

## Online verkaufen in Hongkong (Sonderverwaltungsregion der Volksrepublik China)

### Länderprofil der Sonderverwaltungsregion Hongkong

#### „Ein Land, zwei Systeme“

Seit der Rückgabe durch Großbritannien am 1. Juli 1997 gehört Hongkong zur Volksrepublik China. Mit der Wiedereingliederung wurde eine 50-jährige Übergangszeit vereinbart, in der Hongkong nach dem Prinzip **„Ein Land, zwei Systeme“** neben der freien Marktwirtschaft über ein hohes Maß an Autonomie verfügt und den Status einer Sonderverwaltungsregion erhält. Dank dieses Status als Sonderverwaltungsregion wird lediglich die Außen- und Sicherheitspolitik durch die politische Führung in Peking vorgegeben. Im Bereich der Wirtschaft, des Außenhandels, der Finanzen und Kultur ist Hongkong weitgehend selbstständig, was sich durch eine eigene Währung, dem *Hong Kong Dollar* (HKD), sowie der Mitgliedschaft in mehreren internationalen Organisationen und dem *Basic Law* als Verfassung widerspiegelt. Das *Basic Law* räumt Hongkong umfangreiche exekutive, legislative und judikative Unabhängigkeit ein.

#### Regierungsform

Die Sonderverwaltungsregion wird durch Chief-Executive (Regierungschefin) Carrie Lam Cheng Yuet-ngor vertreten. Staatsoberhaupt ist seit März 2013 der Staatspräsident der Volksrepublik China, Xi Jinping. Die Regierung Hongkongs besteht aus drei Ministerien, die die Bereiche Verwaltung, Finanzen und Justiz abdecken. Zusätzlich gibt es mehrere Fachministerien. Der Regierungschef hat den Vorsitz über den Exekutivrat, welcher eine beratende Funktion innehält und aus Ministern sowie ernannten Mitgliedern besteht. Der Legislativrat ist das Gesetzgebungsorgan mit einem Vetorecht für erlassene Verordnungen des Regierungschefs.

#### Wirtschaftsstruktur

Das BIP Hongkongs betrug 2017 USD 341,4 Mrd. und wuchs im Vergleich zum Vorjahr um 3,8 Prozent. Noch schneller entwickelte sich das BIP pro Kopf. 2017 betrug es in Hongkong USD 46.200, 6 Prozent mehr als im Vorjahr und USD 2.742 weniger als in der Bundesrepublik.

**Tabelle 1: Wirtschaftliche Eckdaten Hongkong**

Indikator	2015	2016	2017	Vergleichsdaten Deutschland 2017
BIP (nominal, in Mrd. USD)	307.5	319.3	341.4	4.047
BIP pro Kopf (in USD)	42.200	43.500	46.200	48.942
BIP Veränderung (real, in Prozent)	2,4	2,1	3,8	2,2
Bevölkerung (in Mio.)	7,29	7,34	7,39	82,7

**Quelle:** HKTDC (2018), [Economic and Trade Information on Hongkong](#), eingesehen am 27.06.2018, Statistisches Bundesamt (2018), [Inlandsproduktberechnung](#), eingesehen am 27.06.2018.

Hongkong gilt wegen seiner unternehmensfreundlichen Rahmenbedingungen auch als „freiester Wirtschaft der Welt“. Durch die Abwesenheit nennenswerter Hindernisse für die Geschäftstätigkeit ist es einfach, ein Unternehmen zu gründen. Die Sonderverwaltungsregion zieht weltweit ausländische Unternehmen an, die von Hongkong aus ihr Geschäft im asiatisch-pazifischen Raum führen.

Vier Säulen tragen entscheidend zum Wirtschaftswachstum Hongkongs bei: Logistik, Handel, Finanzdienstleistungen und Tourismus. Diese haben einen Anteil von mehr als der Hälfte am BIP. Den größten Anteil hatte 2015 der Sektor „Logistik und Handel“: Er allein trug 27,1 Prozent zum BIP bei. Hongkong gehört als Hafenmetropole am Ende des Perlflossdeltas zu einer der wichtigsten Handelsdrehscheiben im asiatisch-pazifischen Raum, daher ist das Wachstum der Sonderverwaltungszone sehr von den Entwicklungen des Außenhandels abhängig.

**Tabelle 2: Bedeutung der Wirtschaftssektoren am BIP (in %)**

Sektoren	Anteil am BIP 2006	Anteil am BIP 2016
Die 4 Säulen insgesamt	57,8	56,6
Logistik und Handel	27,1	21,6
Finanzdienstleistungen	16,7	17,7
Tourismus	3,2	4,7
Sonstige Geschäftsdienstleistungen	10,8	12,5

**Quelle:** Census and Statistics Department (2018), [The Four Key Industries and Other Selected Industries in the Hong Kong Economy](#), eingesehen am 27.06.2018.

## **Außenhandel**

Wichtigster Handelspartner ist die Volksrepublik China. Über die Hälfte des Außenhandels Hongkongs wird mit dem Festland durchgeführt. 2017 gingen 39,7 Prozent der Exporte und 54,4 Prozent der Re-Exporte nach China und 46,6 Prozent der Importe kamen aus der Volksrepublik.

Im Jahr 2003 haben die Regierungen in Hongkong und Peking das *Closer Economic Partnership Agreement* (CEPA) vereinbart. Hauptziel war der stufenweise Abbau von Zöllen im gegenseitigen Warenverkehr. Dank des Abkommens können Produkte, die die Ursprungsregeln erfüllen, zollfrei in die Volksrepublik eingeführt werden. Zudem bietet das Abkommen niedrige *Joint Venture*-Anforderungen und für den Baubereich vereinfachte Lizenzierungsvorschriften. Das Abkommen gilt für natürliche Personen und Gesellschaften, die mehr als drei Jahre in Hongkong tätig sind und dort substantielle Geschäfte betrieben haben. Bis zum 31. Mai 2018 wurden insgesamt 161.237 Ursprungszertifikate vergeben, davon hauptsächlich im Bereich Lebensmittel (47.502), Plastikwaren (35.782) sowie Textilien und Kleidung (28.235). Zudem wurden bis zum 31. Mai 2018 insgesamt 3,217 Lizenzen für Dienstleistungserbringer ausgegeben, vor allem im Bereich Transport und Logistik.

Die aktuelle CEPA-Fassung sowie Einzelheiten und Erläuterungen können auf der *Trade and Industry Department*-Internetseite eingesehen werden: <https://www.tid.gov.hk/english/cepa/index.html>.

Neben der Volksrepublik China gehörten die USA, Taiwan, Japan, Singapur und Korea zu den wichtigsten Handelspartnern.

### **Deutsche Wirtschaftsbeziehungen zu Hongkong**

Deutschland ist europaweit Hongkongs wichtigster Handelspartner. Mit einem Außenhandelsvolumen von 16,24 Mrd. USD lag Deutschland 2017 auf Platz 11 der wichtigsten Handelspartner Hongkongs weltweit. Die deutschen Exporte nach Hongkong beliefen sich im Jahr 2017 auf 6,85 Mrd. USD. Die Bundesrepublik liegt hiermit auf Platz 13 der wichtigsten Importländer Hongkongs. Deutschland exportierte 2017 hauptsächlich Edelmetalle (19 Prozent), Schmuck (15,6 Prozent), sowie Halbleiter und Elektronenröhren (7 Prozent) nach Hongkong.

**Tabelle 4: Wichtigste Handelspartner Hongkongs (2017)**

Ranking	Gesamter Handel			Importe		
	Land/Territorium	Handelswert (in HKD Mio.)	Prozentualer Anteil	Land/Territorium	Handelswert (in HKD Mio.)	Prozentualer Anteil
1	Festlandchina	4,135,974	50.2	Festlandchina	2,030,145	46.6
2	USA	543,935	6.6	Taiwan	329,678	7.6
3	Taiwan	419,050	5.1	Singapur	288,107	6.6
4	Japan	381,868	4.6	Japan	253,394	5.8
5	Singapur	349,130	4.2	Korea	252,056	5.8
6	Korea	308,728	3.7	USA	213,737	4.9
7	Indien	266,047	3.2	Malaysia	114,877	2.6
8	Thailand	143,777	1.7	Indien	107,412	2.5
9	Malaysia	143,539	1.7	Thailand	89,641	2.1
10	Vietnam	141,277	1.7	Philippinen	76,275	1.8
11	Deutschland	127,858	1.6	Vietnam	61,645	1.4
12	Philippinen	104,730	1.3	Schweiz	56,466	1.3
13	Großbritannien	99,063	1.2	Deutschland	53,946	1.2
14	Frankreich	86,637	1.1	Großbritannien	50,371	1.2
15	UAE	84,809	1.0	Frankreich	49,733	1.1

**Quelle:** Trade Relations (2018), [Hong Kong's principal Trading partners in 2017](#), eingesehen am 27.06.2018.

Bislang gilt zwischen Hongkong und Deutschland lediglich ein Sonderabkommen für Schifffahrtsunternehmen. Die Verhandlungen eines Doppelbesteuerungsabkommens, wie es zwischen Deutschland und der Volksrepublik China besteht, laufen.

InvestHK ist die Beratungsagentur für Investitionsförderungsaktivitäten in Hongkong. Hauptziel ist die Unterstützung in- und ausländischer Unternehmen beim Geschäftsausbau und bei Expansionsvorhaben. Laut InvestHK gab es Mitte 2017 über 220 deutsche Firmen mit Hauptsitz oder Regionalbüro in Hongkong und über 680 aktive deutsche Firmen. Darunter fielen Unternehmen im Bankwesen, Transportwesen, in der Automobil- und Schwermaschinenindustrie, Biomedizintechnik und im Einzelhandel.

## **E-Commerce Markt Hongkong**

E-Commerce nimmt im Raum Greater China als Absatzweg eine steigende Bedeutung ein. Die Umsätze in Hongkong selbst sind nicht riesig, zu gut ausgebaut ist die Infrastruktur und niemand wohnt weit von einem Einkaufszentrum entfernt. Die Marktgröße für E-Commerce wird auf USD 3,71 Mrd. geschätzt. Die durchschnittlichen Ausgaben pro Online Nutzer belaufen sich auf USD 535 und sollen sich bis 2021 auf geschätzte USD 1020 steigern. (Stand Herbst 2017).

Die meisten Onlinekäufen werden getätigt für:

- Buchung von Flugtickets
- Hotelreservierung
- Bekleidung
- Autoversicherung
- Buchung von Kinokarten
- Unterhaltungselektronik
- Lebensmittel
- Haushaltsgeräte

Drei Gründe sprechen für eine Online-Präsenz: zunächst stellen Internetseiten ein wichtiges Informationsmedium für potenzielle Kunden dar, daher kann im Konsumgütersektor eigentlich keine Marke ohne einen Webauftritt bestehen. Der Webauftritt sollte zumindest englischsprachig, am besten aber auf Chinesisch gestaltet sein. In Hongkong werden allerdings anders als auf dem chinesischen Festland die traditionellen Langzeichen bevorzugt.

Zweitens sind Onlineshops für Nischenprodukte ein Absatzweg, um an diese vergleichsweise kleine Zielgruppe zu kommen. So werden bestimmte Gesundheitsprodukte, Bio-, beziehungsweise naturbelassene Lebensmittel und Babyprodukte von Onlineshops vertrieben.

Hongkong ist ein optimaler Standort um nach China, dem weltweit größten E-Commerce Markt, zu exportieren. 2017 wurden auf dem chinesischen online Markt USD 494,2 Mrd. umgesetzt. Internationale Premiumprodukte sind besonders gefragt. Unternehmen mit Sitz in Hongkong können über ihre eigene Website oder E-Commerce Plattformen direkt mit chinesischen Konsumenten handeln. Im „Ease of Doing Business“ Ranking der Weltbank belegt Hongkong den fünften Platz, China den 78. Platz.

Seitens der Volksrepublik begrüßt die chinesische Regierung E-Commerce Importe und möchte grenzübergreifenden online Handel fördern. Im Vergleich zu herkömmlichen Importen gelten für E-Commerce Importe nach China lockerere gesetzliche Vorschriften und niedrigere Zölle.

Hongkong führt am Umschlag gemessen den größten Luftfracht-Umschlagplatz der Welt und den fünft-größten Seefrachthafen. Alle großen Logistikfirmen sind vor Ort, z.B. unterhält DHL eine Asienzentrale für Luftfracht. Chinesische E-

Commerce Plattformen arbeiten eng mit Logistikfirmen zusammen. Der Online-Händler JD kooperiert z.B. mit Cosco Logistics und DHL. Deutsche Unternehmen können diese bestehenden Netzwerke mit kurzen Lieferzeiten nutzen um ihre Produkte an chinesische Empfänger zu schicken, vorausgesetzt, dass sie ihre Waren auf den Plattformen der chinesischen Online-Händler verkaufen. Auch die digitale Infrastruktur ist in Hong Kong wettbewerbsstark. Ansässige E-Commerce und IT Unternehmen profitieren von den hohen Internetgeschwindigkeiten.

Als etablierter internationaler Finanz- und Dienstleistungsstandort bietet Hong Kong weitere Vorzüge. So verfügt Hongkong über ein einfaches Steuersystem mit im internationalen Vergleich niedrigeren Steuern. Auch bietet Hongkong einen sicheren und verlässlichen Rechtsrahmen. Das Rechtssystem beruht auf englischem Common Law, welches durch eine kompetente Justiz umgesetzt wird. Die Regierung in Hongkong ist nach der Übergabe an China um größtmögliche Transparenz bemüht, insbesondere was ihre autonome Stellung gegenüber der Zentralregierung in Peking und die eigenständige Legislative und Judikate betrifft. Aus diesem Grund existiert eine umfangreiche Datenbank des „Department of Justice“, in der nicht nur alle in Hongkong einschlägigen Gesetze, sondern auch die aktuelle Rechtsprechung in Chinesisch und Englisch abgerufen werden kann ([www.legislation.gov.hk](http://www.legislation.gov.hk)).

### **Landestypisches Online-Konsumentenverhalten**

Innerhalb des E-Commerce Bereichs wächst der online Handel über mobile Endgeräte (M-Commerce) deutlich schneller als der online Handel über Desktop PCs. Im M-Commerce Markt gibt es ein großes Wachstumspotential da *Digital Wallets* wie z.B. Android Pay, Apple Pay oder WeChat Pay mobile Einkäufe erleichtern und beschleunigen. Gruppen-Kauf Plattformen wie HOKOBUY by Groupon oder Deals Hong Kong sind beliebte Shopping Seiten, vor allem bei jungen Menschen. Während 51% der Hongkonger mit einer Hochschulausbildung online kaufen, sind nur 1% der lediglichgrundschulausgebildeten Einwohner online Konsumenten. Etwa 35% der 35 bis 44-jährigen, aber nur 4% der Einwohner über 55 beteiligen sich am E-Commerce Markt. Vier von fünf Hongkonger benutzen das Internet um bestimmte Warengruppen online zu recherchieren oder sind anderweitig online tätig. Nahezu 90% der Bevölkerung benutzen ihr Smartphone für Online Recherche und über 40% der Nutzer kaufen Waren oder Dienstleistungen über ein Smartphone ein.

*Food delivery Apps* wie Deliveroo, Food Panda, UberEATS und OpenRice erfreuen sich seit einigen Jahren steigender Beliebtheit. Euromonitor International schätzte den Markt in 2016 für online Lieferservice in Hongkong auf USD 54,2 Mio.

## ***E-Marktplätze und Verkaufskanäle***

### **Individuelle Website/renommierte Plattform**

Für kleine und mittelständische Unternehmen bietet sich ein Auftritt auf renommierten Plattformen an. Diese haben bereits eine große Reichweite und genießen das Vertrauen der Nutzer. Der Auftritt sollte auf English, besser noch in Chinesisch (falls vom Betreiber angeboten) erstellt sein. Da Hongkong ein Zollfreier Hafen ist, ist der Import von Waren recht unkompliziert. Somit sind insbesondere Plattformen mit internationalem Lieferservice zu betrachten.

Alternativ gibt es Agenturen die Webshops erstellen und zeitgleich das Marketing für diese übernehmen.

Noch umfassendere Dienstleistungen werden von lokalen Anbietern durch sogenannte „Omni-Channel-Services“ angeboten. Dabei haben sich Firmen auf Festland chinesische E-Commerce Plattformen wie TMall und JD spezialisiert und unterstützen ausländische Unternehmen eine Präsenz aufzubauen. Die Angebotsbreite deckt beinahe die gesamte Spanne der Wertschöpfungskette ab. Darunter fallen Bestandsmanagement, Auftragsbearbeitung, Lagerhaltung, Online-Shop Integration sowie Lieferung und die Abwicklung von Reklamationen. Für deutsche Unternehmen bieten diese Gesamtlösungen ein gutes Preis/Leistungsverhältnis, um effizient das E-Commerce Geschäft in Hongkong und der Volksrepublik zu betreiben.

### **Suchmaschinen**

Die Suchmaschinen Google (84% Marktanteil) und Yahoo (13%) dominieren den Hongkonger Markt.

### **Marketing**

Eine gut gestaltete, regelmäßig aktualisierte Website mit qualitativ hochwertigen Inhalten ist eine der besten Markenbildungsinvestitionen, die Online-Händler machen können. Eine solche Website erhört den und vermittelt den Besuchern ein Gefühl des Vertrauens, indem sie ihnen ständig aktuelle Informationen über Bereiche bietet, für die sie sich interessieren. Da Konsumenten zunehmend bezahlte Anzeigen abweisen wird verstärkt auf Inhalte in Online-Foren, Social Media und Mund-zu-Mund Propaganda aus dem Freundeskreis Wert gelegt.

### **Soziale Medien**

Während das Klopfen an Türen, Telemarketing und andere persönliche Interaktionen im Marketing-Mix wichtig bleiben, ist Social Media Marketing mittlerweile eine Mainstream-Methode der Lead-Generierung geworden, welches die Einkaufsentscheidungen ungemein beeinflusst.



Die wichtigsten Plattformen für Social Media Marketing in Hongkong sind Facebook und Instagram, gefolgt von YouTube, LinkedIn, Twitter und Pinterest. Social Media Marketing auf WeChat wird insbesondere für *cross-border* E-Commerce empfohlen da fast ausschließlich auf Chinesisch.

## Bezahlung

Kreditkarten sind in Hongkong weit verbreitet. 2015 gab es 3.1 Kreditkarten pro Einwohner. Der Hong Kong Stock Exchange prognostiziert, dass bis 2020 die durchschnittliche Anzahl von Kreditkarten pro Person auf 3.8 ansteigen wird. Neben den in Europa üblichen Kreditkartenfirmen (Mastercard, Visa und American Express) spielt China Union Pay eine dominante Rolle. Daher ist beim Erstellen eines Web Shops auf die Kompatibilität des Websitezahlungssystems mit China Union Pay zu achten.

Für in-App Käufe werden oft *Digital Wallets* wie ApplePay oder SamsungPay verwendet. Neu in Hongkong ist AlipayHK, die erste Version des in China populären Alipay Apps die nicht-Renminbi Transaktionen erlaubt.

Knapp ein Viertel der konventionellen Käufer geben an, dass eine höhere Vielfalt an Zahlungsmethoden sie zum online Kauf bewegen würde. Weshalb immer mehr Online Händler vermehrt Versand per Nachnahme (*cash on delivery*) anbieten. Dies scheint auf den ersten Blick widersprüchlich, nicht jedoch, wenn man weiß, dass ein Großteil der Hongkonger nach wie vor Bargeld als ihr bevorzugtes Zahlungsmittel einsetzen.

## Landestypische Zahlungsdienstleister

Die in Hongkong kaum wegzudenkende *Octopus Card*, die hauptsächlich als bargeldloses Zahlungsmittel im ÖPNV verwendet wird, kann darüber hinaus in 24 Stunden *convenience stores* wie 7/11 und Circle-K, in Fastfood Restaurants, Coffee Shops und Supermärkten zur Zahlung eingesetzt werden. Die *Octopus Card* hat eine Marktdurchdringung von 95%. Zusammen mit Alibaba wurde ein Octopus Card Zahlungssystem über Android Geräte für die beliebten Alibaba Plattformen Taobao und Tmall entwickelt.

Die Octopus Card kann entweder mit Bargeld am Automaten oder im 7/11 aufgeladen werden, oder elektronisch über die eigene Kreditkarte. Derneueste Service von Octopus heißt O! und bietet *Octopus Card* Besitzern über die Octopus App, elektronische Zahlungen inkl. *peer-to-peer payment* vorzunehmen.

## Aufbau der Internetseite mit Landesdomain / Onlineshop

In Hong Kong werden, im Gegensatz zu China, die traditionellen chinesischen Langzeichen verwendet. Der gesprochene Dialekt ist Kantonesisch.

Die Landesdomain für einen Onlineshop kann durch die HKIRC (<https://www.hkirc.hk>) erstellt werden. Die Domain „(www.muster).com.hk“ ist



eine Top Level Domain und kann somit nur von in Hong Kong registrierten Firmen genutzt werden. Die Domain „(www.muster).hk“ allerdings kann von Firmen mit Sitz außerhalb von Hong Kong verwendet werden.

## ***Versand / Retouren /Kundenbeschwerden***

### **Versandadresse**

Da in Hongkong keine Postleitzahlen existieren, ist eine Adresse wie folgt aufgebaut:

Mr. CHAN Kwok-kwong	Empfänger
Flat 25, 12/F	Stockwerk und Apartment
Acacia Building	Gebäude
150 Kenneth Road	Hausnummer und Straße
Wan Chai	Distrikt
Hong Kong	Ort
Hong Kong	HONG KONG

### **Retouren**

Warenrückversand wird von vielen führenden Onlinehändlern bequem über Minimärkte angeboten, da diese in der Regel 24 Stunden Öffnungszeiten haben. Für Kunden ist dies oftmals eine bequeme alternative da die Poststellen mit Bürozeiten kollidieren und macht nicht auf die Abholung durch einen Kurierservice warten muss.

### **Kundenbeschwerden**

Der gesetzliche Online-Verbraucherschutz ist in Hongkong gering ausgeprägt. Bei Beschwerden in englischer Sprache kann die Rückmeldung einige Stunden bis Tage dauern. Oftmals ist nicht ausreichend englischsprachiges Personal vorhanden (außer bei Banken, Versicherungen und öffentlichen Einrichtungen).

Ein professioneller Kundenservice und ein kulant es Rückgabeverfahren kann das eigene Unternehmen von Wettbewerbern abgrenzen und sich positiv auf das langfristige Kaufverhalten der Kunden auswirken. Kundenservice sollte in zwei Sprachen angeboten werden – Chinesisch und Englisch.

## **Rechtliche Aspekte**

### **Vertragsrecht – Allgemeines**

Das allgemeine Vertragsrecht Hongkongs ist mit traditionellem englischem Recht weitestgehend identisch. Abgesehen von einzelnen Gesetzen beziehungsweise „Ordinances“ ist das Vertragsrecht nicht kodifiziert. Dementsprechend sind der Wille der Vertragsparteien und insbesondere der Vertragstext die bestimmende Rechts- und Auslegungsgrundlage und sollten sorgfältig verfasst sein.

Der Vertragsschluss setzt Angebot und Annahme voraus. Anders als im deutschen Recht müssen wirksame Verträge zu gegenseitigen Verpflichtungen führen. Einseitig verpflichtende Verträge müssen in eine gesiegelte Urkunde aufgenommen werden. Die Verpflichtungen müssen nicht zwingend im Verhältnis zueinanderstehen. Allerdings reicht eine in der Vergangenheit begründete Verpflichtung nicht aus.

### **UN-Kaufrecht**

Hongkong ist nicht Mitgliedstaat des UN-Kaufrechtsübereinkommens. Auch führt die Mitgliedschaft Chinas am CISG nicht zu einer mittelbaren Anwendbarkeit des Kaufrechtsübereinkommens auf Hongkong. Durch vertragliche Vereinbarungen können die Parteien UN-Kaufrecht jedoch jederzeit für anwendbar erklären.

### **Kaufvertrag**

Rechtsgrundlage des Kaufrechts Hongkongs ist die *Sale of Goods Ordinance* in Verbindung mit den allgemeinen Prinzipien des Vertragsrechts. Die Ordinance findet Anwendung auf bestehende wie auf zukünftige Sachen, die im Eigentum oder zumindest im Besitz des Verkäufers stehen. Die Regelung gilt für Kaufleute und Nichtkaufleute. Von der *Sale of Goods Ordinance* werden sowohl Kaufverträge, als auch Werklieferungsverträge (Lieferung und Herstellung einer neuen Sache) erfasst. Für Werkverträge gilt die *Sale of Goods Ordinance* nicht, es ist vielmehr allgemeines Vertragsrecht anwendbar.

Die Form des Vertrages ist in *Section 5* der *Sale of Goods Ordinance* (SGO) geregelt. Danach kann der Vertrag entweder schriftlich (mit oder ohne Siegel), mündlich oder teils schriftlich und teils mündlich abgeschlossen werden. Bei Waren, die einen Marktwert von mindestens 100 HK\$ haben, ist ein schriftlicher Nachweis der Vereinbarung erforderlich, es sei denn, der Käufer hat zumindest einen Teil der Ware angenommen beziehungsweise bezahlt.

Voraussetzung für die Rechtswirksamkeit des Vertrages ist die verbindliche Zusage des Verkäufers, dem Käufer das Eigentum an der Ware zu verschaffen, sowie die Verpflichtung des Käufers zu einer finanziellen Gegenleistung (*financial consideration*), was in der Regel die Zahlung des Kaufpreises bedeutet.

Der Eigentumswechsel tritt im Unterschied zum deutschen Recht zu dem Zeitpunkt ein, auf den sich die Parteien schuldrechtlich geeinigt haben (Section 19 SGO). Wurde keine besondere Absprache über den Eigentumswechsel getroffen, tritt der Eigentumswechsel mit Abschluss des schuldrechtlichen Vertrages ein. Voraussetzung ist jedoch, dass die Ware bestimmt („ascertained“) ist. Bei Gattungsschulden (d.h. einer Vielzahl, nur nach ihrer Gattung, aber im Einzelnen noch unbestimmten Ware), muss, bevor das Eigentum übergehen kann, eine Konkretisierung erfolgen.

Bei der Vertragsgestaltung sollte auf eine sorgfältige Formulierung geachtet werden, da das englische beziehungsweise Hongkonger Vertragsrecht sich bei Auslegungsfragen genau an den vereinbarten Vertragstext hält. Dies gilt umso mehr, als Vertragshilfen wie der im deutschen Recht geltende Grundsatz von Treu und Glauben im englischen Recht nicht ohne Weiteres Anwendungen findet.

## **Gewährleistung**

Rechtsgrundlage der kaufrechtlichen Gewährleistung ist die auf englischem Recht beruhende *Sale of Goods Ordinance*:

Dem Käufer stehen folgende Rechtsbehelfe zur Verfügung:

- bei Nichtlieferung: Schadenersatz;
- bei Verletzung einer Hauptleistungspflicht: („Breach of Condition“): wahlweise Wandlung, Minderung oder Schadenersatz;
- bei Verletzung einer Nebenleistungspflicht („Breach of Warranty“): wahlweise Minderung oder Schadenersatz.

Der Verkäufer hingegen kann bei Nichtzahlung folgende Rechtsbehelfe geltend machen:

- Zurückbehaltungsrecht an den verkauften Waren, die sich noch in seinem Besitz oder die sich auf dem Transportweg befinden;
- Klage auf Kaufpreiszahlung,
- Schadenersatz.

Die Verjährung unterliegt den Bestimmungen der *Limitation Ordinance*. Die Verjährung vertraglicher Ansprüche orientiert sich grundsätzlich an der Art des Vertragsschlusses, d.h. an der Frage, ob ein einfacher Vertrag („simple contract“) oder ein Vertrag unter Siegel („under seal“) abgeschlossen wurde. Während bei einfachen Verträgen mit einem Vertragswert von mehr als 100 HK\$ eine sechsjährige Verjährungsfrist greift, gilt bei Verträgen unter Siegel eine zwölfjährige Verjährungsfrist.

## **Produzentenhaftung**

Ein einheitliches Produkthaftungsgesetz existiert nicht. Die Haftung des Herstellers und Verkäufers für Schäden, die durch fehlerhafte Produkte hervorgerufen wurden, bestimmt sich nach allgemeinem Vertrags- und Deliktsrecht. Verbraucherschutz wird unter der Führung des *Consumer Council*, des staatlichen Verbraucherschutzzrates, durch eine Vielzahl von Einzelgesetzen aus den Bereichen Verbrauchervertrag, Verbrauchersicherheit, Verbraucherkredit, Gesundheit und Handelspraktiken durchgesetzt. Wichtig sind insbesondere die „Control of Exemption Clauses Ordinance“, welche unter anderem die Vereinbarung von Haftungsausschlüssen reglementiert, sowie die „Consumer Goods Safety Ordinance“, welche den Rechtsrahmen für Produktsicherheit schafft.

Branchenspezifische Informationen zum Verbraucherschutzrecht finden Sie auf der Webseite des [Consumer Council Hong Kong](#)

## **Rücktrittsrecht**

Anders als in der Europäischen Union gibt es in Hong Kong kein Rücktrittsrecht bei Fernabsatzverträgen. Nur wenn die Produkte fehlerhaft, verwechselt, falsch beschrieben, oder zu spät geliefert worden sind müssen Unternehmen Geld erstatten. Um die Erstattung geltend zu machen, darf der Käufer die Ware nicht annehmen. Die Ware gilt als angenommen, wenn:

1. der Käufer dem Verkäufer mitteilt, dass er die Ware angenommen hat.
2. die Ware an den Käufer geliefert worden ist und der Käufer in einer Weise mit der Ware umgeht, die nicht mit dem Eigentum des Verkäufers der Ware vereinbar ist. (z.B der Käufer gibt an Eigentümer der Ware zu sein und verkauft diese weiter)
3. der Käufer dem Verkäufer nach angemessener Zeit nicht mitteilt, dass die Ware abgelehnt worden ist. (Der Zeitraum in dem der Käufer eine angemessene Gelegenheit hatte die Ware zu überprüfen gilt als angemessen.)

## **Eigentumsvorbehalt**

Eigentumsvorbehalt-Vereinbarungen werden in Hongkong anerkannt. Praktische Schwierigkeiten kann es geben, wenn die Waren vor Eingang der Zahlung weiterverarbeitet oder verkauft werden. Genaueres zum Eigentumsvorbehalt ist in der „Sale of Goods Ordinance (Cap 26)“ zu finden. Für kompliziertere Eigentumsvorbehalt-Vereinbarungen ist auch die „Companies Ordinance (Cap. 622)“ relevant.

## **Steuerrecht**

Das Steuerrecht Hongkongs ist einfach und die Steuern niedrig. Die Körperschaftssteuer beträgt 16,5%. Hongkong folgt dem Prinzip der Territorialbesteuerung, d.h. die Besteuerung gewerblicher Einkünfte richtet sich nicht danach, ob das Unternehmen, welches Einkünfte in Hongkong erzielt, auch

dort ansässig ist. Vielmehr unterliegen alle Einkünfte, die in Hongkong erzielt werden, unabhängig von der Ansässigkeit oder Nationalität des Unternehmens, dem Steuerrecht Hongkongs. Dividenden und Veräußerungsgewinne unterliegen keiner Besteuerung. Eine Umsatz- oder Mehrwertsteuer existiert nicht.

### **Devisenrecht/Zahlungsverkehr**

Mit Ausnahme eines Anti-Geldwäschegesetzes und Devisenkontrollen im Rahmen der Terrorismusbekämpfung existieren keine Devisenbeschränkungen. Die Repatriierung von Gewinnen, Zinsen und Dividenden ist ohne Einschränkungen erlaubt und durchführbar. Der Hongkong-Dollar ist frei konvertierbar und fest an den US Dollar gekoppelt. Der Wechselkurs beträgt 7.8 HKD zu 1 USD.

### **Rechtsverfolgung**

Das Rechts-, Gerichts- und Schiedsgerichtssystem Hongkongs zählt zu dem mit Abstand besten und verlässlichsten Asiens. Der Status als Sonderverwaltungsregion hat hieran nichts geändert.

Der Gerichtsaufbau in Hongkong ist im Grundsatz dreistufig: Gerichte der Eingangsinstanz in Zivilsachen sind das Small Claim Tribunal (Streitwert bis zu HKD 50.000), der District Court (Streitwert bis zu HKD 1 Mio.) sowie der Court of First Instance of the High Court. Berufungsinstanz ist der Court of Appeal of the High Court, Revisionsinstanz und höchstes Gericht der Court of Final Appeal. Einen Anwaltszwang gibt es nicht, bei Verfahren vor dem Small Claims Tribunal ist eine anwaltliche Vertretung sogar untersagt. Allerdings kann bei der Vorbereitung von bestimmten Dokumenten, insbesondere im Bereich des Grundstücksrechts, die Hinzuziehung eines Anwalts oder Notars erforderlich sein.

Die Vollstreckung deutscher Gerichtsurteile unterliegt der Foreign Judgements (Reciprocal Enforcement) Ordinance ist bei Vorliegen der entsprechenden Voraussetzungen (rechtskräftiges Urteil auf Zahlung einer Geldsumme, Vollstreckbarkeit etc.) möglich.

Gerichtsentscheidungen von Gerichten Hongkongs oder der VR China in Bezug auf Geldleistungen sind in Hongkong und der VR China seit dem 01.08.2008 wechselseitig vollstreckbar. Das Arrangement wurde in Hongkong durch die *Mainland Judgment (Reciprocal Enforcement) Ordinance* vom 23.04.2008, in China durch einen Auslegungserlass („Judicial Interpretation“) des Obersten Volksgerichtshofes vom 04.07.2008 umgesetzt.

### **Schiedsgerichtsbarkeit**

Das Schiedsrecht findet seine Rechtsgrundlage in der in 2011 reformierten Arbitration Ordinance. Die Schiedsrechtsreform modernisierte und internationalisierte Hongkongs Schiedswesen und führte dazu, dass sich Hongkong weiter als bevorzugter Ausrichtungsort internationaler Schiedsverfahren etablieren konnte. Nicht nur der Gesetzgeber, auch die staatliche Gerichtsbarkeit unterstützt und fördert die Durchführung von Schiedsverfahren. Die Ordinance

richtet sich an den UNCITRAL-Schiedsstandards aus und unterwirft internationale wie inländische Schiedsverfahren den gleichen Verfahrensregeln.

Mit dem Hongkong International Arbitration Center (HKIAC) verfügt Hongkong über eine international angesehene und bewährte Schiedsinstitution. Die Schiedsgerichtsbarkeit Hongkongs ist aufgrund der räumlichen und kulturellen Nähe zu China von wesentlicher Bedeutung beim Geschäftsverkehr auch mit chinesischen Partnern. Deutsche Geschäftspartner schätzen die Professionalität, Qualität und Neutralität des HKIAC. Die festlandchinesische Schiedsinstitution ist die China International Economic and Trade Arbitration Commission (CIETAC).

### **Impressumspflicht**

Sitzt der Verfasser einer Website in Deutschland, gilt für die Website die deutsche Impressumspflicht. Dies gilt unabhängig von der Domain die verwendet wird. In Hong Kong gibt es keine Impressumspflicht.

### **Meldepflichten**

Das Census and Statistics Department führt regelmäßige Erhebungen zu Handelstransaktionen und Warenverkehr in und aus Hongkong durch. Firmen die angeschrieben werden, müssen an den Umfragen teilnehmen.

### **Einfuhr**

Der Import von Waren nach Hong Kong ist generell zollfrei. Ausnahmen gibt es für Fahrzeuge die für den Hongkonger Markt bestimmt sind, für die eine Registrierungssteuer fällig wird. Auch alkoholische Getränke, Tabak, Erdöl und Methanol sind zollpflichtig. Weiter Auskünfte und Informationen zu Zollabfertigung in Hong Kong erhalten Sie [hier](#).

### **Produktzulassung**

Nähere Informationen zu Produktzulassung erhalten Sie auf den Webseiten des [Customs and Excise Department Hong Kong](#) sowie auf den Seiten des [Consumer Council Hong Kong](#)

Bei Fragen rund um das Thema E-Commerce sowie Markteintrittsmöglichkeiten in Hong Kong und *Greater Bay Area* kontaktieren Sie gerne unser Business Service Team:

## **German Industry and Commerce Ltd. / AHK Hong Kong**

Kristina Ernst  
Senior Manager, Business Development

Tel.: +852 2532 1290  
E-Mail: [ernst.kristina@hongkongk.ahk.de](mailto:ernst.kristina@hongkongk.ahk.de)

Raymond Chung  
Manager, Business Services

Tel.: +852 2532 1224  
E-Mail: [chung.raymond@hongkong.ahk.de](mailto:chung.raymond@hongkong.ahk.de)