

Peter Sjovall?



Peter Sjovall in Hongkong

Perfekt chinesisch

Wie ein Schwede aus Malmö die Geschicke von Chinas größtem Bambusproduzenten lenkt – und um deutsche Aktienanleger wirbt VON DANIELA MEYER

Der chinesische Fahrer war zu schnell gefahren, der Hund hatte auf der sandigen Piste gestanden. Es war wohl der Wachhund eines Bauern. Es knallte, als der Hund die Stoßstange traf, es rumpelte kurz, als er unter den Wagen gezogen wurde. Ein Jaulen, dann lag das Tier, das weiße Fell in Blut getränkt, hinterm Auto im Staub. Irgendwo auf der Strecke zwischen der südchinesischen Stadt Fuzhou und den Wuyi-Bergen war das, zwischen Reisfeldern und winzigen Lehmhütten.

Kein guter Start in den Tag, an dem Peter Sjovall einer bunten Truppe aus chinesischen Mitarbeitern, deutschen Wirtschaftsprüfern und Journalisten die Plantagen von Asian Bamboo, Chinas größtem Bambusproduzenten, zeigen wollte. Während die Chinesen im Auto völlig ungerührt blieben, brach unter den Deutschen Tumult aus. Dem Tier helfen, den Hund vom Leid erlösen. Es flossen Tränen. Der Fahrer dachte gar nicht daran anzuhalten. Die Chinesen, irritiert vom deutschen Gebaren, wiederholten immer wieder, es sei doch nur ein Hund.

Sjovall, Finanzchef von Asian Bamboo, machte aus der Not eine Lehrstunde in kulturellem Verständnis. Dem Fahrer erklärte er, dass er dem Hundebesitzer auf dem Rückweg eine Entschädigung zahlen müsse. Den Deutschen, die existenziellen Sorgen in der Provinz seien trotz Wirtschaftsboom immer noch groß, und ein Hund sei hier schlicht ein Sachwert. Und den Chinesen, dass Deutsche einen Hund als geliebtes Familienmitglied betrachteten. Alle waren erstaunt. Die Irritation verflog. Und plötzlich fand man sich gegenseitig wieder interessant.

Chinesische Studenten steckten ihn an mit ihrem Optimismus

20 Jahre lebt Sjovall nun schon in der Volksrepublik, pendelt zwischen Hongkong (Familie), Peking und Shanghai (Geschäftstermine) sowie Fuzhou (Büro). In dieser Zeit ist der Schwede zu einem geworden, den die Chinesen ein Ei nennen – außen weiß und innen gelb. Politisch korrekt ist das vielleicht nicht, aber es beschreibt ganz gut, wie er sich selbst oft fühlt: »Wenn ich mit Chinesen zusammen bin, mit ihnen diskutiere, denke ich nicht wie ein Schwede oder Europäer, dann bin ich ganz Chinesisch«, sagt er. Man glaubt ihm, denn Sjovall beherrscht Mandarin wie nur wenige Ausländer.

Bei einem Seminar in Bamberg hatte er erstmals chinesische Studenten kennengelernt. Diese versprühten Optimismus und die Lust, Neues zu entdecken. Er ließ sich anstecken von ihrer Aufbruchstimmung. »Ich war in meinem Leben noch nie weit gereist, aber plötzlich sicher: In China kann ich etwas erreichen, etwas erleben«, sagt Sjovall.

Sein Studium an der Stockholm School of Economics, einer renommierten Wirtschaftsuniversität, hatte er gerade abgeschlossen – und plötzlich keine Lust mehr, in seine beschauliche Heimatstadt Malmö zurückzukehren. Er wollte nicht mehr Banker werden, nur um es seinen Eltern – einem Buchhalter und einer Friseurin – recht zu machen. Er wollte nicht, wie seine Kommilitonen, über die schlechte Wirtschaftslage und die hohe Arbeitslosigkeit jammern. Er musste raus. Kurze Zeit später saß er im Flieger nach Hongkong.

Wenn der 43-jährige Vorzeigeskandinavier – groß, hellblond, blaue Augen – sich heute auf Chinesisch am Telefon meldet, wird er oft gefragt, aus welcher Provinz er stamme. Ein Jahr lang hat er dafür 14 Stunden täglich gebüffelt, an seiner Aussprache gefeilt, die komplizierten Schriftzeichen verinnerlicht. Das war 1993, ein Jahr nach seiner Ankunft in China.

Sjovall hatte sich vorgenommen, seine Karriere außerhalb eines internationalen Konzerns zu machen. Er suchte sich einen Job als Aushilfe in einer kleinen Unternehmensberatung. Ihn wurmte, dass Ausländer, die sich nicht fürs Land interessierten und ohne ihre einheimischen Assistenten hilflos waren, das dicke Geld machten.

Sjovall stieg vom Laufburschen zum Aktienhändler bei einer Investmentbank auf, wurde Berater bei der Kommunikationsagentur Brunswick Group und schließlich Finanzchef von Asian Bamboo. Was bewegte ihn, den gut bezahlten Job bei Brunswick zu kündigen, um bei einer damals noch unbekanntenen Bambuskultische einzusteigen?

Sjovall hatte den Firmengründer Lin Zuojun über einen befreundeten Investmentbanker kennengelernt, und ihm gefiel die klare Zukunftsvision des Chinesen, die Gradlinigkeit, mit der dieser seine Ziele verfolgte. Lin seinerseits sah in dem Schweden die perfekte Besetzung für die Rolle des Vermittlers. Einen, der Europa und Asien gleichermaßen versteht, mit einer Koreanerin verheiratet ist und neben Chinesisch und seiner Muttersprache fast akzentfrei Deutsch und Englisch spricht.

An die Börse

Im Sommer 2007 ging **Zhong De**, ein Entwickler für Müllheizkraftwerke, als erstes chinesisches Unternehmen an die **Deutsche Börse**. Es folgten der Bambusproduzent **Asian Bamboo** und der Mobilfunkspezialist **Vtion**. Mittlerweile sind im stark regulierten Börsensegment Prime Standard neun chinesische Firmen gelistet. Zuletzt kamen Aktien des Schuhherstellers **Ultrasonic** im Dezember 2011 an die Frankfurter Börse.

Weitere Börsengänge aus China werden erwartet. »Die Pipeline ist voll«, sagt **Alexander von Preysing**, bei der Deutschen Börse verantwortlich für die Akquise internationaler Unternehmen. Ein Listing hierzulande sei ein »enormer Imagegewinn« für eine chinesische Firma. Der Zugang zum Kapitalmarkt sei vergleichsweise einfach. »In China haben die großen Staatskonzerne Vorrtritt, das Listing eines kleinen Unternehmens kann dort mitunter Jahre dauern«, sagt von Preysing.

Durch den Skandal um **Sino Forest** hat sich das Umfeld für chinesische Unternehmen verschlechtert. Dem chinesischen Forstunternehmen, das an der kanadischen Börse gelistet war, wurde Mitte 2011 Bilanzbetrug vorgeworfen. Unter Generalverdacht geraten, brachen auch die Aktien anderer chinesischer Firmen ein.

Alle im **Prime Standard** der Frankfurter Börse (Foto unten) gelisteten chinesischen Aktien notieren derzeit unter ihren Ausgabepreisen. DM

Kurz vor Sjovalls Einstieg Ende 2007 war Asian Bamboo als zweites chinesisches Unternehmen nach dem Recyclingkonzern Zhong De an die Deutsche Börse gegangen und hatte seinen Hauptsitz von Fuzhou nach Hamburg verlegt.

In einem Umfeld, in dem chinesischen Firmen Argwohn entgegenschlug, brauchte Lin Sjovall als ein Vertrauen stiftendes Gesicht. Dass sie mit ihrem Konzept derart erfolgreich sein würden, hatten beide nicht erwartet. Lange Zeit bestand Sjovalls Job hauptsächlich darin, Rekorde zu vermelden. In den ersten vier Jahren nach dem Börsengang wuchs Asian Bamboos Konzernumsatz um jährlich durchschnittlich 60 Prozent – von 15 Millionen Euro auf knapp 90 Millionen Euro im Jahr 2011.

Die chinesische Ausgabe des *Forbes*-Magazins listete den Bambusproduzenten als eines der am schnellsten wachsenden chinesischen Unternehmen auf. Die Aktie kletterte auf ein Allzeithoch von 42,10 Euro – ein Anstieg um 154 Prozent. Analysten und Anleger feierten. Das Geschäftsmodell war originell, exotisch und doch leicht zu verstehen.

Asian Bamboo baut Moso-Bambus an, auf mittlerweile 54 511 Hektar, einer Fläche dreimal so groß wie Stockholm. Innerhalb von nur zwölf Wochen schneiden die Stämme 20 Meter in die Höhe, nach dem Abschlagen wachsen sie nach, nicht einmal gedüngt müssen sie werden. Damit ist Bambus ein günstiger Ersatz für die in China knappen Holzressourcen. Möbel, Fußböden und Papier werden daraus hergestellt. Nebenprodukt sind Bambussprossen, die auf heimischen Märkten und nach Japan verkauft werden. Seit Kurzem stellt der Konzern zudem Bambusfasern als Baumwollsubstitut für die Bekleidungsindustrie her.

Lin Zuojun, selbst Sohn eines Bauern, kennt die Landwirte, von denen Asian Bamboo Anbauflächen pachtet. Um ihre Lebensqualität zu verbessern, unterstützt er sie mit einem Entwicklungsfonds. Der Unternehmer sei ein einfacher Mann, der zu Geschäftsreisen stets nur eine Krawatte mitnehme, erzählt Sjovall. »Er sagt, dass er ja täglich andere Leute trifft und ohnehin niemand weiß, wie sein Schlips von gestern aussah.« Sehr unchinesisch sei das, andere würden sich mit Statussymbolen schmücken und Gleiches von Untergebenen erwarten. »Da dürfte ich kaum mit meinem alten Skoda mit dem Kindersitz für meine fünfjährige Tochter bei Geschäftsterminen vorfahren«, sagt Sjovall. Andere in Lins Position hätten zudem einen Verwandten eingestellt, auf jeden Fall einen Chinesen.

Sjovall ist seines Wissens der einzige westliche Finanzchef eines chinesischen Konzerns. »Die

meisten ausländischen Manager sind schlicht nicht lange genug im Land, um chinesische Unternehmen, ihre Strategie und Wirtschaftlichkeit einschätzen zu können«, sagt er, »sie sehen nur das Risiko, nicht die Chance.«

Dass es ein besonderes Risiko sein kann, in eine chinesische Firma zu investieren, hat sich einmal mehr Mitte 2011 gezeigt. Carson Block – ein umstrittener Spekulant aus Hongkong, der sein Geld mit Wetten auf fallende Kurse verdient – behauptete, der an der Börse Toronto gelistete Waldbetreiber Sino Forest habe die Größe seiner Anbauflächen gefälscht. Beweise dafür gibt es bis dato nicht. Doch Börsianer sind emotional, sie wandten sich auch von anderen chinesischen Unternehmen ab.

»Die Vorurteile gegenüber China sind nach wie vor gigantisch«

Auch die Aktie von Asian Bamboo, einst für 17 Euro ausgegeben, stürzte im Kurs, derzeit notiert sie bei 12 Euro. Es ärgert Sjovall, dass es so leicht ist, chinesische Firmen zu beschuldigen und über Jahre aufgebautes Vertrauen zu ruinieren. »Die Vorurteile gegenüber China sind nach wie vor gigantisch«, sagt er. Seit Sjovall den Anlegern zu Beginn des Jahres erklären musste, dass der Umsatz des Unternehmens im Jahresvergleich zwar um 18 Prozent gestiegen ist, die Gewinnziele aufgrund einer Neubewertung der biologischen Vermögenswerte aber verfehlt wurden, bleibt ihm nichts, als Krisenmanagement zu betreiben. Er organisiert Roadshows durch Europa, schreibt den Geschäftsbericht lieber gleich selbst, nimmt sich Zeit für stundenlange Telefonate mit Anlegern und springt als Pressesprecher ein. Entmutigen lässt er sich nicht.

Gerade wegen der Spannung, der schnellen Erfolge und unerwarteten Rückschläge, die er in China erlebt, ist ein Leben im behäbigen Europa für ihn unvorstellbar geworden. »Ich bin nicht verblendet, nicht verliebt in China«, sagt Sjovall, »ich sehe die Probleme und weiß, dass sich das Land politisch und wirtschaftlich weiter öffnen muss.« Aber seine Tochter zu einer dieser satten Westlerinnen heranwachsen zu sehen, die aus Angst vor Veränderung lieber in einer Situation verharren, die sie hassen – nein, das wolle er auf keinen Fall. Das Beste aus beiden Kulturen soll das Mädchen mitbekommen: die moralischen Vorstellungen der Europäer, ein paar westliche Prinzipien. Und die Dynamik und Anpassungsfähigkeit der Chinesen, die in der Lage seien, sich ständig neu zu erfinden.