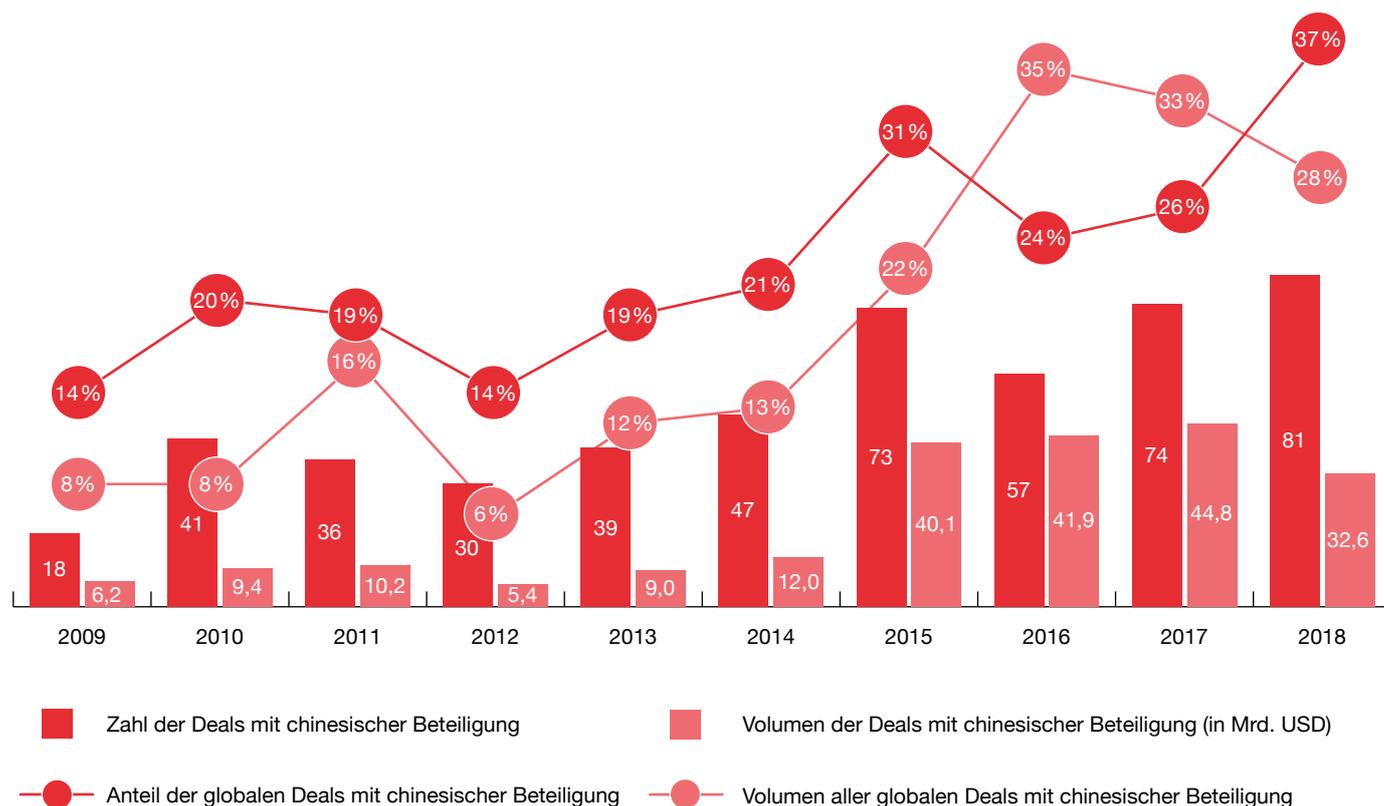
von **Hanna Peiseler**

Mit 81 Deals erzielte China in der Transport- und Logistikindustrie im Jahr 2018 einen Spitzenwert. Das berichtet die jüngste Ausgabe der PwC-Studie *M&A in the Transport & Logistics Industry*, die halbjährlich erscheint.

2018: ein Rekordjahr

China ist schon seit Jahren einer der größten Akteure, wenn es um Fusionen und Übernahmen (Mergers and Acquisitions, M&A) in der Transport- und Logistikindustrie (T&L) geht. Seit 2014 war China konstant an mehr als 20 Prozent aller globalen Abschlüsse beteiligt und es wurden jährlich mehr. 2018 war das Rekordjahr mit einem Anteil von 37 Prozent am globalen Transaktionsgeschehen in der T&L-Industrie.

Abb. 1 Transaktionen mit chinesischer Beteiligung von 2009 bis 2018 (über 50 Millionen US-Dollar)





Größter Motivator war der starke Investitionsbedarf des chinesischen Logistikmarkts. Die Unternehmen müssen ihre Kapazitäten steigern oder ihre Kosten senken. Ein weiterer wichtiger Treiber ist der starke Konsolidierungsdruck in der margenarmen T&L-Industrie weltweit, der auch zu vielen Deals in Europa führte. Spezifisch für China sind Fusionen und Übernahmen, um die Staatsunternehmen intern umzustrukturieren. Unter diesem Motto standen auch einige der größten Abschlüsse. China war beteiligt an sechs der insgesamt 21 Megadeals, also Transaktionen mit einem Volumen von über einer Milliarde US-Dollar. Auch das ist im internationalen Vergleich ein absoluter Höchststand.

i

„M&A in the Transport & Logistics Industry“

Die Analyse umfasst alle Fusionen, Übernahmen und Verkäufe, Firmenankäufe mit Kreditmitteln (Leveraged Buyouts), Privatisierungen und den Erwerb von Minderheitsanteilen mit einem Transaktionsvolumen von mehr als 50 Millionen US-Dollar in Unternehmen der Transport- und Logistikindustrie. Nicht berücksichtigt werden Projekttransaktionen wie Public Private Partnership, die vor allem im Infrastrukturbereich häufiger sind als Unternehmenstransaktionen. Die Daten für die Analyse stammen von Thomson Reuters und umfassen alle angekündigten Deals, bei denen das Zielunternehmen nach dem North American Industry Classification System (NAICS) gelistet ist.

12,2
Milliarden

Um diesen Betrag in US-Dollar sank das Gesamtvolumen der chinesischen T&L-Deals 2018.

Niedrigeres Gesamtvolumen

Im Gegensatz zur Anzahl der Transaktionen ging das Gesamtvolumen um 12,2 Milliarden US-Dollar (auf insgesamt 32,6 Milliarden US-Dollar) zurück, nachdem drei Jahre lang ein nahezu unverändert hoher Gesamtwert von mehr als 40 Milliarden US-Dollar erzielt worden war. Auch international war ein deutlicher Abwärtstrend zu beobachten, denn der Gesamtwert der Transaktionen sank mit 115,3 Milliarden US-Dollar im Jahr 2018 deutlich unter den Wert des Vorjahrs (134,2 Milliarden US-Dollar) und erreichte ebenfalls ein Vierjahrestief. Während China ein Rekordjahr verzeichnet, markierten die insgesamt 219 internationalen Übernahmen (zum Vergleich: 2017 waren es 283) sogar den tiefsten Wert seit fünf Jahren. Der allgemeine Trend geht also Richtung weniger Übernahmen mit höheren Transaktionspreisen – außer in China. Die Konjunkturschwäche Chinas erklärt unter anderem den Einbruch beim Volumen, denn sie erschwert die Finanzierung von Akquisitionen. Darüber hinaus reduzierte die Abwertung des Renminbi (RMB) seit 2017 den Transaktionswert in US-Dollar, sodass das Volumen im internationalen Vergleich auch niedriger erscheint.

Steigende Aktivität bei Finanzinvestoren und Fonds

Finanzinvestoren spielen in China eine immer wichtigere Rolle. 2018 kamen 42 Deals unter Beteiligung von strategischen und 39 unter der von Finanzinvestoren zustande. Involviert waren häufig Tochterunternehmen von chinesischen Staatsunternehmen (State-owned Enterprises, SOEs), die die Regierung durch Struktur-reformen modernisieren und umstrukturieren möchte. Deshalb ist ein erheblicher Anteil lokaler Deals auf die Umstrukturierung von staatseigenen Unternehmen zurückzuführen – unabhängig von der Art des Investors.

Beispielhaft sind die beiden größten Deals mit einem Finanzinvestor, dem China Structural Reform Fund. Dieser Sonderfonds wurde von der chinesischen Regierung im Jahr 2017 eingerichtet, um die Reformen der 31 staatseigenen Unternehmen zu beschleunigen, die für die dritte Runde der SOE-Reform der gemischten Eigentumsverhältnisse ausgewählt worden waren. Der Fonds wird durch 15 Milliarden US-Dollar gespeist, die von einer Reihe von Staats- und privaten Unternehmen gemeinsam investiert werden, um mehr Kapital in den Staatssektor zu bringen.

Chinesische Deals bleiben meist lokal

Die Mehrheit der Abschlüsse – ob Mega- oder kleinere Deals – vollzog sich lokal, Käufer und Kaufobjekt haben also ihren Hauptsitz in China. Haupttreiber ist neben der Restrukturierung vor allem das starke Wachstum des chinesischen E-Commerce. Das motiviert immer öfter chinesische Handelskonzerne dazu, ihre Wertschöpfungsketten auszuweiten und Logistikkapazitäten vertikal zu integrieren. Beispielhaft sind Alibabas Investition in ZTO Logistics oder JD.coms Finanzierung seiner Logistikeinheit Beijing Jingbangda Trade Co. Im August übernahm eine Investorengruppe aus JD.com und Walmart eine Minderheits-

Tab. 1 Verteilung der T&L-Deals mit chinesischer Beteiligung

China	Anzahl der Deals	Volumen der Deals	Durchschnittliches Volumen
Lokal	74	31,3 Mrd. USD	420 Mio. USD
Inbound	4	1,1 Mrd. USD	280 Mio. USD
Outbound	3	0,2 Mrd. USD	60 Mio. USD
Gesamt	81	32,6 Mrd. USD	400 Mio. USD

beteiligung an einem Anbieter von spezialisierten Güterverkehrsdienstleistungen für 500 Millionen US-Dollar. Wie im globalen Vergleich ist Logistics & Trucking mit einem Anteil von 38 Prozent der dominierende Teilsektor in China (31 von 81 Deals). Die Studie untersuchte darüber hinaus unter anderem die Teilsektoren Schifffahrt, Bahn sowie Passagiertransport auf dem Boden und in der Luft.

Zögerliche Investitionen in Europa

Eine Erklärung für die geringe Zahl internationaler Deals chinesischer Logistiker sind die verschärften Richtlinien für ausländische Direktinvestitionen (FDI), die seit dem 1. März 2018 in Kraft sind. Mithilfe dieser Richtlinien sollen FDIs besser kontrolliert werden. Das Ziel ist, spekulative Investitionen einzudämmen und den geschwächten RMB zu stabilisieren. Die chinesische Regierung will ebenfalls verhindern, dass sich finanziell angeschlagene chinesische Unternehmen durch zu aggressive Expansionen im Ausland wirtschaftlich übernehmen. Darüber hinaus wurde die Devisenkontrolle verschärft, um den Abfluss staatlicher Vermögenswerte zu verhindern, was chinesische Käufer bei der Akquisition ausländischer Unternehmen vor neue Schwierigkeiten stellt. Einige der potenziellen chinesischen Investoren halten sich angesichts der ökonomischen Unsicherheit und des Handelsstreits mit den USA bei internationalen Transaktionen zurück.

Zudem reagieren westliche Regierungen seit 2017 vermehrt protektionistisch, wenn es um chinesische Übernahmen geht. Einige erwägen eine verstärkte Prüfung der chinesischen M&A-Aktivitäten, vor allem in den Bereichen der kritischen Infrastruktur-, Technologie- und Verteidigungsindustrien. Die Einführung strenger Kontrollen oder Restriktionen in Europa für Investoren, die nicht aus der Europäischen Union (EU) kommen, wird in China kritisch hinterfragt. Das regulatorische Umfeld in Deutschland hat chinesische Investoren verunsichert, unter anderem durch den jüngsten Wirbel um die Interventionen der Bundesregierung bei dem Übertragungsnetzbetreiber 50Hertz (versuchte Übernahme durch State Grid) und dem Maschinenbauer Leifeld (versuchte Übernahme durch Yantai Taihai). Die Auswirkungen der Diskussionen über einen restriktiveren Umgang mit Nicht-EU-Investoren in Deutschland und in der EU werden sich eher mittelbar auswirken, denn der Anteil chinesischer Investitionen ist verhältnismäßig gering und bezieht sich nicht auf die genannten kritischen Bereiche. Im Jahr 2018 übertrafen chinesische Investitionen nach Europa zwar die in die USA um das Vierfache, aber China initiierte in den letzten Jahren insgesamt in Deutschland durchschnittlich nur 30 bis 40 M&A-Transaktionen in allen Industriebereichen und liegt damit weit hinter den USA (100 bis 150), Großbritannien oder der Schweiz (beide 50 bis 100). Der Anteil der Übernahmen durch chinesische Unternehmen in der T&L-Industrie ist somit verschwindend gering. Die in Teilen Europas oftmals eher emotional geführte Debatte wird von chinesischer Seite kritisch angemerkt und schwächt eher die Position Europas hinsichtlich der Forderung nach einer weiteren Marktöffnung Chinas.

Chinesische Investoren konzentrieren sich momentan auf den Aufbau ihrer asiatischen Netzwerke unter anderem in Hongkong oder nutzen westliche Unternehmen, die bereits in China tätig sind. Ein Beispiel dafür ist der chinesische E-Commerce-Logistiker SF Logistics, der im Oktober 2018 das Supply-Chain-Geschäft der Deutschen Post DHL in China übernahm. Für rund 700 Millionen US-Dollar kaufte sich SF Logistics eine zehnjährige strategische Partnerschaft, um von den Erfahrungen des Global Players zu profitieren. Ähnlich motiviert war das 100-Millionen-US-Dollar-Investment des Unternehmens in das Speditions- und Zollmaklerunternehmen Flexport. Diese strategische Partnerschaft ermöglicht es Flexport, seine Aktivitäten in China und auf der ganzen Welt auszubauen. Gleichzeitig kann SF Express seinen internationalen Einfluss über das Netzwerk von Flexport vertiefen.

Ausblick

Angesichts der starken nationalen Logistikplayer und der politischen Regularien ist China für internationale Logistiker ein schwieriges Gebiet. Daher gab es kaum Übernahmen im Jahr 2018. Infolge des E-Commerce gibt es aber Finanzinvestoren außerhalb der T&L-Industrie, die in China investieren. Ein Beispiel für einen nicht aus der Logistik stammenden Investor ist die Allianz Real Estate, die eine 50-Prozent-Beteiligung an einem Portfolio von modernen Logistikobjekten in ganz China erworben hat. So etwas könnte künftig häufiger geschehen, denn Investoren sind erpicht darauf, das Potenzial des wachsenden E-Commerce, der wachsenden Mittelschicht und des Ausbaus der Infrastruktur zu nutzen. Positiv auswirken wird sich auch, dass die derzeitigen Beschränkungen für Auslandsinvestitionen in Bereichen wie Energie, Ressourcen, Infrastruktur, Transport, Handel und Logistik sowie Professional Services bald aufgehoben werden sollen.

Insgesamt wird der chinesische Markt auch 2019 von lokalen Deals dominiert bleiben. Wir gehen davon aus, dass sich die anhaltende Umstrukturierungswelle der Staatsunternehmen und die Marktkonsolidierung fortsetzen und so Treiber zahlreicher lokaler Deals sein werden.

Im Rahmen seiner Belt and Road Initiative hat China Ländern entlang der neuen Seidenstraße, wie beispielsweise Polen, neue Investitionen versprochen. Chinesische Unternehmen investieren aus den bereits genannten Gründen weniger als früher, aber wenn die Konjunktur wieder Fahrt aufnimmt, könnten die Länder entlang der Seidenstraße von den wachsenden internationalen Ambitionen der chinesischen Logistiker profitieren. Sobald sich die wirtschaftliche Lage in China verbessert, rechnen wir auch mit vermehrten Investitionen in Europa. Die derzeitigen Spannungen zwischen China und den USA machen europäische Länder noch attraktiver. Deutsche Unternehmen sind bei chinesischen Investoren nach wie vor sehr beliebt.



Dietmar Prümm

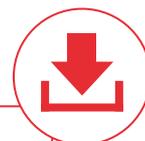
Tel.: +49 211 981-2146
dietmar.pruemm@de.pwc.com

Thomas Heck

Tel.: +49 69 9585-1265
thomas.heck@de.pwc.com

Hanna Peiseler

Tel.: +49 211 981-5291
hanna.peiseler@de.pwc.com



www.pwc.de/de/transport-und-logistik/m-a-report/m-und-a-im-transport-und-logistiksektor-brechen-2018-ein.html

Chinesische Investitionen in der Schweiz: Rückblick auf 2018 und Trends

In der Presse als Risiko für die Weltwirtschaft bezeichnet, erweist sich der Handelsstreit zwischen Beijing und Washington für viele sogar als Chance, unter anderem für die Schweiz. Das zeigen grundsätzliche Überlegungen und die Übernahme des Schweizer Lagersystemherstellers Lista.

von **Matthias Durrer**

Die Ausgabe Frühjahr 2018 Ihres *China Compass* informierte Sie darüber, wie sich die chinesischen Transaktionen 2017 entwickelt haben, und wagte eine erste Prognose für das laufende Jahr. Der aktuelle Beitrag analysiert die chinesischen Aktivitäten im Jahr 2018 in der Schweiz.

Investitionen Chinas 2018 aus der globalen Perspektive

Wiewohl der in den Medien breit diskutierte Handelskrieg zwischen China und den USA, losgetreten durch Zölle der USA auf importierte Solarzellen Anfang 2018, ein deutlich negativeres Jahresergebnis befürchten ließ, ist der Rückgang der Auslandsinvestitionen Chinas im vergangenen Jahr weit weniger drastisch ausgefallen als noch im Jahr davor.



Zwar reduzierten sich die Investitionen aus China in die USA im Vergleich zu 2017 um 65 Prozent, doch sanken die globalen Auslandsinvestitionen Chinas (ohne Hongkong) von 108,3 auf 94,8 Milliarden US-Dollar um lediglich 12,5 Prozent.

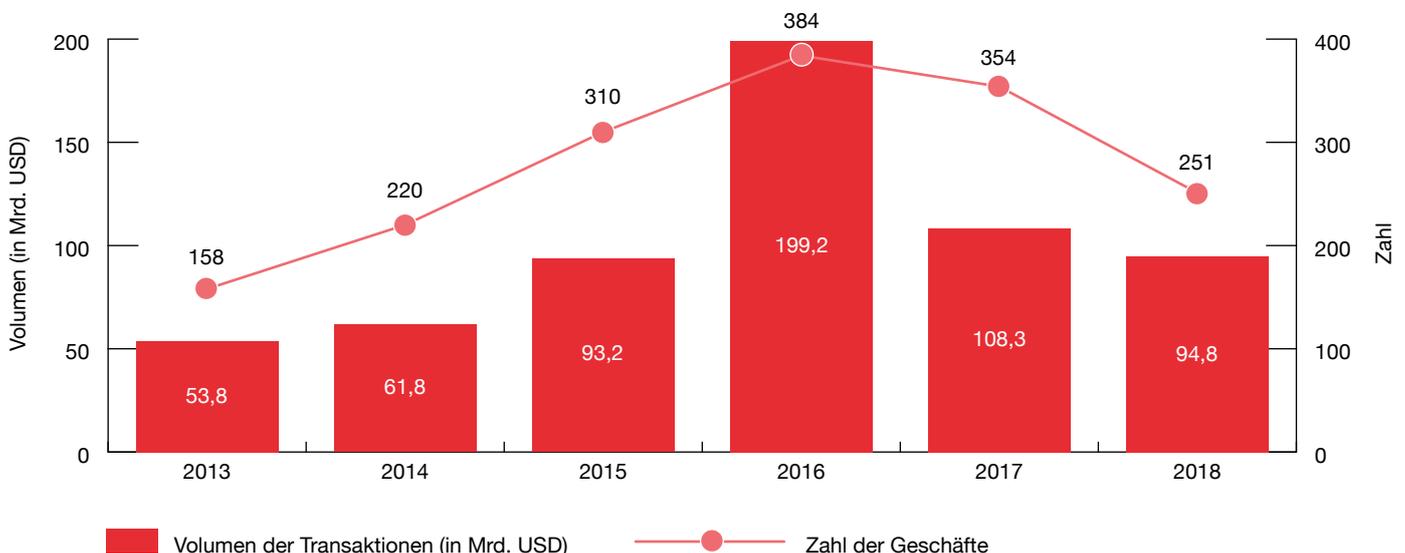
Allerdings haben die verschärften Vorgaben des US-amerikanischen Ausschusses zur Kontrolle von Auslandsinvestitionen (Committee on Foreign Investment in the United States, CFIUS) und das im vergangenen August verabschiedete Gesetz zur Modernisierung der Risikobewertung ausländischer Investitionen (*Foreign Investment Risk Review Modernization Act*, FIRRMA) nach Angaben chinesischer Unternehmen zu großer Unsicherheit und zu einem grundlegenden Umdenken geführt. Das Resultat: In der Statistik der Investitionsziele belegen die USA mittlerweile lediglich Platz neun.

Gewinner des anhaltenden Konflikts zwischen Beijing und Washington sind aufgrund der neuen geografischen Ausrichtung der chinesischen Outboundaktivitäten in diesem Jahr vor allem Asien (Südostasien und Indien), Europa und Südamerika. Seit 2018 sind die südamerikanischen Staaten nun auch offizieller Bestandteil der Belt and Road Initiative (BRI).

Westeuropa verzeichnete im Vergleich zum Vorjahr sogar einen Anstieg des Akquisitionsvolumens um 78 Prozent auf rund 59 Milliarden US-Dollar und damit den zweithöchsten Wert nach dem Rekordjahr 2016. Mitverantwortlich dafür waren unter anderem einige größere Geschäfte speziell im Energiebereich. Zu nennen sind in diesem Zusammenhang vor allem die Übernahme weiterer Anteile der portugiesischen Energias de Portugal durch die China Three Gorges Corporation (27,4 Milliarden US-Dollar), das Staatsunternehmen, das den Dreischluchten-Damm gebaut hat und betreibt, sowie die Investitionen des Autoherstellers Geely in Daimler (9 Milliarden US-Dollar).

Diese erfreulichen Zahlen ändern jedoch nichts daran, dass die Transaktionen in Europa, gemessen an ihrer Zahl, rückläufig sind. Der Rückgang um 29 Prozent (von 354 im Jahr 2017 auf 251 im Jahr 2018) hat auch damit zu tun, dass dieses Jahr mehrere Transaktionen auf politischem Weg und aufgrund schärferer Screenings

Abb. 1 Chinesische Outboundtransaktionen (ohne Hongkong)



Quellen: Mergermarket (www.mergermarket.com/info), PwC-Analyse

vorzeitig gestoppt wurden. Der politischen Debatte in Europa folgend könnte sich dieser Trend bezüglich chinesischer Investitionen weiter festsetzen. Deutschland, Frankreich, Italien und andere Länder Europas scheinen diesen Weg einzuschlagen.

Chinesische Akquisitionen in der Schweiz

Spätestens seit der Übernahme von Syngenta durch die staatliche ChemChina 2016 sind chinesische Übernahmen auch in der Schweiz ein öffentliches Gesprächsthema. Zwar wurden mit Blick auf die amerikanischen und europäischen Diskussionen letztes Jahr auch unter den Eidgenossen Forderungen zur Entwicklung einer einheitlichen China-Strategie laut, die Schweizer Regierung hält jedoch konsequent an der marktwirtschaftlich liberalen Position des Landes fest und hat noch keinerlei Abschottungsabsichten erkennen lassen.

Im Gespräch mit chinesischen Investoren genießt die Schweiz auch deshalb weiterhin hohes Ansehen als Investitionsstandort und ist, gemessen an der Transaktionsanzahl, trotz ihrer bescheidenen Größe unter den Top Ten weltweit zu finden.

Laut Mergermarket stiegen die chinesischen Investitionen in der Schweiz 2018 um 25 Prozent gegenüber dem Vorjahr und erreichten 2,51 Milliarden US-Dollar. Maßgeblich daran beteiligt waren die bekannteren Übernahmen von Bally im Einzelhandel Anfang des Jahres sowie die zwei Investitionen im Rohstoffhandelsgeschäft in IXM (Molybdenum) und in Mercuria Energy Group (ChemChina).

Tab. 1 Chinesische Käufer und Schweizer Zielunternehmen 2018

Käufer	Zielunternehmen	Branche	Volumen (in Mio. USD)	Monat	Details
Shanghai Moons' Electric Co., Ltd.	Technosoft AG	Elektromechanik	32	Dez.	Übernahme
Xiamen Intretech Inc.	SDH Holding; SDATAWAY	Softwarelösungen	36	Dez.	Übernahme von 70 %
Qingdao Zhengyu Sunshine Industrial Co. Ltd., Qingdao	Gurit Holding AG (Produktionswerk)	Chemieindustrie	–	Okt.	Übernahme einer PVC-Fabrik in China
Chengdu Techcent Environment Co., Ltd.	Viscotherm AG	Antriebshersteller	–	Aug.	Übernahme
Fortune Fountain Capital Financial Group (HK)	Antiquorum Management AG	Auktionshaus	–	Juli	Übernahme der Mehrheit
Shanghai Pharmaceuticals	Takeda Chromo Beteiligungs AG	Beteiligungsgesellschaft	144	Juli	Übernahme
Summer Capital (HK)	Swiss Education Group	Ausbildung	–	Juni	Übernahme
Qixiang Tengda Supply Chain (Cedar Holdings)	Granite Capital SA	Investments	36	Juni	Übernahme von 51 %
Hangzhou Great Star Industrial	Lista Holding AG	Betriebseinrichtungen	187	Juni	Übernahme
Goode EIS (Suzhou) Corp., Ltd.	Von Roll Holding AG (Produktionswerk)	Industrie	10	Mai	Veräußerung eines Produktionswerks in China
Longhua Zhongchen Enterprise Management Consulting Centre	Nestlé Hulunbuir Ltd.	Nahrungsmittel	–	Mai	Verkauf eines Molkereibetriebs in China
Splendris International Ltd.	Med Alliance SA	Medizintechnologie	–	Mai	Übernahme von 17 %
China Molybdenum Co., Ltd.	IXM SA	Rohstoffhandel	495	Mai	Übernahme von 55 %
ChemChina	Mercuria Energy Group	Rohstoffhandel	ca. 1.000	Apr.	Erhöhung einer Minderheitsbeteiligung
Shandong Ruyi Investment Holding	Bally Schuhfabriken AG	Mode/Einzelhandel	ca. 700	Feb.	Übernahme der Mehrheit

Stand Februar 2019; diese Liste erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit.

2,51
Milliarden

2018 stiegen die chinesischen Investitionen in die Schweiz um 25 Prozent auf diesen Betrag in US-Dollar.

Weitere Investitionen in kleinerem Umfang wurden in den Branchen getätigt, auf die sich China wirtschaftlich aktuell konzentriert, unter anderem in neuartige Elektro-, Internet- und Medizintechnologie.

Insgesamt ist die Zahl der Transaktionen nach einem Rückgang 2017 damit wieder auf ähnlichem Niveau wie im Rekordjahr 2016. Wenn man Megadeals wie Syngenta ausblendet, war 2018 für die Schweiz sogar das Jahr mit den meisten Transaktionen.

Übernahme der Lista Holding durch Great Star Industrial

Im Juni 2018 übernahm die Hangzhou Great Star Industrial für rund 187 Millionen US-Dollar die Schweizer Lista AG, den führenden Produzenten von Betriebs- und Lagereinrichtungen in Europa. Für den chinesischen Hersteller von Handwerkzeugen war die Übernahme der Schweizer Traditionsfirma nur ein Schritt im Rahmen seiner langfristigen globalen Strategie.

Lista wird chinesisch

Bereits 2016 hatte das gelistete Unternehmen sein Portfolio durch die Übernahme von Prim' Tools Limited (in Hongkong beheimateter Vertrieb und Hersteller von Lasermessgeräten) sowie der beiden US-amerikanischen Klemmenproduzenten Pony und Jorgensen erweitert. 2017 expandierte die Firma mit der Akquisition der Arrow Fastener Company dann endgültig in den amerikanischen Markt. Der Anbieter von Befestigungslösungen mit strategischem Sitz in New Jersey und nationalem Vertriebsnetzwerk soll Great Star unter anderem als Plattform für den Vertrieb seiner eigenen Markenprodukte dienen, komplementär zu jenen von Pony und Jorgensen sowie den Produkten von Goldblatt Industries, dem Maurerwerkzeughersteller, den Great Star bereits 2010 akquirierte.

Für den CEO von Great Star, Champin Chou, waren die ausschlaggebenden Kriterien zur Übernahme von Lista vor allem die Bekanntheit der Marke und das stark ausgeprägte Vertriebsnetz in Europa. Synergien ergeben sich darin einerseits aus den für alle Produkte nun neu zugänglichen drei Märkten China, USA und Europa und andererseits aus der beliebigen Anzahl von Möglichkeiten, die unterschiedlichen Produktkategorien zu kombinieren.

Für Lista selbst erschließen sich durch die Übernahme mit China und den USA zwei neue Absatzmärkte. Mittelfristig könnte dies eine Ausweitung der hiesigen Produktion bedeuten.

Beim erfolgreichen Abschluss der Akquisition von Lista durch Great Star Industrial waren folgende vier Faktoren ausschlaggebend:

- 1** Great Star hat umfangreiche Erfahrung mit Auslandstransaktionen.
- 2** Das Unternehmen hat über einen längeren Zeitraum enge Beziehungen zum Management von Lista aufgebaut und gepflegt.
- 3** Für das chinesische Unternehmen ist Lista interessant, weil es eine etablierte Marke und hervorragend positioniert ist und über ein gut ausgebautes Distributionsnetz in Westeuropa verfügt.
- 4** Die Hongkonger Gesellschaft von Great Star diente von Anbeginn als solide Vertrauensbasis für einen erfolgreichen Prozess.

Fazit

Das Beispiel Lista und das vieler anderer Schweizer Unternehmen, die 2018 von chinesischen Käufern übernommen wurden (Tabelle 1), zeigt: Über die Jahre und die ein oder andere technische Volatilität hinweg ist das Interesse chinesischer Investoren an europäischen Unternehmen ungebrochen groß. Ob aus einer solchen Übernahme eine Win-win-Situation für Käufer und gekauftes Unternehmen entsteht, liegt in den Händen der Verantwortlichen. Die Voraussetzungen dafür sind jedenfalls hervorragend.



Matthias F. Durrer

Tel.: +41 79 1790243

matthias.f.durrer@ch.pwc.com

Sascha Beer

Tel.: +41 58 7921539

sascha.beer@ch.pwc.com

China als Markt für Schweizer Unternehmen

Wie entwickelt sich der Handelsplatz für Schweizer Unternehmen? Die Studie, die Ihnen die Ausgabe Winter 2018/2019 des *China Compass* ankündigte, hat Unternehmen zu verschiedenen Aspekten ihrer Aktivitäten in China befragt, unter anderem zu den aktuellen Spannungen mit den USA.

von **Felix Sutter**

In den letzten 30 Jahren hat die chinesische Regierung den Markt für ausländische Unternehmen geöffnet, um sie partiell am inländischen Wirtschaftswachstum teilhaben zu lassen. Dieses Zeitfenster haben über 700 Schweizer Firmen genutzt, sodass der chinesische Markt heute für viele führende Unternehmen in der Schweiz die größte Einnahmequelle ist.

Seit 2010 ist China der wichtigste Handelspartner der Schweiz in Asien und drittichtigster hinter der Europäischen Union und den USA. Zur Vertiefung der Handelsbeziehungen haben die Schweiz und China 2014 ein Freihandelsabkommen geschlossen. Während Chinas Handel mit seinen wichtigsten Handelspartnern ab 2016 zurückging, hat der Handel mit der Schweiz weiter zugenommen.



+6,7%

Um diesen Prozentsatz stiegen die Schweizer Exporte nach China 2018.

Wenn die Weltwirtschaft den Atem anhält, hat das selbstverständlich auch Auswirkungen auf die Schweizer Wirtschaft. Die Studie von PwC Schweiz, der Handelskammer Schweiz-China (SCCC) und Swiss Exchange (SIX), die wir in der Ausgabe Winter 2018/2019 angekündigt haben, untersucht unter anderem die Auswirkungen des Handelsstreits zwischen den USA und China auf das Engagement Schweizer Firmen in China. Ziel war es darüber hinaus, verschiedene Aspekte der Geschäftsaktivitäten zu beleuchten und vor dem Hintergrund der aktuellen Marktentwicklungen zu interpretieren: Ist ein positiver Effekt des Handelsabkommens spürbar? Haben die Spannungen zwischen den USA und China einen negativen Einfluss, oder beflügeln sie das Geschäft sogar? Welche China-Strategien verfolgen Schweizer Unternehmen aktuell? Diese Umfrage wurde von SCCC in Auftrag gegeben und von ZHAW durchgeführt. PwC als Studiensponsor hat die Antworten interpretiert und zu einem Gesamtbild zusammengefügt.

Strategie Schweizer Unternehmen

Die chinesische Regierung kontrolliert den Marktzugang weitgehend und fördert strategisch oder wirtschaftlich sensible Bereiche. Beobachter sprechen deshalb von asymmetrischen Spielregeln für chinesische und ausländische Investoren.

Die meisten Schweizer Unternehmen mit Wirtschaftsbeziehungen zu China sind mittlerweile direkt investiert, mehrheitlich mittels eigener Tochtergesellschaften und Zweigniederlassungen. Zu Beginn der Marktöffnung war das fast ausschließlich in Form von Joint Ventures möglich und in bestimmten Industriesegmenten ist das auch heute noch der einzige Weg zum chinesischen Markt. Chinas imponantes Handels- und Investitionsvolumen (2017: 135 Milliarden US-Dollar) erhält in jüngster Zeit durch die Belt and Road Initiative (BRI) zusätzliches Potenzial.



40%

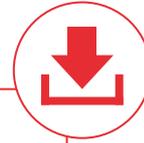
Vier von zehn Befragten wollen ihre Investitionen in China verstärken.

40 Prozent der Befragten gaben an, ihre Investitionstätigkeit zukünftig erweitern zu wollen. Rund ein Viertel möchte das aktuelle Niveau zumindest halten. Der Investitionsappetit ist also offensichtlich unverändert groß. Die meisten Unternehmen erwarten weiterhin ein überdurchschnittliches Wachstum des chinesischen Markts, getrieben durch die Inlandsnachfrage.

Diese Einschätzung belegen auch die Zahlen: Seit dem Inkrafttreten des Freihandelsabkommens sind laut Statistik des chinesischen Zolls die Schweizer Exporte nach China um 38,4 Prozent gestiegen, von 7,74 auf 10,73 Milliarden (inklusive Goldhandel) Euro im Jahr 2018. Allein im letzten Jahr betrug das Wachstum 6,7 Prozent. Parallel legte der gesamte Außenhandel Chinas 2018 um weitere 9,7 Prozent zu. Allerdings ist die Wirkung eines Freihandelsabkommens nicht allein anhand von Handelsstatistiken zu messen. Sie sind nur im Kontext mit Wechselkursen und Trends im Wirtschaftswachstum zu verstehen.

Attraktiv auch für Schweizer Unternehmen ohne Präsenz

Nach der Studie erwarten Unternehmen, die noch nicht in China aktiv sind, aber einen Markteintritt planen, ein überdurchschnittliches Wachstum. Dabei wird oft verkannt, dass China zwar ein riesiges Land, aber kein einheitlicher Markt ist. Typischerweise handelt es sich bei diesen Wirtschaftsbeteiligten um kleine oder mittelständische Unternehmen (KMUs) oder Start-ups, die mit ihren Produkten ein hohes Erfolgspotenzial identifiziert haben.



Ausführliche Informationen zu chinesischen Städten mit großem Leistungsvermögen finden Sie im Bericht *Chinese Cities of Opportunity 2018*.
www.pwccn.com/en/research-and-insights/publications/chinese-cities-of-opportunities-2018/chinese-cities-of-opportunities-2018.pdf

Kostensenkung kein Thema mehr

Interessanterweise gibt es fast keinen Teilnehmer mehr, der eine Investition in China plant, um Produktionskosten zu senken. Das ist aus zwei Gründen bemerkenswert: Weil die Produktionskosten in China gestiegen sind und weil bei den in Europa oder den USA vertriebenen Gütern, die in China produziert wurden, die mittlerweile hohen Logistikkosten mitberücksichtigt werden müssen.

Die Motive, warum vornehmlich mittlere und kleine Unternehmen (KMU) bisher nicht in den Markt eingetreten sind, variieren. Bei den einen fehlt das notwendige Kapital, bei den anderen haben andere Märkte Priorität. Wiederum andere haben keinen klar umrissenen Expansionsplan für Asien, haben Bedenken, die geeigneten Fachkräfte für die Führung ihrer Operationen zu finden, oder schätzen das Risiko schlicht als zu hoch ein.

Lokal bereits präsenste Unternehmen wie auch an einem Markteintritt interessierte Unternehmen gaben an, die aktuellen Entwicklungen in China genau zu beobachten. Im Brennpunkt stehen dabei Themen wie der aktuelle Fünfjahresplan, BRI oder die in den letzten Jahren von Präsident Xi Jinping initiierte „Neue Ära“. Einig sind sich alle darüber: China strebt vermehrt nach nachhaltigem und innovationsgetriebenem Wachstum und das ist besonders für innovationsstarke Schweizer Firmen und Unternehmen interessant, die saubere Technologien (Cleantech) anbieten.

Welche Chancen die „Neue Ära“ für ausländische Unternehmen tatsächlich bietet und welche Risiken das schnell wechselnde rechtliche und geopolitische Umfeld mit sich bringt, bleibt freilich schlecht vorhersehbar und dadurch unberechenbar. Die Teilnehmer an der Studie bestätigten einhellig, dass ein Markteintritt sorgfältig geplant werden müsse. Dazu gehöre zum Beispiel zu prüfen, inwiefern die zahlreichen Freihandelszonen in China oder das Freihandelsabkommen zwischen China und der Schweiz genutzt werden können. Bei der Auswahl der Standorte sei zu berücksichtigen, wo andere Marktteilnehmer bereits präsent seien. Die Provinz Guizhou zum Beispiel hat sich als das Zentrum für Big Data etabliert. Mehr als 9.000 Fintech-, Cloud- und verwandte Industrieunternehmen haben sich dort angesiedelt. Zu ihnen gehört auch das Joint Venture, das es Apple ermöglicht, seine Dienste weiterhin in China anzubieten.

Im Big-Data-Hotspot Guizhou haben sich mehr als 9.000 Industrieunternehmen angesiedelt

Weitere Themen, die ausländische Unternehmen in China beachten müssen, seien unter anderem die wettbewerbsrechtlichen Vorschriften, der Schutz geistigen Eigentums, die richtigen Zahlungsmethoden und die Absicherung von Zahlungsausfällen. Doch das Allerwichtigste bei geschäftlichen Beziehungen mit China sei Geduld und damit einhergehend ein entsprechender Zeitplan. Als ausländische Firma solle man sich auf lange Entscheidungsperioden einstellen.



Um ein Viertel steigen die Umsätze im Business-to-Customer-Handel in China jährlich.

Als einen sehr attraktiven Markt betrachten die Teilnehmer der Studie Chinas Onlinehandel. Bei einer geschickten Aufstellung und einem fundierten Marktverständnis könne sich das Onlinegeschäft in China als sehr lukrativ erweisen. Diese Einschätzung wird mit harten Zahlen untermauert: China verfügt über den größten E-Commerce-Markt der Welt. Die Umsätze im B2C-Handel steigen jährlich um 25 Prozent. Am „Singles Day“, einem speziellen Onlineshoppingtag im Jahr, erzielen Onlineshops Umsätze in zweistelliger Milliardenhöhe, wohlgernekt in US-Dollar. Allerdings funktioniert der digitale Marktplatz in China völlig anders als in Europa oder den USA: Chinesische Kunden nutzen weder Twitter noch Facebook, sondern Dienste wie Renren, WeChat, TikTok, Weibo, Tencent, Tudou und Youku, um nur die beliebtesten zu nennen. Sie zahlen nicht über PayPal, sondern über Alipay oder mittels WeChat Wallet. Während westliche Verbraucher häufig direkt über die Website eines Onlinehändlers shoppen, bevorzugt man in China riesige Onlinemarktplätze wie Tmall, die von der Alibaba-Gruppe betrieben wird. Bemerkenswert ist, dass der Schweizer Luxusgüterkonzern Richemont und Alibaba im Jahr 2018 ein Joint Venture gegründet haben, um beispielsweise Uhren der Richemont-Gruppe besser via Tmall vermarkten zu können.

Doch auf dem Weg zum Erfolg auf dem chinesischen Onlinemarkt sind etliche Hürden zu nehmen. Wie kann sich zum Beispiel ein Schweizer Unternehmen von der gegenwärtigen oder auch bereits etablierten Konkurrenz abgrenzen? Im Gegensatz zu anderen Ländern hat die Schweiz zum Beispiel noch kein Portal auf Tmall, was jedoch seit einiger Zeit angestrebt wird. Ein solches Portal würde es den Schweizer Anbietern ermöglichen, ihre Produkte so zu präsentieren, dass sie sich nicht nur von der Konkurrenz, sondern auch von Nachahmerprodukten klar abgrenzen. Mit anderen Worten: Der chinesische Konsument hätte eine einzige Anlaufstelle in Tmall, um sicher zu sein, echte Schweizer Produkte zu erwerben.

Allerdings birgt diese Entwicklung für viele eine Gefahr, speziell für Zwischenhändler. Auch in der Schweiz schreitet die Verlagerung des Point of Sale vom Laden zum Onlinehandel unaufhaltbar voran – ein großer Teil kommt Anbietern wie Amazon oder AliExpress zugute. Der chinesische Marktplatz AliExpress setzt lokal sowie global agierende Schweizer Unternehmen zunehmend unter Druck, da er ihnen in Sachen Infrastruktur, Preise und Angebotspalette um Jahre voraus ist.

Ausdauer gefordert

Große Unternehmen wie Schindler, Nestlé, Novartis oder ABB haben sich im chinesischen Markt früh etabliert und sich den lokalen Marktbedingungen erfolgreich angepasst. Entsprechend sind sie seit vielen Jahren erfolgreich in China tätig. In der Studie gaben zwei Drittel der Befragten an, in China investiert zu sein, darunter längst nicht nur Großunternehmen.

Ein weiteres wichtiges Ergebnis der Umfrage: Nur bei rund 30 Prozent der Unternehmen mit Direktinvestitionen erreichte die lokale Gesellschaft, die Zweigniederlassung oder das Joint Venture die Umsatzziele nach Markteintritt wie geplant. Bei 40 Prozent dauerte es länger als erwartet. Allerdings ist dem Umfrageergebnis auch zu entnehmen, dass Schweizer Unternehmen den Markteintritt sorgfältig planen und sich weitgehend realistische Ziele setzen.

Verzögert sich das Erreichen der Budgetziele, sind die Gründe dafür sehr divers und meist schwer vorhersehbar. Hier zeigt die Studie: Die Unternehmen kämpfen vor allem mit der in China vorherrschenden Praxis der sich kurzfristig ändernden Regulierung, die eine langfristige Planung erschwert. Vor allem für KMUs mit beschränkter Investitionskapazität kann das einschneidende Folgen haben.

Für die Mehrheit der Befragten (80%) sind interkulturelle Kompetenzen der Schlüsselfaktor Nummer eins beim erfolgreichen Auslandsgeschäft mit China. Schweizer Unternehmen entscheiden sich für eine chinesische Niederlassung, um einen direkten Zugang zum chinesischen Markt zu erhalten. Durch die Nähe schaffen sie Vertrauen – zu Kunden, Partnern, Zulieferern und Behörden. Darüber hinaus erhalten sie eine bessere Kontrolle über Liefer- und Vertriebskanäle. Auch chinesische Konsumenten fragen verstärkt nach einer nachhaltigen und transparenten Wertschöpfungskette. Die lokale Niederlassung bietet darüber hinaus mehr Flexibilität bei Wartungs- und Kundendienstleistungen vor Ort.

Interkulturelle Kompetenzen bleiben weiterhin Voraussetzung für den Erfolg in China

Damit Schweizer Unternehmen Vertrauen aufbauen können, müssen sie lernen, chinesisch zu denken und zu handeln, sich also interkulturelle Kompetenzen aneignen. Förmlichkeit und Respekt für hierarchische Strukturen spielen dabei eine übergeordnete Rolle. Ein kleines Beispiel: Während in der Schweiz Geschäftliches direkt angesprochen wird, legt man in China Wert auf einleitenden Smalltalk. Daher sind Vertrauen und Harmonie wichtige Elemente einer erfolgreichen Geschäftsbeziehung. Erfolgreiche Schweizer Unternehmen lassen sich bei ihren Expansionsplänen umfassend von China-Kennern beraten und versuchen, die Kultur in ihren vielen Facetten zu verstehen.

In China herrscht zunehmend die Meinung, lokale Firmen könnten immer weniger von ausländischen Partnern lernen. Diese Einstellung vertreten auch viele staatliche Betriebe. Diesen Standpunkt können sie sich leisten, weil sie im Gegensatz zu den privaten Unternehmen nicht auf ausländisches Kapital angewiesen sind. Sie verfügen darüber hinaus über die nötigen Kompetenzen und haben eine feste Beziehung zu ihren Kunden sowie zu wichtigen politischen Instanzen und Entscheidungsträgern. Außerdem haben sich viele chinesische Firmen zu reifen Industrien entwickelt, die sich zunehmend auf Herausforderungen wie Produktivität, Diversifizierung und Globalisierung fokussieren. Das bietet sowohl Chancen wie auch Risiken.

Ungeachtet der noch immer stark eingeschränkten Zutrittsbedingungen macht es dieser Umstand ausländischen Unternehmen zusätzlich schwer, sich in China niederzulassen und die richtigen Partner zu finden. Sie müssen einen klaren (volks-)wirtschaftlichen Mehrwert schaffen und diesen gegenüber verschiedenen Anspruchsgruppen (ihren potenziellen Shareholdern) auch deutlich machen. Hier können vor allem Unternehmen mit ausgeprägter Nachhaltigkeitsexpertise oder Innovationskraft punkten.

Die Pflege von Beziehungen (Guanxi) zu den Behörden ist nach wie vor wichtig. Das bestätigen zwei Drittel der Befragten. Was viele vielleicht nicht wissen: In jedem staatlichen Unternehmen gibt es einen Vertreter der Kommunistischen Partei Chinas. Er ist eine der wichtigsten Entscheidungsinstanzen in staatlichen Unternehmen und die Beziehung zu diesem Organ muss aufgebaut und gepflegt werden.

66%

Zwei Drittel der der Befragten betrachten die Suche nach qualifiziertem Personal als eine zentrale Herausforderung.

Das Ziel ist, zu verstehen, wie die Regierung die Wirtschaft, den Industriezweig und das Unternehmen jeweils aktuell einschätzt. In den letzten drei bis vier Jahren beobachten Experten darüber hinaus eine Rückorientierung der Parteisekretariate zu ideologischen Entscheidungen.

In der Schweiz wie in China gibt es verschiedene Institutionen, die eine Mediatorenrolle in der Beziehung zu chinesischen Behörden übernehmen. Sie vereinfachen den Zugang zu den wichtigen Instanzen und stellen wertvolle Kontakte her. Dazu gehören:

- das Staatssekretariat für Wirtschaft (Secrétariat d'Etat à l'économie, SECO): das Kompetenzzentrum des Bundes
- die Switzerland-Global Enterprise (S-GE): das vom Parlament mandatierte Organ für die Standort- und Exportförderung
- die economiesuisse: das Dachorgan der Schweizer Wirtschaft
- Swiss Chinese Chamber of Commerce (SCCC) und SwissCham China: die beiden Vertretungen der gegenseitigen Interessen der Privatwirtschaft seit 1980

Suche nach qualifizierten Arbeitskräften und Talenten

Der dritte Aspekt – von 66 Prozent der Befragten für wichtig erachtet – betrifft qualifizierte Arbeitskräfte und Talente. Das firmeneigene Führungsteam, die Beziehung der Mitarbeitenden zum Hauptsitz und das Verhältnis zu den Joint-Venture-Partnern sind zentral für den Geschäftserfolg. Rund 57 Prozent der an der Studie beteiligten Unternehmen bezeichnen die Zusammenarbeit von Mutterhaus und Tochtergesellschaft oder Joint Venture als effizient und vertrauensvoll. Allerdings hat auch rund ein Fünftel der Unternehmen angegeben, schlechte Erfahrungen bei der Suche nach talentierten und loyalen Arbeitskräften gemacht zu haben.

57 Prozent hatten noch keine Konflikte mit Personal auf der Führungsebene, immerhin 40 Prozent haben solche Auseinandersetzungen allerdings bereits erlebt. Als Gründe nennen sie mehrheitlich interkulturelle Differenzen, unterschiedliche Zielvorstellungen und Perspektiven oder Missverständnisse in Bezug auf regulatorische Bestimmungen.

Vier von zehn Befragten berichten über Konflikte auf Führungsebene

Gute Arbeitskräfte mit den richtigen Qualifikationen können viele dieser Herausforderungen meistern. Talente zu rekrutieren und zu entwickeln ist für multinationale Unternehmen jedoch oft sehr zeitintensiv und aufwendig. Unternehmen müssen speziell bei erfahrenen Fachkräften mit einer höheren Fluktuation als in der Schweiz rechnen. Unterstützung bieten chinesische und globale Personal-dienstleister, die ihr Angebot in den letzten Jahren stark ausgebaut haben. Dank einer immer größer werdenden Mittelschicht und eines breiten Bildungsangebots vergrößert sich der Pool der Talente kontinuierlich.

Der Staat kontrolliert weiterhin, was gelehrt wird – auch in internationalen Bildungseinrichtungen

Private Universitäten expandieren, die sowohl traditionell als auch online unterrichten. Festzuhalten bleibt: Der Staat hat weiterhin die Kontrolle über die Lehrinhalte wie zum Beispiel zeitgenössische Geschichte. Das gilt auch für internationale Bildungsinstitute.

Fazit

Wie sind die aufgeführten Ergebnisse der Umfrage vor dem Hintergrund der sich in den letzten zwölf Monaten dynamisch entwickelnden geopolitischen Situation mit den Hauptakteuren USA und China zu bewerten? Die Antwort macht Mut: Die Schweizer und die europäische Wirtschaft haben gute Chancen, ihre Erfolgsgeschichte in den chinesischen Märkten fortzuschreiben. Die Kernkompetenzen der Schweizer Wirtschaft werden für China durch die stetige Weiterentwicklung der chinesischen Industrie in Richtung Fähigkeiten der Beschäftigten, Komplexität der Anforderungen und Automatisierung der Abläufe immer wichtiger. Politisch neutral zu sein ist in diesem Zusammenhang ein Pluspunkt. Dieses Potenzial gilt es auszuschöpfen, allerdings mit der notwendigen Vorsicht und Rücksicht auf lokale Gegebenheiten. Je nachdem wie sich die geopolitische Situation entwickelt, muss das eine oder andere Unternehmen eine Güterabwägung für oder gegen den chinesischen Markt vornehmen, sollten regulatorische Vorschriften in anderen Märkten das notwendig machen.



Felix Sutter

Asia Business Consultant
Tel.: +41 79 4052785
felix.sutter@gmail.com

Stefan Schmid

Tel.: +41 58 792-4482
stefan.schmid@ch.pwc.com

Cyprus: gateway to Europe for Chinese investors

Despite their vastly different cultures and demographics, China and Cyprus have enjoyed a friendly, stable relationship for almost 50 years. Several developments in the Mediterranean country are making it more attractive to Chinese players.

by **Fawn Ren**

C yprus recently launched its immigration programme for foreign investors – at a time when outbound investment from China is growing. Not surprisingly, the programme has attracted an increasing number of Chinese businesspeople to the Mediterranean country in the last few years. It is currently estimated that there are more than 2,000 Chinese families in Cyprus, over half of whom are residing there permanently.

Favourable tax scheme for investors

In addition to the immigration option, investors choose Cyprus as their personal base in Europe for the favourable tax scheme it offers, as well as the island nation's access to the Middle East, Eastern Europe and the rest of the EU. Direct investments from China are mainly in real estate, and investors want to scout out opportunities in surrounding countries in addition to those located in Cyprus.



Positive contribution to the local economy

Not only do they purchase residential and/or commercial properties as required for the immigration application they submit to Cypriot authorities, they also buy and develop land in collaboration with local real estate developers, something that has helped diversify the real estate market. More importantly, these investments contribute to the Cypriot economy, for instance by providing employment opportunities for local residents. One prime example is the Sun City Spa, Resort and Residences in the coastal area of Ayia Napa. The investor is Jim Cheng Global from Hong Kong, which has committed €50 million to the project comprised of a five-star hotel and villas. The local developer is the Giovani Group. This undertaking “will change the way in which the world sees Famagusta, offering many new jobs and quality accommodation,” according to Antonis Antoniou, CEO of Giovani Group, referring to the city on the island’s eastern coast.

Main focus on tourism

Chinese investors are looking into other business opportunities as well, with a main focus on tourism. Several businesspeople from China have purchased small boutique hotels in Limassol, Larnaca and Paphos, betting the Cypriot tourism industry will keep growing in coming years. In fact, Cyprus could very well welcome the potentially vast number of Chinese tourists who have yet to discover the country. Once it is easier for them to travel to Cyprus – once there is a direct flight between the two countries and the visa process becomes streamlined – the Cypriot tourism industry is expected to advance to the next level.

Chinese are investing in leisure in addition to tourism and hospitality

In addition to investing in tourism and hospitality, Chinese are participating in projects in the leisure sector. For example, the City of Dreams Mediterranean casino is a collaboration between Melco International (Lawrence Ho) and The Cyprus Phassouri (Zakaki) Limited. When completed, the property will boast 136 gaming tables, 1,200 gaming machines, a luxury hotel with 500 rooms (and the capacity for expansion), 11 restaurants and cafeterias, a conference hall spanning 6,000 square metres (which can accommodate audiences of 1,500), a sports centre, an extensive pool area with river woods and surf pools, a high-end retail area, an outdoor amphitheatre and a 4,000-square-metre wellness centre. The first of its kind, this integrated resort is scheduled to open in 2021 and will be home to the largest casino in Europe. Total investment is expected to be €550 million, providing over 4,000 local jobs per year during the three-year construction phase, and contributing €695 million to the Cypriot economy. Once the casino is completed, it is expected to create over 2,500 stable jobs locally, generating €700 million a year – around 4% of the country’s annual GDP – after its second year of operation.

Besides direct investment in specific projects, Chinese investors are also starting to invest in the country’s alternative investment funds (AIFs). The new trend is driven by the revised Cyprus Investment Programme, announced in September 2016, which allows investors who plan to apply for Cypriot citizenship to invest in AIFs. Cypriot AIFs are highly regulated and transparent, giving investors the confidence to commit their financial resources to a foreign jurisdiction. Moreover, project owners find AIFs an effective vehicle for attracting individual investors who can

fund large-scale projects. The Radisson Blu in Larnaca, on the country's southern coast, was funded by an AIF, and the investors are mostly Chinese individuals and families seeking immigration opportunities.

Alternative investment funds are attracting investors to large-scale projects

Chinese asset management service providers also find the AIFs appealing. In Cyprus, funds of this type are fairly easy to set up, taking only approximately six months to gain approval, although the expedited process can be as short as 10 weeks. Another benefit is that maintenance costs are lower compared to other locations. Moreover, by establishing the fund in an EU member state, asset managers can connect overseas investment projects to potential investors in China more efficiently and effectively.

E-banking and e-commerce

With the boom in e-banking and e-commerce in China, many Chinese banking institutions and financial service providers are looking for new markets to grow their e-payment business. Electronic money institutions (EMIs) in Cyprus offer an opportunity for these businesses to expand in the EU. A traditional banking licence is difficult to obtain due to the complicated compliance requirements and capital commitments. An EMI licence is, in comparison, more cost-efficient and less complex; at the same time, it makes it possible to carry out most traditional bank functions. Further, the EMI licence holder can operate within the EU through the passport process without further approval from central banks.

“Passport process” means a holder of Cyprus license/permit can use the approval to conduct business in other EU countries freely, without further approval from local authorities. The only required procedure is to inform the Cyprus authorities about the intention of operating in other jurisdictions. The Cyprus authorities will then notify the local authorities accordingly.

Other sectors that Chinese investors are exploring in Cyprus are healthcare, retirement and education. The country's appealing climate combined with a low doctor-to-patient ratio, low health-care costs and easy access to top-notch medical technology (via a one-hour flight to Israel) make it an ideal location for people recuperating from an illness or medical procedure. Several medical tours from China are being organised, which will bring elderly individuals from northeast China to Cyprus.

Conclusion

Overall, the relationship between Cyprus and China is growing steadily, and more sectors will open for investors from both countries to explore. Cyprus provides a perfect launching pad for Chinese businesses in Europe thanks to its friendly business environment, favourable tax regime and highly educated talent. It is therefore expected that more and more Chinese players will enter the country, contributing to the local economy as they realise promising business opportunities.



Fawn Ren

Tel: +357 22 555-461

ren.fawn@cy.pwc.com

Verschärfte Kontrolle von Exporten

Der Entwurf für ein nationales Exportkontrollgesetz erweitert die Ziele und Reichweite der bestehenden Vorgaben erheblich. Das wird weitreichende Konsequenzen für deutsche Unternehmen haben.

von **Daniel Kaiser**

Das chinesische Handelsministerium (Ministry of Commerce, MOFCOM) hat vor zwei Jahren den Entwurf eines Exportkontrollgesetzes (EKG) veröffentlicht. Das EKG wird das erste umfassende und einheitliche Gesetz zur Kontrolle des Exports in China sein. Es vereint und systematisiert die bestehenden Verwaltungsvorschriften. Ein Verstoß kann zu schweren administrativen oder sogar strafrechtlichen Sanktionen führen. Jeder Wirtschaftsbeteiligte ist also gut beraten, die bestehenden Vorgaben zu beachten und zu prüfen, welche Auswirkungen sich für ihn ergeben.

Kategorien und Mittel der Kontrolle

Betroffen von den Vorgaben des EKG sind vor allem vier Produktkategorien: Güter, die für zivile und militärische Zwecke verwendet werden können, Waffen und Militärbedarf, Materialien und Güter zur nuklearen Nutzung sowie Waren, Technologien oder Dienstleistungen, die für die nationale Sicherheit relevant sind.

Im Rahmen der bereits bestehenden Vorschriften führt China separate Listen mit verschiedenen genehmigungspflichtigen Waren. Zu klären ist, ob die bestehenden Listen weiter verwendet oder durch neue ersetzt werden. Nach dem Entwurf kann China darüber hinaus eine temporäre Exportkontrolle einführen. Auf Veranlassung der chinesischen Aufsichtsbehörden können dann auch Waren, die nicht auf den Listen stehen, bis zu zwei Jahre lang kontrolliert werden.

Zum ersten Mal führt der Entwurf des EKG das Mittel des „Embargos“ ein. Es ermöglicht den Aufsichtsbehörden, die Ausfuhr bestimmter kontrollierter Güter in gewisse Bestimmungsorte zu untersagen oder komplett zu verbieten.

EKG nutzt zum ersten Mal das Embargo

Die Behörden können die ausländischen Importeure und Endverbraucher, die gegen die Exportkontrollgesetze der VR China verstoßen, auf eine schwarze Liste (Blacklist) setzen und die Ausfuhr kontrollierter Güter an diese ausländischen Importeure und Endverbraucher verbieten. Sie sind auch befugt, Ausfuhr-genehmigungen für Transaktionen mit den gelisteten ausländischen Importeuren und Endverbrauchern zu widerrufen.

Die Namen der Exporteure, die gegen das Gesetz verstoßen (selbst wenn solche Verstöße strafrechtlich nicht geahndet wurden), sollen veröffentlicht werden und in die Nationale Plattform für den Austausch von Kreditinformationen (National Credit Information Sharing Platform) einfließen. Wer hier gelistet ist, darf drei Jahre lang keine Exportlizenzen beantragen.



Die VR China kann basierend auf dem Entwurf exportkontrollrechtliche Vergeltungsmaßnahmen gegen Länder oder Regionen ergreifen, die diskriminierende Exportkontrollmaßnahmen gegen die VR China durchführen.

Kontrollierte Aktivitäten und Genehmigungspflicht

Der Entwurf gilt für ein breites Spektrum von Transaktionen, die für kontrollierte Güter relevant sind. Das betrifft vor allem den Export und den Reexport. Unter Export versteht der Entwurf den Transfer von kontrollierten Gütern aus der VR China in ein anderes Land oder eine andere Region, einschließlich Hongkong, Macau oder Taiwan. Der Begriff „Transfer“ ist nicht gesetzlich definiert. Nach den Gesetzen und Vorschriften der VR China zur Exportkontrolle umfasst er sowohl Verkäufe zur Ausfuhr als auch alle anderen grenzüberschreitenden Warenbewegungen ohne Verkauf, wie Lieferungen an Messen oder Rücksendungen für Reparaturen.

Eine Reziprozitätsklausel ermöglicht Vergeltungsmaßnahmen gegen Länder oder Regionen

Der neu eingeführte Exportvorbehalt umfasst die extraterritoriale Anwendung des EKG auf den Reexport in einem Drittland einer zuvor aus China importierten und dort kontrollierten Ware. Das gilt allerdings nur dann, wenn in der Ware, die aus dem Ausland über China in ein Drittland ausgeführt wird, mehr als der zugelassene Bagatellanteil (De-minimis-Prozentsatz) von ursprünglich chinesisch kontrollierten Gütern enthalten ist. Wie hoch dieser Prozentsatz sein soll, steht nicht im Entwurf.

Kontrolle der Ausfuhr von sensiblen Gütern

Aus dem Entwurf ergeben sich Genehmigungspflichten, mit deren Hilfe die Ausfuhr von sensiblen Gütern kontrolliert werden soll. Eine solche Pflicht betrifft die Person, die die Ausfuhr von kontrollierten Gütern aus der VR China veranlasst. Von dieser Regelung betroffen sind damit nicht nur Personen, die die Staatsbürgerschaft der VR China besitzen, sondern auch Ausländer. Grundsätzlich muss eine Genehmigung für die Ausfuhr, den Reexport, die Durchfuhr und die Umladung von kontrollierten Gütern eingeholt werden.

Auch die Ausfuhr von Gütern, die nicht in den beschriebenen Güterlisten aufgeführt sind, kann der Genehmigungspflicht unterliegen. Das betrifft Fälle, in denen der Ausführer weiß oder Grund zur Annahme hat, dass die Ausfuhr die nationale Sicherheit der VR China beeinträchtigt oder zur Unterstützung terroristischer Aktivitäten verwendet werden kann.

Im Brennpunkt der neuen Bestimmungen stehen vor allem Reexporteure

Die zuständigen Behörden können die Ausführer auffordern, sogenannte Endverbleibserklärungen oder Dokumente vorzulegen, die von den Einführern oder den zuständigen Stellen in den Einfuhrländern ausgestellt wurden. Die (Re-) Exporteure sind ebenfalls verpflichtet, die Endverwender und die Verwendungszwecke der ausgeführten Güter zu überprüfen und die zuständigen Behörden unverzüglich über neue Endverwender oder jede Änderung der Verwendungszwecke zu informieren. Darüber hinaus verpflichten sich die Einführer, die endgültige Verwendung der eingeführten Gegenstände ohne Zustimmung der zuständigen Behörden weder zu ändern noch die eingeführten Gegenstände an andere Dritte als die Endverwender zu übertragen. In diesem Zusammenhang sind die zuständigen Behörden befugt, vor Ort Überprüfungen der Endverbraucher und der Endverwendungen durchzuführen. Das bedeutet: Vor-Ort-Inspektionen können auch dort durchgeführt werden, wo internationale Exportkontrollstandards bereits angewandt werden. Kommt der Einführer diesen Anforderungen nicht nach, besteht die Möglichkeit, diesen Einführer und den Endverwender auf die schwarze Liste zu setzen. Nach den Vorgaben des EKG müssen chinesische Unternehmen außerdem prüfen, ob die Weitergabe von Informationen eventuell Bezug zu Chinas nationaler Sicherheit haben könnte. In diesem Fall muss im Voraus eine „nationale Sicherheitsprüfung“ durchgeführt werden. Wie diese Prüfungen aussehen könnten, muss noch geklärt werden.

Sanktionen

Der Entwurf sieht je nach Schwere des Verstoßes zunächst eine Verwarnung vor, dann ein Strafgeld von bis zum Zehnfachen der illegalen Geschäftseinnahmen und die Beschlagnahme der Gewinnabschöpfung aus der illegalen Tätigkeit. Bei schweren Verstößen droht eine Freiheitsstrafe (in einigen Fällen bis zu lebenslanger Haft, etwa für den Schmuggel von Militärprodukten).

Der Verstoß kann ferner zu einer Aussetzung oder einem Widerruf der Ausfuhrgenehmigung oder Ausfuhrqualifikation führen. Verwarnt und mit einer Geldstrafe belegt werden können ebenfalls direkt verantwortliche Personen. Zusätzlich können diese Personen eine Negativeintragung in das staatliche, öffentlich einsehbare Informationssystem für Unternehmenskredite erhalten.

Kritik

Der Bundesverband der Deutschen Industrie (BDI) hat Zustimmung, aber auch deutliche Kritik an den geplanten Maßnahmen formuliert. Sicherheitspolitik und Wirtschaftsförderung dürfen nach Auffassung des BDI nur unabhängig voneinander vorangetrieben werden. Güterbewegungen und Technologietransfers, die keine Grenzen überschreiten, sollen nicht genehmigungspflichtig sein und Exportkontrolle dürfe keine Wirkung auf Aktivitäten außerhalb Chinas entfalten.

Ausblick

Der Entwurf des EKG vereint bisher bestehende Regelungen. Er weist Ähnlichkeiten zu Vorgaben in den USA und der Europäischen Union auf. Die geplante Lesung im Nationalen Volkskongress und die damit folgende Verabschiedung des Gesetzes steht bis heute aus. Im Hinblick auf den aktuellen Handelsstreit mit den USA ist derzeit offen, wie sich der weitere Gesetzgebungsprozess entwickeln wird. Unternehmen sind dennoch gut beraten, sich so rasch wie möglich mit dem Entwurf vertraut zu machen und zu prüfen, wie er sich auf ihre Exportaktivitäten auswirken wird, speziell mit Blick auf den Reexport.



Dr. Michael Tervooren

Tel.: +49 211 981-7641

michael.tervooren@pwc.com

Daniel Kaiser

Tel.: +49 40 6378-2176

kaiser.daniel@pwc.com

Compliance: China's first E-Commerce Law comes into force

Having become the second largest digital economy in 2017, China introduced its long-awaited *E-Commerce Law* on January 1st 2019. This article provides an overview of the law and its operational implications for domestic and foreign companies.

by **Annie Xue**

Almost annually for the last ten years or so, China's market for electronic commerce (e-commerce) has been setting records for size. The National People's Congress initiated the legislative process for the country's *E-Commerce Law* in 2013, but it was only adopted last year, after going through four drafts and four reviews due to its complexity and controversial nature.

The law is not genuinely "new" because it comes on top of multiple existing laws and regulations, adapting them to the context of online business activities. In cases where the *E-Commerce Law* does not provide clear guidance, meaning can be drawn from the prior laws, which are described in Table 1.

Tab. 1 Laws and regulations prior to the E-Commerce Law

#	Regulated area	Laws and regulations
1	Market entry	<ul style="list-style-type: none"> • Company Law • Administrative Measures on Network Trade • Administrative regulations for industry and commerce • Market entry regulations for internet information services
2	Consumer protection	<ul style="list-style-type: none"> • Consumer Protection Law and its Implementation Rules • Administrative Measures on Network Trade
3	Personal information protection	<ul style="list-style-type: none"> • Cyber Security Law • Consumer Protection Law • Administrative Measures on Network Trade • Relevant rules and national standards
4	Agreement conclusion and performance	<ul style="list-style-type: none"> • Contract Law • Electronic Signature Law
5	Tort liability for e-commerce platforms	<ul style="list-style-type: none"> • Tort Liability Law • Relevant IP laws and regulations • Torts and IP-related judicial interpretations • Administrative Measures on Network Trade
6	Competition in the e-commerce sector	<ul style="list-style-type: none"> • Anti-Monopoly Law • Anti-Unfair Competition Law • Administrative Measures on Network Trade
7	Logistics in the e-commerce sector	<ul style="list-style-type: none"> • Postal Law • Express delivery market regulations
8	Cyber security and data protection	<ul style="list-style-type: none"> • Cyber Security Law • Administrative Measures on Internet Information Services • Relevant rules and national standards
9	Product and service quality and safety	<ul style="list-style-type: none"> • Product Quality Law • Food Safety Law • Tort Liability Law • Insurance Law • Administrative Measures on Network Trade • Relevant rules and national standards
10	Advertising and other areas related to e-commerce	<ul style="list-style-type: none"> • Advertisement Law • Administrative Measures on Network Trade



The *E-Commerce Law* comprises 89 articles and seven chapters, which are dedicated to general provisions (legislation goals, key definitions, regulatory bodies, etc.); the roles and responsibilities of e-commerce operators; the conclusion and performance of e-commerce contracts; the settlement of e-commerce disputes; the roles and responsibilities of the government in promoting e-commerce; legal liabilities; and supplementary provisions.

The new law is comprehensive and intended to set the basic tone for supervision of the e-commerce sector. Specific guidance on enforcement and compliance is more likely to come from implementing rules and policies. On December 3rd 2018, the State Administration for Market Regulation (SAMR) released the first implementing rule, titled the “Opinions of the SAMR on E-Commerce Business Operator Registration”. This policy addresses various registration issues in practice. For instance, all e-commerce operators holding a business licence are required to display the licence information or its hyperlink in a prominent place on their home page. If an operator is exempted from applying for a business licence, it is still obliged to state the legal basis (Article 10) in a prominent place on the home page. In the case of individual businesses, network operation sites are allowed to be registered as the operation sites, but the businesses may not carry out offline production on those sites and are required to make a commitment on this online only business model. More implementing rules on operators’ obligations relating to publicity and information reporting, among other topics, are still to come.

Key aspects

China's *E-Commerce Law* has a number of key aspects:

1 Jurisdiction

Despite the borderless nature of e-commerce, Article 2 of the new law expressly limits its jurisdiction to those activities that take place within the territory of China. The same article defines "e-commerce" primarily from a provider's point of view as business activities conducted on an information network, such as the internet, to sell commodities or offer services.

2 Excluded online business

The new law does not aim to cover all types of online sales activities. Article 2 of the law specifically removes from its purview the online provision of financial products and services, services involving news stories, audio and video programmes, publications and cultural products.

3 Coordinated supervision

Many other laws have a single dedicated supervisory agency, or multiple supervisory agencies with one authority designated as the lead. The new law does not charge any one authority with supervising e-commerce, but rather lays the foundation for coordinated supervision. Article 6 of the law envisages that, at the central level, the departments under the State Council will apply the law in accordance with their respective authority, while, at the local level, government agencies at county level or above can decide on the appropriate division of labour regarding e-commerce regulation. Article 7 then calls for coordinated administration of e-commerce activities, with authorities, industrial associations, e-commerce operators and consumers all being integral parts of the coordinated governance system.

4 Equal treatment of online and offline commercial activities

Previously, individual offline business operators were required to register with market regulation authorities and pay any taxes, while their online counterparts were spared from that requirement due to the lack of a legal basis. Thanks to the consensus achieved during the legislative process, Article 10 of the new law requires a majority of e-commerce operators to register with the market regulation authorities while exempting the following groups: individuals selling self-produced agricultural and side products, or family handicrafts; individuals using their own skills to engage in activities assisting others; and miscellaneous transactions involving small amounts that do not require a licence under the law. Nonetheless, Article 11 further provides that even an e-commerce operator is not required to make the registration, when the tax obligation occurs for the first time, such operator shall make tax registration and declare and pay the tax in a truthful manner.

5 Greater platform obligations

Given their superior market position, platform operators are now subject to stricter supervision and heavier regulatory obligations.

a) Protection of consumer transactions and well-being

Article 38 of the law states that a platform operator shall be held accountable if it fails to take the necessary measures when it knows or should have known that operators on its platform are not selling quality products or services. Platform operators will also be held responsible if they fail to adequately examine the qualifications of operators providing goods or services affecting the health or lives of consumers, or if they do not protect the safety of consumers, thereby causing them harm.



References

- Ministry of Commerce of China, *E-Commerce in China* (2017) (Chinese only), available at <http://dzsws.mofcom.gov.cn/article/ztxx/ndbg/201805/20180502750562.shtml>.
- Chinese version at http://www.gov.cn/xinwen/2018-12/05/content_5345812.htm.
- News report *E-Commerce Law Implementing Rules Are in Making and Revision*, Market Supervision and Administration, 2018 (22), available at <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1618532772990955402&wfr=spider&for=pc>.
- News report *OfO deposit refund policy under fire*, <https://global.chinadaily.com.cn/a/201812/16/WS5c16474fa3107d4c3a00111f.html>.
- News report *Nanxun investigates the first E-Commerce Law Case* (Chinese only), available at <http://www.huzhou.gov.cn/hzzx/xqxx/nxq/20190123/i1311207.html>.
- News report *Shangyu investigates the first E-Commerce Law Case* (Chinese only), available at <https://zj.zjol.com.cn/news/1111409.html>.

b) Three-year mandatory information retention period

Article 31 of the law requires platform operators to ensure the integrity, confidentiality and availability of commercial data and keep them for at least three years. Article 53 further requires anyone offering online payment services to allow users to check their accounts of charge and to make transaction histories available for the last three years.

c) Publicity requirement for proposed changes to transaction rules

Article 34 requires platform operators to display in a prominent position on their home page any proposed changes to the platform service agreement and transaction rules, and to do so for at least seven days. The aim is to allow the public to comment on the changes and ensure reasonable measures are taken to permit interested parties to make themselves heard in a timely manner. When someone declines to accept the proposed changes and wishes to withdraw from the platform, the platform operator is prohibited from creating hurdles and must assume all relevant obligations are adhered to.

d) Prohibition of abusive behaviour

The giant platforms have long been criticised for their abusive behaviour, such as “either-or” strategies or forced acceptance of promotion schemes. In theory, the abuse of a dominant market position should be prosecuted under the *Anti-Monopoly Law*. However, the considerable difficulty of defining the relevant market positions and proving the existence of a dominant position often prevents ill-treated operators from seeking redress. Article 35 of the *E-Commerce Law* explicitly prohibits platform operators from imposing unreasonable conditions or charging inappropriate fees by means of service agreements, transaction rules or technical measures – without stipulating any restrictions in terms of market dominance.

e) Obligations to establish and maintain credit and review systems

According to Article 39, platform operators are to establish credit and review systems, making records publicly available and maintaining them in a proper fashion to alleviate information asymmetry in e-commerce.

f) Differentiation between self-run and third-party business

Nowadays, many platform operators provide products or services on their own platforms, competing with other operators doing business on the platform. Article 37 requires platforms to clearly distinguish a platform's self-run business from that of other operators in order to ensure that consumers are not misled and to make clear who is the responsibility holder.

g) Regular verification and updating of basic information

Article 27 assigns more governance roles to platforms by requiring them to verify and update the basic information of the operators using the platform, such as business licence, ID, address, contact, administrative permission, etc.

h) Paid listings

Advertising in the form of paid listings, in particular hidden paid listings, has been roundly rebuked in recent years. Responding to this issue, Article 40 requires platforms to display search results primarily in more organic ways, such as by price, sales volume or credit rating. In the case of a listing based on competitive bidding, the result must be clearly marked as an advertisement to avoid misleading consumers.

6 Improved protection of consumer interests

a) Safeguarding personal information

Article 23 reiterates the obligation to protect personal information. Article 24 further stipulates the duties of e-commerce operators by expressly indicating the methods for verifying, correcting and deleting users' information and deregistering their accounts.

b) Restrictions on e-marketing discrimination

Profiling supported by big data and the price discrimination that can result are another hot-button issue emerging with new technologies. Article 18 weighs in by requiring platform operators to provide consumers with options not related to personal characteristics, in addition to customised results based on individual interests, preferences, consumption habits, etc.

c) Deposit refunds

High-profile incidents like the OfO deposit refund scandal have drawn considerable attention to deeply flawed deposit-management activities in the e-commerce sector. Article 21 therefore requires that e-commerce operators explicitly indicate procedures for refunding deposits and refrain from imposing any unjustifiable conditions.

7 Improved IP protection

The new law has made significant progress in protecting intellectual property (IP) by adding a reverse notice mechanism in Article 43. As illustrated in Article 42, the traditional safe harbour rule requires platform operators to take certain measures if they do not want to be subject to legal liability, for instance deleting or blocking information, disabling links and terminating transactions and services when the holder of IP rights claims an infringement has occurred and preliminary evidence is supplied of the alleged infringement. However, this situation is often abused by bad-faith IP holders, seriously interrupting e-commerce activities. As such, Article 43 stipulates that if an operator using a platform has been challenged by the holder of IP rights but has made a statement to the platform operator and produced preliminary evidence showing no infringement exists, the platform can promptly lift any restrictions that have been imposed – if the platform operator has not received notice that the IP holder has filed a complaint or lawsuit within 15 days of receiving the operator's statement.

8 Multilayered accountability

The *E-Commerce Law* is primarily seen as a commercial law, but it also serves as an important institutional tool for government regulation. Most of the legal consequences of concluding and implementing e-commerce agreements are thus civil liabilities. Failure to comply with the regulatory obligations specified in the law may also result in administrative sanctions in the form of fines, injunctions or remediation. In extreme cases, criminal liabilities may be incurred. Other forms of punishment are possible beyond the three administrative types, such as reputational damage due to information recorded in China's social credit system and public attention being called to the violations.

Enforcement

Since the law came into effect, early-stage enforcement activities seem to be focused on the law's basic requirements, such as displaying business licences on websites and promoting products without providing misleading or deceptive information. This is probably because regulators have been experiencing their own learning curve, and it by no means implies that business operators can lapse in their compliance with the new law – for three reasons. First, the lack of enforcement transparency has long been an issue in China, so more enforcement activities could be taking place than are known to the public. Secondly, before implementing new laws, the regulatory bodies normally prefer to cite prior laws as the relevant legal grounds for their actions. Lastly, new enforcement rules are rolling out granting more power to the authorities. For instance, in the field of data protection and cyber security, the Ministry of Public Security came up with the Regulations for Internet Security Supervision and Inspection by Public Security Organs in 2018, which allow the police to conduct remote testing and on-site inspections.

Operational implications

Given the more sophisticated e-commerce regime with its greater focus on consumer protection, German companies and their subsidiaries are advised to pay attention to the following issues:

Assessing applicability and identifying obligations are only two tasks companies now face

1 Assess the applicability of the E-Commerce Law

As mentioned above, the new law applies only to online commercial activities taking place within China and only in sectors not involving financial products and services, news, audio and video programmes, publications and cultural products. As such, all products and services provided from outside China or in connection with the above areas are beyond the reach of the law.

2 Identify one's role under the law

The regulated e-commerce operators fall into three groups: operators of e-commerce platforms, business operators on e-commerce platforms, and other e-commerce operators using self-developed websites or other network services. Sometimes a given operator may perform multiple roles depending on its business model. For instance, a platform or a website operator may also be a regular business operator on another platform. In spite of certain common obligations like protecting

personal information, paying taxes and providing VAT invoices, operators assuming different roles also face different regulatory requirements, with platform operators being subject to the strictest supervision because of their superior or dominant market positions.

3 Identify regulatory obligations and make a compliance checklist

Compliance requirements for the *E-Commerce Law* involve multiple domains and subdomains. To properly recognise and control compliance risks, it is advisable to identify the regulatory obligations that apply to different circumstances and develop a customised checklist. The info box presents a general checklist companies can use as a point of departure.

4 Identify the relevant authorities

The complexity of the *E-Commerce Law* means that no single agency can lead an enforcement of the law. Article 6 stipulates that local governments at county level or above can decide who has the power of enforcement in a specific area. Given the inconsistency of law enforcement that has long existed across China's regions, it is important to identify the authorities who are in charge of a company's major target markets. Figure 1 summarises the supervisory agencies overseeing the major compliance areas for e-commerce operators.

5 Reassess roles and responsibilities

This ensures all relevant risks will be addressed by the proper specialists and staff.

6 Provide awareness-raising sessions and training

This is key if employees are to understand which issues apply to the company and how they should respond to them.

Checklist for responding to compliance risks

Regular operations

- Administration registration for industry and commerce
- Tax registration
- Administrative approvals for certain business activities
- VAT
- Displaying business licence
- Advertising
- Environmental protection

Consumer protection

- Individual and property security
- Lack of discrimination in e-marketing
- Clearly marked tie-ins and no default consent for tie-ins
- Risks for e-commerce operators relating to in-transit goods
- Transparent, reasonable rules for deposit collection and refund
- Personal information protection

Special requirements for platform operators

- Set up and maintain basic information systems for business operators on the platform
- Provide relevant information to authorities
- Report illegal or noncompliant activities by business operators
- Develop and implement cyber security and data protection measures
- Make platform service agreement and transaction rules publicly available and seek input from public before making changes
- Ensure no unreasonable terms or fees are imposed on business operators
- Establish and implement platform governance rules
- Undertake due diligence to safeguard consumers' transactions and well-being
- Develop and implement credit review system for platform
- Implement reverse notice mechanism for business operators to ensure protection of IP rights



Fig. 1 Agencies overseeing e-commerce activities

Commerce administration	Anti-monopoly supervision	Unfair-competition supervision (incl. advertisement)	Data protection & cyber security	IP authorities	Cross-border e-commerce
<ul style="list-style-type: none"> Market regulation authorities at central and local levels 	<ul style="list-style-type: none"> Market regulation authorities at central and provincial levels 	<ul style="list-style-type: none"> Market regulation authorities at central and local levels 	<ul style="list-style-type: none"> Cyber space Administration of China and its local branches Public safety authorities at central and local levels 	<ul style="list-style-type: none"> IP authorities at central and local levels 	<ul style="list-style-type: none"> Customs authorities at central and local levels Quality supervision, inspection and quarantine authorities at central and local levels

Key takeaways

The following summarises this article's key takeaways:

1 China's *E-Commerce Law* is based on existing laws and regulations overseeing multiple business areas. As such, if a company already has a sound compliance framework in place, the new law will not raise significant compliance concerns in the short term. However, as the implementing rules and policies are rolled out, it will be important to revisit the compliance framework to make sure it can effectively meet additional, more stringent requirements.

2 The new law is impacting business operators together with other laws and regulations as illustrated in Table 1. Where the *E-Commerce Law* does not provide specific requirements, such as for personal information protection and cross-border online commerce, companies should check the requirements laid out in the prior laws.

3 Given the new law's focus on consumer-related activities, it is advisable to make consumer-protection compliance the top priority. Relevant steps here would include having a response team for consumer-related issues, creating a whistle-blowing system and ensuring users' deposits are managed appropriately.

4 Companies should also conduct a health check to see how well they are complying with the provisions set out in the *E-Commerce Law* – as a first step towards developing a reasonable and practical remediation roadmap.



Annie Xue

Tel: +86 10 8540-4602
annie.xue@cn.pwc.com

Alexander Prautzsch

Tel: +86 21 2323-3375
alexander.prautzsch@cn.pwc.com

Freihandelsabkommen der EFTA mit Indonesien

Die Europäische Freihandelsassoziation (EFTA) hat mit Indonesien ein Abkommen unterzeichnet, das die Tür zu einer umfassenden Wirtschaftspartnerschaft öffnet. Der Vertrag erleichtert die Handelsbeziehungen und bringt speziell für Schweizer Unternehmen erhebliche Verbesserungen.

von **Simeon Probst**

Das am 16. Dezember 2018 in Jakarta abgeschlossene Abkommen (Comprehensive Economic Partnership Agreement, CEPA) zwischen der Schweiz, Island, Liechtenstein und Norwegen auf der einen und Indonesien auf der anderen Seite ist aus mehreren Gründen beachtenswert: Indonesien ist mit seinen über 255 Millionen Einwohnern das bevölkerungsreichste Land innerhalb des Verbands Südostasiatischer Nationen (ASEAN). Das Durchschnittsalter der Bevölkerung betrug 2017 unter 30 Jahre. Außerdem entwickelt sich die Wirtschaft des Landes seit einigen Jahren sehr dynamisch.

Bemerkenswert ist auch die Tatsache, dass die Vertragspartner in der Frage des Palmölimports (Indonesien ist der größte Produzent von Palmöl weltweit) eine für alle Beteiligten annehmbare Lösung gefunden haben. Nur zur Erinnerung: Die Verhandlungen der Europäischen Union mit Indonesien stecken wegen dieser Frage zurzeit in einer Sackgasse.

Leichterere Marktzugang und höhere Rechtssicherheit

Das Abkommen, dessen Ratifizierung für den Herbst 2019 oder das Frühjahr 2020 erwartet wird, hat – ähnlich wie andere Freihandelsabkommen der EFTA – einen großen Geltungsbereich. Es wird insbesondere den Marktzugang und die Rechtssicherheit für den Warenhandel (Industrie- und Agrarprodukte) und den Austausch von Dienstleistungen verbessern. Wenn alle Exporte unter dem Freihandelsabkommen erfolgen, werden nach Ablauf der Zollabbaufristen sämtliche Zölle für 98 Prozent der heutigen Ausfuhren der Schweiz nach Indonesien wegfallen. Darüber hinaus enthält das Abkommen Bestimmungen zu Investitionen, zum Schutz des geistigen Eigentums, zum Abbau nicht tarifärer Handelshemmnisse einschließlich sanitärer und phytosanitärer Maßnahmen, zum Wettbewerb, zu Handelserleichterungen, zum öffentlichen Beschaffungswesen, zu Handel und nachhaltiger Entwicklung sowie zur wirtschaftlichen Zusammenarbeit.

Der Warenhandel mit Indonesien wird nach erfolgter Ratifizierung des Abkommens über ein beachtliches Potenzial verfügen. Berechnet auf Grundlage des heutigen Handels werden Schweizer Unternehmen nach Ablauf der Zollabbaufristen jährlich rund 22 Millionen Euro Zölle einsparen. Weiterhin ist davon auszugehen, dass neuer Handel ermöglicht wird, wenn die hohen Zölle Indonesiens im Bereich Industrie wegfallen, die nach Angaben der Welthandelsorganisation im Durchschnitt 8 Prozent betragen.



Abbau von Zollschranken

Im Agrarbereich erhält die Schweiz weitreichende Genehmigungen (Konzessionen), die Käse und Milchprodukte, Kaffee, Schokolade, Biskuit, Babyahrung und Energydrinks betreffen. Die Zölle werden entweder unmittelbar mit Inkrafttreten des Abkommens oder nach Übergangsfristen, die allerdings bis zwölf Jahre dauern können, abgebaut. Die Konzessionen sind mit der Agrarpolitik vereinbar und gefährden keine sensiblen Sektoren.

Für die meisten Industrieprodukte werden die Zölle abgebaut

Auch im Bereich Industrie wurden der Schweiz umfangreiche Konzessionen eingeräumt. Für praktisch alle Produkte der chemischen und pharmazeutischen Industrie werden die Zölle entweder unmittelbar mit Inkrafttreten des Abkommens oder mit Übergangsfristen abgebaut. Das Gleiche gilt mit wenigen Ausnahmen für Maschinen. Für Uhren werden sämtliche Zölle mit Übergangsfristen abgebaut.

Im Textilbereich, der für Indonesien ebenfalls von großer Bedeutung ist – unter anderem weil Aufträge zunehmend von China und Vietnam dorthin verlagert werden –, konnten sich die Vertragspartner auf keinen flächendeckenden Zollabbau verständigen. Für die Schweizer Hauptexportinteressen wurde aber zollfreier Marktzugang nach Zollabbaufristen vereinbart.

Schweizer Investoren können ein Unternehmen in Sektoren außerhalb des Dienstleistungsbereichs grundsätzlich zu den gleichen Bedingungen gründen oder übernehmen wie indonesische Investoren. Der für Schweizer Investoren besonders wichtige Fertigungssektor ist größtenteils offen für Investitionen, unterliegt aber einem Mindestkapital- und teilweise einem Partnerschaftserfordernis. Insgesamt

spiegelt die überarbeitete Liste der indonesischen Verpflichtungen die nationale Gesetzgebung wider und entspricht grösstenteils den Zugeständnissen, die Indonesien in anderen Abkommen gemacht hat, zum Beispiel gegenüber Japan.

Vereinbarungen im Bereich Palmöl

Importe innerhalb der Kontingente, die unter bestimmten Voraussetzungen (Präferenzen) gewährt werden, müssen die besonderen Bestimmungen des Freihandelsabkommens einhalten, wie sie im Artikel „Nachhaltiges Management des Pflanzenölssektors“ definiert werden. Präferenzielle Importe innerhalb dieser Kontingente müssen zudem in 22-Tonnen-Tanks erfolgen. Dadurch wird sichergestellt, dass die Herkunft des Palmöls zurückverfolgt werden kann. Das Abkommen sieht einen Schutzmechanismus vor, der es der Schweiz erlauben würde, angemessen auf Importe von indonesischem Palmöl zu reagieren, falls der Schweizer Ölsaatenmarkt dadurch unter Druck gerät. Des Weiteren haben die Vertragspartner eine spezifische Bestimmung zum nachhaltigen Management des Sektors Pflanzenöl getroffen. Die Länder verpflichten sich, Gesetze und Massnahmen zum Schutz von Primärwäldern, Torfböden und damit verbundenen Ökosystemen sowie zur Vermeidung von Brandrodungen und anderer Abholzung anzuwenden. Ziel ist, die Verschmutzung von Luft und Wasser zu verringern sowie die Rechte der lokalen Gemeinschaften, der Ureinwohner und der Beschäftigten zu achten. Die Vertragsparteien verpflichten sich darüber hinaus, die im Rahmen des CEPA gehandelten pflanzlichen Öle im Einklang mit diesen Zielen zu produzieren.



Simeon Probst

Tel.: +41 58 792-5351

simeon.probst@ch.pwc.com

The management styles in “Pirates of the Caribbean”

And what they tell us about China’s Belt and Road Initiative, Industry 4.0 and Silicon Valley dynamics.

by **Art Kleiner**

You wouldn’t think that a story about fictional pirates in the mid-1700s would have much to do with today’s global industrial infrastructure. But in fact, it reveals an interesting and useful framework for thinking ahead and making business decisions in the 21st century. The movie *Pirates of the Caribbean: The Curse of the Black Pearl* is, among other things, an incisive parable about management styles. And it has a lot to suggest about three big news events of 2017: China’s 19th National Congress of the Communist Party, the government coalition talks in Germany and the retrenchment at GE.

Those three events are all linked to vast new industrial infrastructure systems, connecting enterprises and governments together with transportation, logistics, energy sensors and artificial intelligence. The systems are just getting started, but already their sponsors are jockeying for position in a worldwide battle for platform dominance. The fight is not quite as fierce as the movie’s ongoing conflict between the British Navy and two pirate groups. But this three-way contest among today’s industrial frenemies could define the patterns of global governance for years to come.



The three main players are, of course, China, with its Belt and Road Initiative (BRI); Germany, with Industry 4.0; and the United States, with its industrial platform emerging, in fits and starts, from companies such as Amazon, Microsoft, Google, Oracle and GE. Each system, as it happens, has a different basic paradigm of governance. To use a framework developed by systems theorist David Kantor, one is “closed”, one is “open” and one is “random”. Once you understand this framework, you may never look at pirate movies – or the real world – the same way.

China’s Belt and Road Initiative

China’s Belt and Road Initiative will apparently be a closed system, in which legitimacy rests with authority: the people in charge. To visualise a closed system, think back to *The Curse of the Black Pearl*. The British Army, commanded by Governor Weatherby Swann (played by Jonathan Pryce), is a quintessential closed system: Everyone knows who the boss is, its marching in lockstep is beautiful to look at and it wins the battle at the movie’s end. The only problem is that when it needs to do something creative, such as saving the governor’s daughter (Keira Knightley) from drowning, it is too authority-bound to act.

Germany’s Industry 4.0

Germany’s Industry 4.0, with its ties to the European Union and the German government, is likely to be an open system: the rule of law and consensus governance are the sources of legitimacy. The pirate crew that Jack Sparrow (Johnny Depp) assembles to chase the Black Pearl is one such open system. Everyone has a voice (including a man whose tongue was cut out; his parrot speaks for him). Moreover, when Sparrow’s ex-girlfriend (Zoe Saldana) punches him in retribution for stealing her boat, he admits that he deserved it. No one, not even the captain, is above the law in an open system.

The system emerging from Silicon Valley is at least as powerful as the other two, but so random that it doesn’t have a name – at least not yet. For a while, it seemed as if a few companies such as GE, with its Predix industrial infrastructure of data analysis, would dominate the Silicon Valley system; instead, the American platform appears to be assembling itself in an ad hoc manner. Amazon is providing much of the cloud computing, with Microsoft delivering the rest; Oracle, Google and Adobe are involved as well; GE has downsized its ambitions a bit but is still in the game; and no single company has an exclusive edge. Legitimacy, in a system like this, accrues to whoever seizes the moment – in this case, by putting forth the most useful, accessible and audacious technological solutions.

It is never clear, at any historical turning point, how its nascent institutions will unfold

The analogue in *Pirates* is, of course, the monster crew of the Black Pearl, led by Captain Barbosa (Geoffrey Rush). They’re a group of creative artists, you might argue, held together by the fact that they have no choice but to hang together. The telling scene is the one in which Kiera Knightley’s character parleys with Rush’s captain. They make a deal: she surrenders a prized medallion and Barbosa agrees to stop attacking the British fort. But he abruptly hauls anchor and sets sail for the open seas, with her still on board. “Wait!” she cries. “You have to take me to shore,” citing the long-standing pirates’ code of honour.

Barbosa leers at her, his eyes smoking. “First,” he says, “your return to shore was not part of our negotiations nor our agreement so I must do nothing. And secondly, you must be a pirate for the pirate’s code to apply – and you’re not. And thirdly, the code

is more what you'd call 'guidelines' than actual rules. Welcome aboard the Black Pearl, Miss Turner!" That's the kind of onboarding you can expect from a random-minded boss.

The leaders of the three systems might not agree with this analogy to pirates, and I admit it is a bit fanciful. Perhaps I should say that the BRI will be organised like a symphony orchestra, with authority accruing to the conductor; Industry 4.0 like a chamber music ensemble, with the direction agreed by consensus; and the American industrial infrastructure like a jazz band, with the most compelling creative participant leading the group at any given moment. Each of these paradigms has attractions and dangers, especially at global scale.

The lines of conflict are already in place. Major investments have already been made in these three systems. China is making massive BRI deals with emerging economies along the Silk Road; Industry 4.0's leaders are already reshaping their energy portfolio, as economic theorist Jeremy Rifkin explained in his recent s+b interview; and Silicon Valley is already reclaiming its role as a centre of business-to-business infrastructure innovation. It's not clear yet how interoperable these three systems will be, or whether businesses will be forced to choose just one or two platforms to attach themselves to, or whether there may be other players emerging (for example, one from India). But it is never clear, at any historical turning point, how its nascent institutions will unfold. Welcome aboard the tripartite system of the future, Miss Turner; and let's keep our wits about us.

This paper was originally published on January 9th 2018 as blog post in *strategy+business*.



Art Kleiner is the editor-in-chief of *strategy+business*, the management magazine published by Strategy&. A graduate of UC Berkeley's Graduate School of Journalism, he teaches at New York University in its Interactive Telecommunications Program.



Art Kleiner

Tel: +1 914 316-3649
art.kleiner@pwc.com

Veröffentlichungen

Thomas Heck

Tel.: +49 69 9585-1265
thomas.heck@de.pwc.com

Roman Wollscheid

Tel.: +49 211 981-4901
roman.wollscheid@de.pwc.com



www.pwccn.com/en/deals/publications/ma-2018-review-and-2019-outlook.pdf



Fusionen und Übernahmen 2018 und 2019

Der Wert der chinesischen Übernahmen und Fusionen (Mergers and Acquisitions, M&A) blieb 2018 mit 678 Milliarden US-Dollar weitgehend unverändert. Die Rekordaktivitäten im Bereich Private Equity glichen dabei den Rückgang der Outbound-M&A-Aktivitäten um insgesamt 23 Prozent aus. Nach den Daten, die Thomson Reuters, China Venture, AVCJ und PE Data und PwC Analysis zusammengetragen haben, lagen die Transaktionswerte unter dem Höchststand von 2016, obwohl die Volumina in den letzten drei Jahren relativ konstant geblieben sind. Unterschieden werden drei Gruppen von Aktivitäten: Die Deals, die im Inland getätigt werden, werden als Domestic bezeichnet und betreffen in diesem Fall Festlandchina inklusive Hongkong und Macao. Ihnen gegenüber stehen Aktivitäten, die nach außen gerichtet sind (outbound) oder aus dem Ausland ins Land hinein (inbound). Chinas Outbound-M&A-Aktivitäten verringerten sich 2018 im dritten Jahr in Folge auf inzwischen weniger als die Hälfte. Für 2019 ist aufgrund anhaltender Unwägbarkeiten mit einer Stagnation oder einer leichten Abschwächung der M&A-Aktivitäten zu rechnen.

PwC M&A 2018 Review and 2019 Outlook

Herausgegeben von PwC
Februar 2019, 37 Seiten, in Englisch

Sicherung des Internets der Dinge: Tophema der Gesundheitsbranche

Über das Internet verbundene Geräte sind eine zentrale Stütze der medizinischen Versorgung. Sie beschleunigen den Datenaustausch und spielen eine wichtige Rolle bei der Versorgung der Patienten, der Verwaltung von Krankenakten und der Abrechnung erbrachter Leistungen. Gleichzeitig aber bietet jedes angeschlossene Gerät eine potenzielle Angriffsfläche für Cyberkriminelle. Die PwC-Handreichung empfiehlt nachdrücklich, solche Hacks als „nicht natürliche“ Katastrophen zu behandeln. Gesundheitseinrichtungen sind gut beraten, sich dieser Risiken bewusst zu werden und Strategien für den Umgang mit internetfähigen Geräten zu entwickeln.

Thomas Heck

Tel.: +49 69 9585-1265
thomas.heck@de.pwc.com

Christian König

Tel.: +86 21 2323-5252
christian.konig@cn.pwc.com



www.pwccn.com/en/industries/healthcare/publications/top-health-industry-issues-2019-issue-2-securing-the-internet-of-things.html



Top health industry issues 2019. Issue 2 – Securing the internet of things

Herausgegeben von PwC China
Februar 2019, 2 Seiten, in Englisch



Thomas Heck

Tel.: +49 69 9585-1265
thomas.heck@de.pwc.com

Christian König

Tel.: +86 21 2323-5252
christian.konig@cn.pwc.com



www.pwccn.com/en/retail-and-consumer/ccfa-review-of-china-retail-development-1997-2017.pdf

Entwicklung des Einzelhandels von 1997 bis 2017

Mit der makroökonomischen Entwicklung in den letzten zwei Jahrzehnten haben Chinas Einzelhandelsunternehmen alte Schwierigkeiten beseitigt, viele Innovationen eingeführt und auf diese Weise den Einzelhandel (Retail Industry) neu belebt. Da der Einzelhandel viele Geschäftsfelder umfasst, wurden für diese Studie vier große Segmente ausgewählt: Super- und Verbrauchermärkte sowie Kaufhäuser und Fachgeschäfte (Bekleidung und Haushaltsgeräte). Der Bericht analysiert und beschreibt die Situation in diesen Segmenten und zeigt damit die wichtigsten Entwicklungen und Trends im chinesischen Einzelhandel auf. Der Leser erhält einen umfassenden Überblick über die Herausforderungen und Chancen der Branche.

Building a solid foundation. Advancing with the times. An overview of the retail industry in China 1997 to 2017

Herausgegeben von PwC China in Zusammenarbeit mit der China Chain Store & Franchise Association
Februar 2019, 47 Seiten, in Englisch



Thomas Heck

Tel.: +49 69 9585-1265
thomas.heck@de.pwc.com

Christian König

Tel.: +86 21 2323-5252
christian.konig@cn.pwc.com



www.strategyand.pwc.com/de/studie/future-is-here

Automobilbranche vor digitaler Mobilitätsrevolution

Der jährliche *Strategy& Digital Auto Report* ist eine globale Studie mit Blick auf den amerikanischen, europäischen und chinesischen Automobilmarkt. Ein auf detaillierten Recherchen und Interviews mit Führungskräften basierender Markt-ausblick der Automobilbranche zeigt: Der Branche steht eine Mobilitätsrevolution bevor. Nach dieser Studie würde ein Großteil der europäischen und chinesischen Verbraucher in Betracht ziehen, ihr eigenes Fahrzeug aufzugeben, sobald kostengünstige autonome Fahrzeuge verfügbar sind.

The 2018 Strategy& Digital Auto Report – The future is here: winning carmakers balance metal and mobility

Herausgegeben von Strategy& China
Oktober 2018, 41 Seiten, in Englisch



Thomas Heck

Tel.: +49 69 9585-1265
thomas.heck@de.pwc.com

Christian König

Tel.: +86 21 2323-5252
christian.konig@cn.pwc.com



www.pwccn.com/en/research-and-insights/global-blockchain-survey-2018.html

Blockchain im Fokus

Blockchain ist ein hochaktuelles Thema und die meisten Unternehmen beschäftigen sich aktiv mit dieser Technologie. Kein Wunder, hat sie doch das Potenzial, viele Branchen tief greifend zu verändern. Das zeigt auch die aktuelle PwC-Studie, in der 84 Prozent der Befragten (600 Führungskräfte aus 15 Regionen) angeben, ihr Unternehmen habe zumindest in geringem Umfang mit dieser Technologie zu tun.

Die Studie erläutert, wie sich auf Grundlage von Blockchain-Technologie neue Applikationen und komplett neue industrielle Ökosysteme entwickeln lassen. Die Praxisfälle für Blockchain sind dabei sehr unterschiedlich. Einer der wichtigsten Anwendungsbereiche liegt im Finanz- und Versicherungssektor. 28 Prozent der Befragten sind der Auffassung, China werde in absehbarer Zukunft die führende Wirtschaftsmacht in diesem Bereich sein.

PwC's Global Blockchain Survey 2018

Herausgegeben von PwC Hongkong
Oktober 2018, 12 Seiten, in Englisch



Thomas Heck

Tel.: +49 69 9585-1265
thomas.heck@de.pwc.com

Christian König

Tel.: +86 21 2323-5252
christian.konig@cn.pwc.com



www.pwccn.com/en/issues/technology/emerging-technologies/is-china-ready-for-intelligent-automation.html

Automatisierung der Prozesse: Ist China bereit?

Eine PwC-Studie arbeitet heraus, dass robotergesteuerte Prozessautomatisierung (RPA) zu einem wichtigen Werkzeug für Unternehmen geworden ist, die ihre Dienstleistungen verbessern, die Effizienz ihrer Prozesse steigern und ihre Kosten senken möchten. Das Kernstück ist die Verwendung von Software zur Automatisierung sich wiederholender und auf Regeln basierender Aufgaben, die nur geringes technisches Know-how erfordern.

Die robotergesteuerte Prozessautomatisierung wird derzeit vor allem im Finanzwesen eingesetzt. Sie bietet darüber hinaus Einsatzmöglichkeiten in der IT-, Personal- und Rechtsabteilung, dort vor allem im Zusammenhang mit Compliance. Die größte Herausforderung ist, die richtigen Werkzeuge zum richtigen Preis zu finden.

Is China ready for intelligent automation?

Herausgegeben von PwC China
Oktober 2018, 4 Seiten, in Englisch



Thomas Heck

Tel.: +49 69 9585-1265
thomas.heck@de.pwc.com

Christian König

Tel.: +86 21 2323-5252
christian.konig@cn.pwc.com



www.pwccn.com/en/services/entrepreneurial-and-private-business/2018-family-business-survey.html

Familienunternehmen: Trends und Herausforderungen

Angesichts der Bedeutung von Familienunternehmen in China und Hongkong hat PwC im *Global Family Business Survey* unter anderem 108 chinesische Familienunternehmen befragen lassen. Ziel war, aktuelle Trends bei Familienunternehmen zu identifizieren in Bezug auf ihre Leistungsfähigkeit und den Grad der Vorbereitungen auf zukünftige Herausforderungen. Solche Unternehmen erleben gegenwärtig eine Zeit des Wandels, die von wirtschaftlichen, geopolitischen und generationenbezogenen Veränderungen geprägt ist. Die Studie dokumentiert, wie Familienunternehmen in China und Hongkong in dieser unvorhersehbaren Zeit agieren und sich momentanen Herausforderungen stellen. Der Titel der Studie ist Programm: „Werte und Ziele schaffen Wettbewerbsvorteile“.

Global Family Business Survey 2018 – China Report. Values and purpose create competitive advantage for family businesses

Herausgegeben von PwC China
November 2018, 40 Seiten, in Englisch



Thomas Heck

Tel.: +49 69 9585-1265
thomas.heck@de.pwc.com

Christian König

Tel.: +86 21 2323-5252
christian.konig@cn.pwc.com



www.pwc.com/gx/en/issues/data-and-analytics/artificial-intelligence/technologies-on-jobs-in-china.html

www.pwc.com/gx/en/services/people-organisation/publications/preparing-for-tomorrows-workforce-today.html

Künstliche Intelligenz: Chancen und Risiken

Zwei PwC-Studien beschreiben die arbeitsmarktpolitischen Auswirkungen der Nutzung von künstlicher Intelligenz in China und die Entwicklungen und Herausforderungen für den Arbeitsmarkt.

Eine Studie arbeitet heraus, dass Roboter, Drohnen und autonome Fahrzeuge in den nächsten zwei Jahrzehnten viele Arbeitsplätze in China verdrängen könnten. Andererseits bestünde aber auch die Chance, neue Arbeitsplätze zu schaffen.

Die andere Studie identifiziert wichtige Aspekte, die Unternehmen berücksichtigen sollten, wenn sie sich auf den Arbeitsplatz von morgen vorbereiten. Schwerpunkt der Studie war herauszufinden, wie sich Unternehmen auf die Zukunft vorbereiten und welchen Risiken sie dabei begegnen.

What will be the net impact of AI and related technologies on jobs in China?

Herausgegeben von PwC China
Dezember 2018, 28 Seiten, in Englisch

Preparing for tomorrow's workforce, today.

Herausgegeben von PwC
Dezember 2018, 36 Seiten, in English

Questions for Denise Lam

Senior Manager, Consulting, Oslo

Denise Lam is a Senior Manager in PwC's Consulting practice in Oslo, Norway. Fluent in Mandarin Chinese, Indonesian and Malaysian, Denise is PwC Norway's key contact in the European China Business Group. Denise holds law and business degrees from Australia and a Master's degree from Harvard University. She works closely with large Norwegian multinational and state-owned companies, many of which have a broad international business footprint. Denise is a specialist in merger and acquisition transactions involving Asia and other high-risk jurisdictions. She has extensive advisory experience on compliance with anti-corruption laws, sanctions regimes, ESG as well as economic crime and other ethics related topics.

1 *Which attitudes or abilities does a person need to feel at home in Oslo?*

The Norwegian business culture is very much based on Scandinavian work values. One of the main values is the focus on equality. As a result, one can expect informal communication, little hierarchy, and flat corporate structures. Norwegians are less impressed by titles and symbols of power than in many other countries. One also needs to learn to trust, as the level of trust in the Norwegian society is very high. This sense of trust applies to the authorities and citizens, employers and those employed, and, also between business partners.

3 *What can the world learn from Norway?*

The Nordic model has been long applauded in many ways, and to me personally, the most admirable qualities from the Norwegian society are not dissimilar to the values that many have heard of:

1. The appreciation for diversity and equality;
2. "Janteloven", a code of social behaviour emphasizing modesty, collectivity and social equality; and
3. "Gå på tur" which means to take a walk, also a simple reminder about the importance of not losing sight of mother nature and appreciating the simplest pleasures in life that most take for granted in a competitive work week.

2 *Which preconceived ideas should Germans lay aside when they arrive in Norway?*

When you think of Norway, you think of winter. Yes, it can get absolutely freezing in some parts. However, in central areas of Oslo, Stavanger and Bergen, it rarely gets any colder than many North American and Chinese cities. Weather aside, after acquainting with Norwegians, you will find them to be one of the warmest and most genuine individuals to befriend and work with.

4 *What do your clients/customers expect of you?*

Our clients do not only expect us to deliver consistently high quality, they also expect PwC to be agile innovators who are willing to go the extra mile to make a difference.

5 *What has surprised you most about cooperating with China and the Chinese?*

As a third generation Chinese from South East Asia, and also having worked in China, I am familiar with the Chinese way of business and lifestyle. The ethos of the Chinese culture and work ethic is that persistence and diligence pay off and contribute to a successful life. There is an ancient Chinese proverb, which translates to “nothing is impossible to a willing mind”. Persistence and tenacity are values that I frequently encounter when cooperating with Chinese business professionals, which is truly admirable. These values have brought the Chinese economy very far, and will continue to propel them in the future.

7 *How will relations between Norway and China develop in the next five years?*

Norway-China relations will continue to expand and strengthen. This positive and upwards trend was most recently hallmarked by a highly publicized state visit by Their Majesties King Harald and Queen Sonja of Norway to Dunhuang, Beijing and Shanghai, at the invitation of His Excellency President Xi Jinping in October 2018. The delegation comprised of over 300 representatives of Norwegian trade and industry, the largest Norwegian business delegation ever on a State Visit, including representatives from PwC’s customers.

8 *Which advantages does the European China Business Group offer – for you and for PwC’s customers?*

An invaluable way to be reminded about PwC’s strong potential and capabilities as a trusted advisor in your next China-Europe business endeavour.

9 *Why should people read “China Compass”?*

A great way to stay up to date about European China business, and how PwC can support and assist!

6 *How do you stay up to date on new developments in China?*

By attending regular member meetings and activities organized by the Norwegian Chinese Chamber of Commerce in Oslo. I also stay up to date by reading and digesting Chinese newspapers and media sources from China and South East Asia.



Denise Lam

Tel: +47 9526 0990

denise.lam@pwc.com

Ihre Ansprechpartner der China Business Group

China Business Group Deutschland



Leiter China Business Group Deutschland und Europa

WP Thomas Heck
Partner Assurance
Tel.: +49 69 9585-1265
thomas.heck@de.pwc.com



Leiter German Business Group

Christian König
Director Assurance
Tel.: +86 21 2323-5252
christian.konig@cn.pwc.com



Redaktionsleitung

Dr. Katja Banik
Tel.: +49 40 6378-1337
katja.banik@de.pwc.com

Weitere Ansprechpartner in Deutschland

WP Roman Wollscheid
Partner Advisory
Tel.: +49 211 981-4901
roman.wollscheid@de.pwc.com

StB Dr. Huili Wang
Partnerin Tax
Tel.: +49 89 5790-6214
huili.t.wang@de.pwc.com

Dr. Gerhard Nowak
Partner Strategy&
Tel.: +49 89 54525-530
gerhard.nowak@strategyand.de.pwc.com

RA Dr. Angelika Bartholomäi
Director Legal
Tel.: +49 621 40069-164
angelika.bartholomaei@de.pwc.com

Weitere Ansprechpartner in China

StB Alexander Prautzsch
Director Tax
Tel.: +86 21 2323-3375
alexander.prautzsch@cn.pwc.com

Asia Business Group Schweiz



Leiter Asia Business Group

Stefan Schmid
Partner Tax & Legal
Tel.: +41 58 792-4482
stefan.schmid@ch.pwc.com

Weitere Ansprechpartner in der Schweiz

Sascha Beer
Partner Corporate Finance/M&A
Tel.: +41 58 792-1539
sascha.beer@ch.pwc.com

Rolf Birrer
Partner Assurance
Tel.: +41 58 792-2432
rolf.birrer@ch.pwc.com

Daniela Honegger
Senior Manager Tax & Legal
Tel.: +41 58 792-1395
daniela.honegger@ch.pwc.com

Matthias F. Durrer
Assistant Manager Corporate Finance/M&A
Tel.: +41 58 792-1512
matthias.f.durrer@ch.pwc.com

Impressum

Herausgeber

PricewaterhouseCoopers GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft
Friedrich-Ebert-Anlage 35–37
60327 Frankfurt am Main
www.pwc.de

Redaktionsleitung

Dr. Katja Banik
Tel.: +49 40 6378-1337
katja.banik@de.pwc.com
www.pwc.de/china

Erscheinungsweise

3-mal jährlich, als Printausgabe und PDF.
Die nächste Ausgabe erscheint im August 2019.

Abonnement und Adressmanagement

Keya Erni
china.compass@ch.pwc.com

Lektorat und Korrektorat

Werkstatt für moderne Sprache
Frankfurt am Main

Gestaltung und Satz

Nina Irmer, Digitale Gestaltung & Medienproduktion
Frankfurt am Main

Druck

Xerox GmbH
Neuss



Die Beiträge dieser Publikation sind zur Information unserer Mandanten bestimmt.
Für die Lösung einschlägiger Probleme greifen Sie bitte auf die angegebenen Quellen
oder die Unterstützung unserer Büros zurück. Meinungsbeiträge geben die Auffassung
der einzelnen Autoren wieder.

© April 2019 PricewaterhouseCoopers GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft.
Alle Rechte vorbehalten.

„PwC“ bezeichnet in diesem Dokument die PricewaterhouseCoopers GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, die eine Mitgliedsgesellschaft der PricewaterhouseCoopers International Limited (PwCIL) ist. Jede der Mitgliedsgesellschaften der PwCIL ist eine rechtlich selbstständige Gesellschaft.

