

BÖRSENGANG

Erfolgreich nach China – und zurück

Die Marktforschungs- und Beratungsfirma **CBC** will sich im kommenden Mai an der Berner Börse listen lassen, um externes Wachstum finanzieren zu können. Das 1995 von Charles Merkle gegründete Unternehmen wächst zweistellig und berät Kunden wie McDonalds und Henkel.



KRISTINA REISS

Handelszeitung 26.02.2008

Lohnt es sich für mein Unternehmen, nach Indien zu gehen? Was für Hamburger mögen Chinesen? Wie findet man einen Sales-Manager in Hongkong? Dies sind Fragen, mit denen sich Charles Merkle und seine Mitarbeiter beschäftigen. Der Schweizer betreibt in China seit 13 Jahren die Marktforschungs- und Beratungsfirma **CBC**. Jetzt will er mit seiner Firma, die auch in Indien, Japan, Hongkong und der Schweiz vertreten ist, an die Berner Börse.

1995 gründete der 51-jährige Schweizer aus Tafers FR die Marktforschungs- und Beratungsfirma in Schanghai. Zuvor war er für ABB in Osteuropa tätig gewesen. «Dann zog es mich in ein Land, in dem ich mehr bewegen kann», so Merkle. Er kündigte und machte sich in China selbstständig. Heute beschäftigt die Firma weltweit 100 Angestellte und rund 1000 Teilzeitkräfte. Von den drei Geschäftsfeldern Marktforschung, Personalrekrutierung und Unternehmensberatung spielt die Marktforschung die wichtigste Rolle. Im Mai möchte Merkle nun in der Schweiz an die Berner Börse gehen. Seine Firma wäre damit das erste an einer Schweizer Börse kotierte Unternehmen, das seinen Hauptumsatz in China macht. «Wir möchten unsere Anteile vor allem für Akquisitionen verwenden», sagt er. Dass er sich einen Schweizer Handelsplatz ? und nicht einen chinesischen ? ausgesucht hat, kommt nicht von ungefähr. Sein Motto, zu dem er auch Vorträge hält, lautet nämlich: «Erfolgreich nach China gehen ? und wieder zurückkommen».

Namhaftes Kundenportfolio

Die Kunden von **CBC** stammen unter anderem aus China, den USA, Deutschland und der Schweiz, darunter McDonalds, Henkel oder Emmi. Im Auftrag der Kunden versucht das Unternehmen, Vorhersagen über Trends zu treffen und herauszufinden, wofür Konsumenten Geld ausgeben. Dies geschieht in Telefoninterviews, die von den weltweit 290 Callcenter-Plätzen geführt werden. Oder in Gruppendiskussionen ? sogenannten Focus Groups. So zeigte die Debatte von BMW-Fahrern in einem länderübergreifenden Vergleich, dass in China die Rücksitze von Automobilen grosszügiger gestaltet werden müssen als in Europa. Mehr Platz im Fussraum wurde gefordert sowie Bildschirme in den Nackenstützen. Der Grund: Wer sich in China ein Luxusauto kauft, hat oft einen Fahrer und sitzt deshalb hinten. Zunehmend weniger gefragt ist die Unternehmensberatung für Firmen, die sich in China ansiedeln wollen. «Für Neuankömmlinge ist es heute einfacher, sich zu orientieren», sagt Merkle. Schliesslich sind bereits genug Firmen vor Ort. Dies ist auch ein Grund, weshalb er vor einem Jahr ein Büro in Mumbai eröffnete. «In Indien sind wir heute dort, wo wir in China vor zehn Jahren waren: Massive Infrastrukturprobleme, keine verlässliche Durchsetzung der Gesetze für Ausländer und ein extremer Beratungsbedarf.» Für ein Schweizer Unternehmen untersuchte die Firma soeben die Chancen für einen Einstieg in die indische Milchwirtschaft. Merkle: «Wenn die Distributionswege geklärt sind, gibt es dort ein riesiges Potenzial.»

10 bis 20 Prozent Wachstum

CBC macht laut eigenen Aussagen 4 bis 5 Mio Fr. Umsatz pro Jahr und hat ein jährliches Wachstum von 10 bis

20%. «Genau kann man dies nie voraussagen», so Merkle. «Das ist ein Merkmal der chinesischen Wirtschaft. Deshalb muss man flexibel sein.» Dies ist ein Grund, weshalb das Unternehmen in drei Geschäftsfeldern tätig ist. Und weshalb Merkle 2005 ? zehn Jahre nach der Gründung der Firma in China ? Teile der Geschäftsaktivitäten in die Schweiz verlagerte. «Das Standbein in Europa macht uns stabiler.» Von Bern aus wird seither die Marktforschung für europäische Kunden betreut. Dies auch deshalb, weil die Lohnkosten für mehrsprachige Angestellte in China mittlerweile höher sind als in der Schweiz. In China kann **CBC** auf einheimische Unterstützung zählen. «**CBC** ist eine von drei Firmen in China, die wir Schweizer Kunden empfehlen, wenn sie in ihrer Landessprache beraten werden wollen», sagt Beat Bürgi, Leiter des Swiss Business Hub in Peking. «Es ist ein Vorteil, wenn man nicht auf Englisch verhandeln muss.»

Adresse des Original-Artikels: http://www.handelszeitung.ch/artikel/Unternehmen-Erfolgreich-nach-China-_und-zurueck__285596.html

[Fenster schliessen](#)