

Rede von
Philipp Birnstingl, Vorstand
der Sino-German United AG, München,
anlässlich
der Hauptversammlung am 18. August 2016 in München

- Es gilt das gesprochene Wort -

Auch wenn bedauerlicherweise nicht persönlich anwesend, vielen Dank Frau Pan für die Übergabe des Wortes an mich.

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,
sehr geehrte Damen und Herren,

ich freue mich sehr über Ihr Erscheinen und möchte Sie als neu bestelltes Mitglied des Vorstands zur zweiten Hauptversammlung 2016 der Sino-German United AG ebenfalls herzlichst begrüßen.

Bevor ich, wie von Frau Pan bereits angekündigt, auf die Geschäftsentwicklung der SGU AG seit der wirtschaftlichen Neugründung eingehe und zu einer kurzen Vorstellung meinerseits komme, liegt mir ein Punkt noch besonders am Herzen: Für das entgegengebrachte Vertrauen durch den Aufsichtsrat möchte ich mich an dieser Stelle offiziell noch einmal recht herzlich bedanken. Die

neue Herausforderung bei der SGU AG ist nicht nur die spannendste, sondern auch bisher bedeutsamste Aufgabe meiner Karriere und ich werde ihr mit vollstem Engagement begegnen.

Sie alle hier im Raum können sich sicher sein, dass wir im Vorstand in enger Zusammenarbeit mit dem Aufsichtsrat alles daran setzen werden, unsere Gesellschaft in eine langfristig prosperierende Unternehmung zu transformieren. Auf diese Zusammenarbeit – insbesondere mit meiner Vorstandskollegin und Vorstandsvorsitzenden Frau Pan – freue ich mich sehr.

Vorstellung

Liebe Aktionärinnen und Aktionäre,
lassen Sie mich Ihnen kurz vorstellen.

Mein Name ist Philipp Birnstingl und ich wurde 1983 in der schönen Hansestadt Lübeck geboren. Meine Verbundenheit und mein Interesse am Kultur- und Wirtschaftsraum China haben sich schon früh gezeigt. Nach meinem Abitur habe ich Lübeck den Rücken gekehrt und in München mein Studium der Sinologie, Volkswirtschaftslehre und Soziologie an der Ludwig-Maximilians-Universität absolviert, welches ich im Sommer 2012 erfolgreich abgeschlossen habe. Während meines Studiums habe ich zwei Semester an der Oceans University of China in Qingdao studiert. Mein Fokus lag hier auf dem Erlernen der Sprache und dem Verständnis der chinesischen Kultur. In China habe ich zunächst für eine internationale Marketing und Event Agentur aus Shanghai im Bereich Verkauf und Geschäftsentwicklung gearbeitet, bevor ich Ende 2014 als Projektmanager im Einkauf mit Fokus auf deutschen Produkten für ein Handelsunternehmen im Sino-German Ecopark tätig wurde. Dort habe ich bis zu meiner Berufung in den Vorstand Ende März dieses Jahres gearbeitet.

Internationale Handelsbeziehungen sind neben Kenntnissen der Branche und Wirtschaft insbesondere geprägt von einem: dem interkulturellen Verständnis beider Länder und Märkte. Ich fühle mich mittlerweile in beiderlei Kulturen gleichsam beheimatet. Durch mein Studium und beruflichen Werdegang in China konnte ich besonders viel Erfahrung auf der interkulturellen geschäftlichen Ebene zwischen Chinesen und Deutschen erlangen, was unserer Gesellschaft besonders zugutekommen sollte.

Operatives Geschäft seit wirtschaftlicher Neugründung

Ich möchte nun zu einem Punkt kommen, der für Sie von besonderem Interesse ist: dem operativen Geschäft.

Die Stärkung und der Ausbau unseres Exportgeschäftes mit deutschen Gütern in Richtung Volksrepublik China ist derzeit unser vorrangiges strategisches Ziel. Mit diesem Handelsgeschäft schaffen wir ein solides organisatorisches wie finanzielles Fundament für die Weiterentwicklung unserer Gesellschaft und lassen unser Netzwerk in die deutsche und chinesische Wirtschaftswelt weiter wachsen.

Die Volksrepublik China hat in den vergangenen drei Dekaden eine nicht zu vergleichende wirtschaftliche Entwicklung vollzogen. China ist inzwischen nicht nur das bevölkerungsreichste Land der Welt, sondern auch das mit der größten Kaufkraft. Uns bietet der chinesische Markt ein gigantisches Potenzial, denn der steigende Wohlstand in der Bevölkerung ermöglicht es immer mehr Menschen, sich aus dem Ausland importierte Waren leisten zu können. War vor wenigen Jahrzehnten noch vornehmlich der Preis ausschlaggebend für das Konsumverhalten der Bevölkerung, spielt heutzutage Qualität eine zentrale Rolle beim Kauf von Waren. Hierin begründet sich eine stetig ansteigende Nachfrage nach deutschen Qualitätsprodukten, auch und vor

allem nach „Bier nach deutschem Reinheitsgebot“. Das große Interesse an deutschem Bier lässt sich besonders auf die deutsche Bierkultur zurückführen, und hier speziell auf die bayerische. So ist zum Beispiel das Münchner Oktoberfest in China sehr bekannt, welches bereits seit dem Jahr 1991 im großen Stil in Qingdao nachgeahmt und zelebriert wird. Deutsche Biere vermitteln den Chinesen ein besonderes Lebensgefühl, denn die deutsche Biertradition ist eine lange mit Weltruf.

Daher lag unser Fokus bisher ausschließlich auf dem Export von Bier nach China. Es freut uns insbesondere, Ihnen berichten zu können, dass wir pünktlich zum 500. Jubiläum des deutschen Reinheitsgebots Handelsbeziehungen mit der renommierten Bitburger Braugruppe GmbH, dem Marktführer für Fassauschankbier in Deutschland, aufnehmen konnten. Die Braugruppe ist seit mehreren Jahren mit verschiedenen Marken auf dem chinesischen Markt vertreten und gewillt, gemeinsam mit uns langfristig die Haus- und Flagship-Marke Bitburger, dazu Wernesgrüner sowie die Weißbiermarke Benediktiner aus dem Ettal in China weiter zu etablieren und zu vermarkten. Mit diesen drei Marken decken wir nahezu sämtliche konventionellen Geschmacksrichtung, von Pils über Dunkelbier bis hin zum Weißbier und Münchener Hell ab.

Durch diesen Schulterschluss ist unser Handelsgeschäft bereits kurzfristig angelaufen. Wie bereits von Frau Pan erwähnt haben wir von April bis Juni durch den Bierexport insgesamt Umsatzerlöse im Wert von nahezu 400.000 EUR realisiert. Bis Ende Juli dieses Jahres hat sich die Zahl der Umsätze auf über eine halbe Million Euro erhöht. Frau Pan hatte es bereits erwähnt und auch ich halte aufgrund dieser Tatsachen unser im Januar angekündigtes Umsatzziel von 900.000 Euro für das Geschäftsjahr 2016 weiterhin für realistisch.

Lassen Sie mich an dieser Stelle die generierten Umsätze etwas detaillierter erläutern, damit Sie sehen können, in welchen Größenordnungen deutsches Bier durch uns nach China verschifft wird. Bis zum heutigen Tag haben wir mehr als 25 20' Container ein- und direkt weiterverkauft, was umgerechnet einem Hektoliter Volumen von über 5000 entspricht – also mehr als eine halbe Millionen Liter Bier.

Unser Geschäftsmodell für den Export von Bier sieht zurzeit vor, dass wir erst Ware von Bitburger beziehen, sobald wir eine offizielle Bestellung durch unsere Partner aus China erhalten. Dies hat insbesondere zwei Vorteile: Zum einen fallen keine Lagerkosten an. Zum anderen haben wir nachträglich keinen Druck, die Ware beispielsweise bei zu langer Lagerung unterpreisig verkaufen zu müssen.

Zukünftige Handelsgeschäfte

Für die Zukunft unserer Handelssparte sehen wir zurzeit zwei primäre Ziele:

1. Erstens, das Exportgeschäft von Bier weiterhin stetig auszubauen, da der chinesische Markt uns hier ein immenses Potenzial bietet. Gemessen am jährlichen Bierkonsum der Chinesen von 250.000.000 Hektoliter (2015, Euromonitor International,) kommen importierte deutsche Biere mit ca. 2,1 Mio Hektoliter (2.097.000 Hektoliter 2015 Verband der Ausfuhrbrauereien) gerade einmal auf einen Anteil von 0,84 Prozent. 2014 betrug die Bierausfuhren noch 1.521.000 Hektoliter was einem Zuwachs von 37 Prozent innerhalb

eines Jahres entspricht. Das sich der Anteil deutscher Biere bis dato auf unter ein Prozent beziffert liegt bei weitem nicht daran, dass die Nachfrage nicht vorhanden ist. Vielmehr fehlte bislang das flächendeckende und passende Angebot. Insbesondere die mittlerweile mehrere hundert Millionen Menschen umfassende Mittelschicht in China identifiziert sich mit importierten Produkten. Beim Handel mit Bier ist also Ausbaupotenzial vorhanden.

2. Das zweite Ziel ist die Akquise neuer deutscher Handelsprodukte beziehungsweise Handelspartner zur Diversifizierung unseres Exportportfolios. Um weitere aussichtsreiche Produkte aufnehmen zu können, analysieren wir permanent das Konsumverhalten der chinesischen Endverbraucher. Die Bedürfnisse unserer Zielgruppen stellen hierbei den Ansatzpunkt unserer Produktauswahl dar. In der zunehmenden Ausdifferenzierung der chinesischen Gesellschaft sehen wir eine große Chance für unser Unternehmen, mit einem vielfältigen Produktangebot aus der großen Masse der immer gleichen Güter herauszustechen. Durch unsere Verwurzelung in China und Deutschland haben wir dabei gegenüber vielen anderen Unternehmen einen Wissens- und Verständnissvorsprung, der es uns erlaubt, den Marktanalyseprozess schlank und zugleich äußerst effektiv zu gestalten.

Meine Damen und Herren, lassen Sie mich an dieser Stelle klar machen, dass gleichberechtigt neben der Markt- und Zielgruppenanalyse auch immer eine sehr nüchterne Rentabilitätsanalyse stattfindet. Wir exportieren nur solche Produkte nach China, von denen wir uns auch einen angemessenen Profit versprechen können. Der Vorstand wird in naher Zukunft diskutieren, welche Produkte hier adäquat erscheinen und sich im zweiten Schritt mit unseren Partnern zum Potenzial

der Produkte auf dem chinesischen Markt beraten. Wir sind optimistisch, Ihnen baldmöglichst Fortschritte und weitere Handelspartnerschaften diesbezüglich verkünden zu können.

Es freut uns außerdem, dass wir inzwischen zunehmend mehr Anfragen deutscher Produzenten und potenzieller Kooperationspartner erhalten, die uns ihre Produkte anbieten. So verlockend dabei manchmal auch die Aussicht auf ein schnelles und einfaches Geschäft sein mag, so strikt halten wir uns aber auch an unseren Prüfprozess. Wir sind offen für neue Ideen und beschäftigen uns deshalb mit jedem Vorschlag mit der gleichen Sorgfalt. Sind wir uns bei der Beurteilung der Marktchancen eines bestimmten Produkts nicht sicher, können wir auf ein breit aufgestelltes Netzwerk an Experten in China zurückgreifen, das uns mit Rat und Tat zur Seite steht. Wer mit einer interessanten Idee auf uns zukommt, kann sicher sein, dass wir ihm, ein auf unserem Wissenstand bezogenes, realistisches Feedback zur Akzeptanz der Produkte auf dem chinesischen Markt geben. Auch findet er in uns einen starken Partner, wenn wir gemeinsam zu der Überzeugung kommen, dass eine echte Erfolgchance für den Vertrieb in China gegeben ist.

Zukünftige Geschäftsfelder

Meine Damen und Herren, ich möchte jetzt auf die zukünftigen Geschäftsfelder eingehen.

Mittel- und langfristig werden wir nicht nur unser Handelsportfolio ausbauen, sondern planen zudem, weitere Geschäftsfelder zu erschließen. Großes Entwicklungspotenzial sehen wir in der Beratungsbranche, insbesondere im Hinblick auf chinesische Direktinvestitionen nach Deutschland.

2015 investierte China etwa 1,7 Milliarden Euro in deutsche Unternehmen. Vor allem der Mittelstand und die sogenannten "Hidden Champions" sind besonders interessant für chinesische Investoren. Dabei fehlt es vielen potenziellen Investoren aber an der Erfahrung mit dem deutschen Markt und viele Investments scheitern in der Folge nicht aufgrund von unseriösen Machenschaften, sondern weil der Investor feststellen muss, dass sein Investment letztlich nicht zu ihm passt. Dieser Umstand wird zudem noch gefördert durch die generelle Zurückhaltung deutscher Unternehmer, Einblicke in ihr operatives Geschäft und ihre Zahlen abseits der Pflichtveröffentlichungen zu geben. Durch unser wachsendes Netzwerk und vielfache Berührungspunkte mit spannenden Unternehmen aus dem deutschen Mittelstand können wir uns Kontakte erarbeiten, die für chinesische Investoren interessant sein können. Zugleich bauen wir durch unsere Referenzen aus dem Handelsgeschäft bereits Vertrauen bei den deutschen Unternehmern auf und können dadurch einfacher zu einer Einschätzung kommen, ob und inwieweit ein möglicher Investor zum jeweiligen Unternehmen passt.

Wir können dabei beide Seiten sachgerecht im Blick behalten und zielführend unterstützen. Dem chinesischen Investor wollen wir es einfacher machen, sich im deutschen Markt zu orientieren und sich hier rechtskonform zu bewegen. Unser Angebot an deutsche Unternehmen endet wiederum nicht bei der Vermittlung von Kapital, wie es bei vielen Investmentvermittlern der Fall ist. Sondern wir können darüber hinaus unsere Kontakte nach China, insbesondere auch zum deutsch-chinesischen Ökopark Qingdao dazu nutzen, um deutsche Unternehmen beim Markteintritt nach China zu begleiten. Und das unabhängig davon, ob sie ihren Standort dorthin verlegen wollen, eine Niederlassung oder einen Produktionsstandort eröffnen oder lediglich ihre Produkte in die Volksrepublik exportieren wollen.

Wir haben an dieser Stelle eine einmalige Gelegenheit, eine Brücke zu schlagen, um deutschen Unternehmen neue Entwicklungsmöglichkeiten zu eröffnen und zugleich chinesischen Investoren passgenaue Investitionen zu vermitteln.

In diesem Zusammenhang ist es für mich ein wichtiges Anliegen, ein Thema anzusprechen, welches gerade in den vergangenen Wochen sehr prominent in den deutschen Medien vertreten war: Intransparenz, Betrug und Verschleierung durch chinesische Unternehmen und Investoren.

Dieses Thema tangiert uns als deutsch-chinesische Unternehmung und doch versichere ich Ihnen, dass die Sino-German United AG ein grundsolides Unternehmen ist und sowohl Aufsichtsrat als auch Vorstand sich von unseriösen Geschäftsmodellen, hinter denen leere Versprechungen stehen, Betrügereien oder gar Bilanzfälschungen, ausdrücklich distanzieren. Dafür stehen wir mit unserem Wort und bitten Sie, Ihr Vertrauen als Aktionäre in uns zu bewahren.

Hierzu möchte ich Ihnen einige Aspekte nennen, die deutlich machen, was uns von eben diesen chinesischen Unternehmen unterscheidet, die auf so negative Weise in der Vergangenheit in der Presse für Schlagzeilen gesorgt haben.

- Zunächst einmal möchte ich rein faktisch festhalten, dass die Sino-German United AG ein deutsches Unternehmen ist und sich auch uneingeschränkt deutschen Kontrollmechanismen unterstellt. Um für höchstmögliche Transparenz zu sorgen und stets markt- und rechtskonform agieren zu können, legen wir besonderen Wert darauf, dass unsere Wirtschaftsprüfer und Steuerberater deutsche Unternehmen mit Sitz in Deutschland sind. Wir möchten uns deshalb auch ausdrücklich bei der Wirtschaftsprüfungs- und

Steuerberatungsgesellschaft Falk GmbH & Co. KG bedanken, deren Team am Standort Frankfurt am Main uns bereits seit den Vorbereitungen zur wirtschaftlichen Neugründung unserer Gesellschaft begleitet.

- Gleichermäßen ist es die Entstehungsgeschichte der "neuen" Sino-German United AG, die uns weiter von unseriösen chinesischen Investmentgesellschaften abgrenzt. Unsere Hauptaktionärin, die Sino-German Ecopark Handels- und Beratungs GmbH, war eine der entscheidenden Triebfedern bei der Wiederbelebung unserer Aktiengesellschaft. Sie ist dabei nicht eine beliebige Gesellschaft mit chinesischem Hintergrund, sondern entstammt dem Qingdao Sino-German Ecopark, einem Gemeinschaftsprojekt der deutschen und chinesischen Regierung. Als hundertprozentige Tochtergesellschaft der Sino-German United Group Co., Ltd., einem chinesischen Staatsunternehmen, ist sie zwar in deren Unternehmensverbund integriert. Aufgrund des Memorandum of Understanding zwischen der chinesischen und deutschen Regierung über die gemeinsame Unterstützung zur Errichtung eines Deutsch-Chinesischen Ökoparks in Qingdao ist sie dennoch kontinuierlich darum bemüht, deutsche Interessen in den Entscheidungsprozessen zu berücksichtigen. Die Verpflichtung, stets im Sinne beider Länder zu agieren wurde uns damit quasi in die Wiege gelegt.
- Meine sehr geehrten Damen und Herren, gerade im deutsch-chinesischen Geschäftsleben wird immer wieder deutlich, dass es nur das Vertrauen in andere Menschen sein kann, das Vorurteile ausräumt. Wir nehmen unseren Firmennamen Sino-German United sehr ernst und versuchen dies insbesondere auch in unserer personellen Besetzung widerzuspiegeln. Unser Aufsichtsratsvorsitzender, Herr Dr. Norbert Egger, hat sich schon seit seiner Zeit als erster Bürgermeister der Stadt Mannheim intensiv für den wirtschaftlichen wie kulturellen Austausch zwischen Deutschland und China stark gemacht. Seine beiden

Aufsichtsratskollegen Herr Dr. Wang und Herr Chen sind durch ihre Positionen im deutsch-chinesischen Ökopark Qingdao täglich mit deutschen Geschäftspartnern im Gespräch und sehen sich der deutsch-chinesischen Freundschaft genauso verpflichtet wie ich selbst. Und auch Frau Pan hat nicht nur in Deutschland studiert, sondern auch die ersten Stationen ihres Berufslebens hier in Deutschland verbracht. Wir alle arbeiten hart daran, das gegenseitige Vertrauen und die Wertschätzung zwischen Deutschen und Chinesen zum Fundament unserer Gesellschaft werden zu lassen. Mit unserer Erfahrung wollen wir dazu beitragen, Missverständnisse im deutsch-chinesischen Geschäftsleben, die sich aus kulturellen Unterschieden ergeben können, partnerschaftlich zu begegnen oder erst gar nicht entstehen zu lassen.

- Mit dem Stichwort "Missverständnisse" möchte ich auch auf einen weiteren wichtigen Punkt zu sprechen kommen, der uns von anderen Gesellschaften unterscheidet. Wir sind eine deutsche Aktiengesellschaft und selbstverständlich sprechen wir Deutsch. Wir wollen es Ihnen, liebe Aktionärinnen und Aktionäre, genauso wie unseren deutschen Geschäftspartnern so einfach wie möglich machen, mit uns ins Gespräch zu kommen. Dabei ist es uns auch wichtig, zu betonen, dass wir nie weiter als einen Anruf entfernt sind. Wir praktizieren eine Kultur des offenen Austauschs und wollen insbesondere Sie, als Aktionärinnen und Aktionäre unserer Gesellschaft, dazu ermuntern, mit uns in Kontakt zu treten, wann immer Sie Fragen oder Anregungen zur Sino-German United AG haben.
- Im Sinne dieses offenen Austauschs möchte ich an dieser Stelle auch auf unser Selbstverständnis und unseren Außenauftritt eingehen. Im Gegensatz zu anderen

Gesellschaften und Investoren sind wir nicht daran interessiert, uns künstlich zu inszenieren. Wir wissen um die Unterstützung, die wir von deutscher wie von chinesischer Seite erfahren und wir sind stolz darauf, dass wir verlässliche Partner haben, die uns so manch eine Tür öffnen können, die anderen verschlossen bleiben mag. Trotzdem stehe ich heute vor Ihnen, liebe Aktionärinnen und Aktionäre, und sage Ihnen, dass wir ein Start-up-Unternehmen sind. Alle Akteure der Sino-German United AG sind genauso wie unsere strategischen Partner, mit Leidenschaft bei unserer Sache und voller Ideen und Tatendrang. Zugleich wissen wir aber, dass nachhaltiger Erfolg nur schrittweise entstehen kann. So feilen wir täglich mit Bedacht an dem Gesamtkonzept unseres Unternehmens und hüten uns strikt davor, leere Versprechungen zu machen.

Abschluss

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

wir wissen mit welchen Anstrengungen es verbunden ist und auch weiterhin sein wird, ein neues Unternehmen von Null aufzubauen. Doch wir finden hier die besten Voraussetzungen vor, um gemeinsam mit allen Akteuren sowie unseren strategischen Partnern aus der Sino-German United AG langfristig ein nachhaltiges und gewinnbringendes Unternehmen zu gestalten und künftige Wachstumschancen wahrzunehmen. Ich möchte abschließend auch noch einmal betonen, dass Sie liebe Aktionärinnen und Aktionäre auch mit Ihrer Investition und dem uns entgegengebrachten

Vertrauen in die Gesellschaft, den Grundstein für eine ereignisreiche und – da bin ich mir sicher – erfolgreiche Zukunft gelegt haben.

Ich bedanke mich recht herzlich für Ihre Aufmerksamkeit.