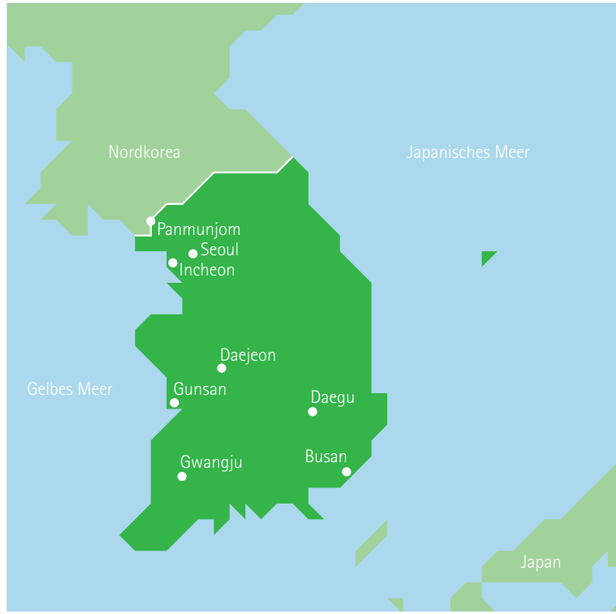
Länderbericht Südkorea – Im Tigerstaat geht es «rund»

von Andreas Burgmayer



Man kann dieses Südkorea durchaus mit der Bundesrepublik Deutschland vergleichen. Beide Länder hatten einen ähnlichen Start. Deutschland lag nach dem Zweiten Weltkrieg am Boden, die Städte waren zerbombt, die Wirtschaft ohne Leistungsfähigkeit. Korea war Ende der 60er Jahre ein vom Krieg geschundenes, zerrissenes und armes Land, etwa auf dem Niveau afrikanischer Entwicklungsländer. Sowohl Deutschland als auch Südkorea erlebten einen rasanten wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Aufstieg. Doch bei den Gründen für den Aufstieg ist es vorbei mit den Gemeinsamkeiten.

Die Deutschen erlebten ein von Ludwig Ehrhards Konzept der sozialen Marktwirtschaft ausgelöstes Wirtschaftswunder. Der Vater des südkoreanischen Wirtschaftswunders war Präsident Park Chung-Hee. Und er machte alles anders als Ludwig Erhard. Er vergab Staatskredite an Unternehmen. Die Aufbruchstimmung im Land wurde diktiert, nicht entfacht. Der Präsident bestimmte, in welche Branchen zu investieren war. Und er befahl die Exportoffensive des Landes. Es war der Anfang des Aufstiegs der Chaebols. Was übersetzt ganz harmlos «Familiengeschäft» heißt, ist das atemberaubend erfolgreiche Prinzip der koreanischen Mischkonzerne, die heute den Weltmarkt in vielen Bereichen beherrschen.

Die Struktur der Chaebols sorgt für wirtschaftliche Dynamik

Sie kamen von ganz unten. Hyundai war in den 60er Jahren nicht mehr als eine kleine Bau-Klitsche mit ein paar Dutzend Arbeitern. Samsung machte als kleines Unternehmen in Zucker und Textilien. Heute beschäftigen Samsung und Hyundai zusammen über 500 000 Mitarbeiter, sind hoch diversifizierte Mischkonzerne und erwirtschaften zusammen mit den anderen Chaebols wie LG, SK, GS oder Lotte 40 Prozent des Sozialprodukts des Landes. Weil die gigantischen Konzerne so erfolgreich sind, kam das Land schneller als jedes andere OECD-Land aus der Rezession. Die Wachstumsraten werden in diesem Jahr zwischen 4 und 5 Prozent liegen.

Busan ist die zweitgrößte Stadt Koreas, der größte Hafen im Land und der fünftgrößte der Welt. Die ausgeprägte Außenwirtschaftsorientierung Südkoreas ergibt sich nicht nur aus der Begrenztheit seiner natürlichen Ressourcen, sondern auch durch die Halbinsellage mit Hunderten von bewohnten Inseln sowie bevölkerungsreichen und wirtschaftlich expandierenden Anrainerstaaten.

Panmunjom ist ein besonderer Ort. Hier wurde nach dem drei Jahre dauernden Koreakrieg 1953 der Waffenstillstandsvertrag unterschrieben und immer wieder haben hier Verhandlungen zwischen Nord- und Südkorea stattgefunden. Panmunjom liegt in der demilitarisierten Zone, welche die koreanische Halbinsel seit 1953 in Nord- und Südkorea aufteilt. Diese 248 Kilometer lange und ungefähr 4 Kilometer breite «Pufferzone» läuft quer über die gesamte Halbinsel, wobei sie nördlich Seouls den 38. Breitengrad schneidet, der bis zum Kriegsausbruch die Grenze zwischen beiden Staaten bildete. Bis heute sind für die Neutral Nations Supervisory Commission (NNSC) ständig je fünf schweizerische und schwedische Soldaten in Panmunjom stationiert, um den Waffenstillstand zu überwachen – denn ein Friedensvertrag wurde bis dato nicht unterzeichnet.

Der südkoreanische Werkzeug- und Formenbau-Sektor profitiert von der Dynamik, die von den großen Chaebols vorgegeben wird. In gleichem Maße, wie der Automobilbau, die Herstellung von Unterhaltungselektronik und die IT-Branche in den letzten Jahren in Südkorea sprunghaft expandierten, wuchs auch die Branche der Werkzeug- und Formenbauer. Die Südkoreaner haben weltweit einen hervorragenden Ruf. Keiner macht einen besseren Preis, keiner kann schneller bei gleichwertiger Qualität produzieren. Die internationale Nachfrage nach koreanischen Produkten im Werkzeug- und Formenbau steigt beständig. Der Produktionswert des Werkzeug- und Formenbaus des asiatischen Tigerstaates lag 2010 bei über 6,68 Milliarden Dollar, der weltweite Marktanteil bei 6,1 Prozent an der Produktion mit einem Volumen von 109,5 Milliarden Dollar.

Die Koreaner exportieren hauptsächlich nach Japan, in die USA, nach Europa und China. Selbst die weltweite Rezession konnte den koreanischen Werkzeug- und Formenbauern nichts anhaben: Seit 2001 legt die Branche kontinuierliche Wachstumsraten von durchschnittlich über 9 Prozent hin und ist ein Zugpferd der koreanischen Wirtschaft geworden. Früher galten die Koreaner lediglich als Kopierer und wurden von der Konkurrenz im Ausland deswegen gefürchtet. Heute ist die Branche kreativ, zahlreiche koreanische Werkzeug- und Formenbauer verfolgen solide Wachstumsstrategien und investieren in hochmoderne Bearbeitungsmaschinen.

Ein deutscher Unternehmer, der die koreanische Konkurrenz gut kennt, ist Günter Hofmann. Er ist Geschäftsführer des gleichnamigen Werkzeugbaus im fränkischen Lichtenfels mit Standorten in Dresden, Pilsen und Barcelona. Hofmann Werkzeugbau ist Spezialist für komplexe Spritzgussformen und hat dafür Kunden in der Automobil-, Haushaltsgeräte-, Luftfahrt- und Elektronikindustrie. Für den koreanischen Riesen Samsung fertigt Hofmann Werkzeuge. «Die haben wir für Samsungs neue Linie an Fernsehgeräten entwickelt, deren Hüllen glasklar überflutet werden. Es gab mehrere Bewerber für den Auftrag. Wir haben uns durchgesetzt», sagt Günter Hofmann. Bis er allerdings mit Samsung ins Geschäft kam, besuchten mehrere Delegationen der Koreaner das Werk in Lichtenfels.

Andere Länder, andere Strukturen, andere Prozesse

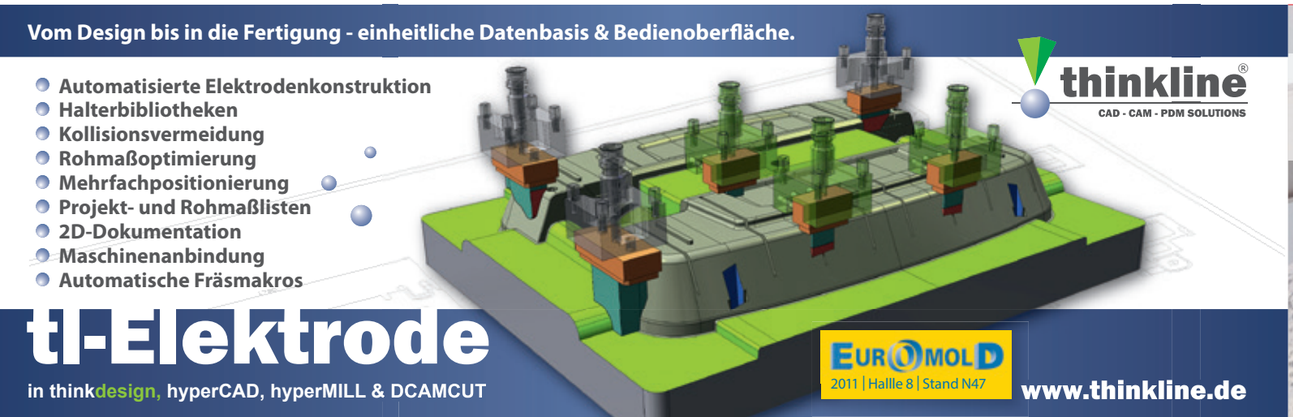
Neben den komplexen Werkzeugen liefert Hofmanns Firma auch Cusing-Maschinen an die Koreaner. «Mittlerweile haben die Koreaner selbst hervorragende Werkzeugmacher in ihrem Land. Entsprechend ist der Markt dort für deutsche Unternehmen wenig interessant, außer es dreht sich um ganz neue Technologien», sagt Hofmann.

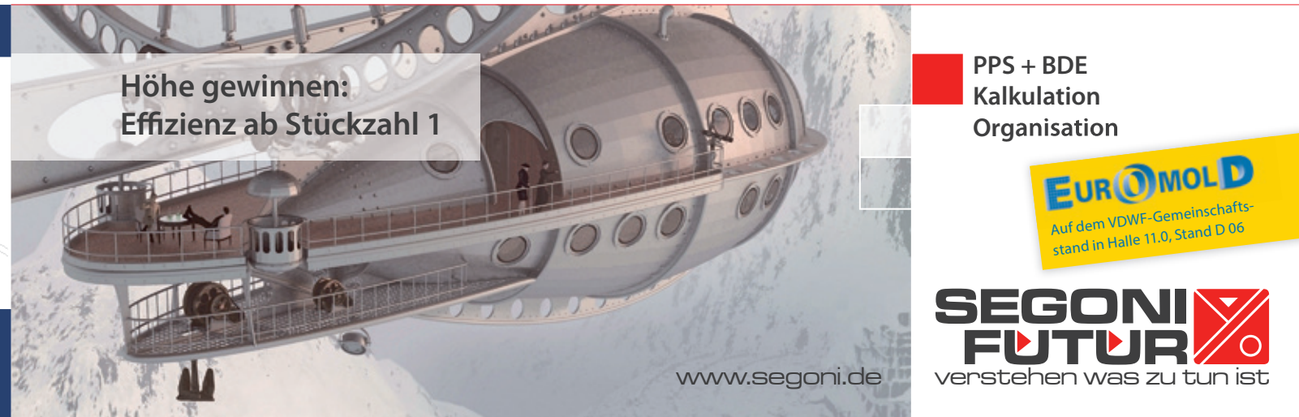
Fasziniert ist er von der Effizienz und Schlagkräftigkeit innerhalb der Chaebol-Strukturen. Die Großkonzerne hätten ein dichtes Netz aus Zulieferern gespannt, an dem Hunderte von kleinen Betrieben mit drei bis vier Mann hängen. Hofmann: «Die liefern schnell, gut und billig.» In Korea ende das Arbeitsverhältnis für Mitarbeiter mit 55 Jahren. «Viele Werkzeugbauer machen sich danach mit ein paar alten Maschinen selbständig und bessern sich mit Aufträgen für ihre alte Firma die Rente auf», sagt Hofmann. Es gebe Tausende dieser Betriebe im ganzen Land.

Die großen OEMs binden sich total an ihre Dienstleister – und andersherum. Das sorgt für die enorme Entscheidungs- und Produktionsschnelligkeit. «Der OEM wie Samsung oder LG sagt: Jetzt bauen wir Fernsehgeräte. Die Betriebe können sich dann nicht bewerben und sagen, wie viele Geräte sie gerne produzieren möchten. Sie bekommen einfach ein Kontingent zugeteilt auf Vertrauensbasis. Es heißt, du machst 200 Stück und den Preis verhandeln wir hinterher. Gleichzeitig wird bereits mit Unterauftragsnehmern wie dem Heißkanalhersteller oder dem Stahlkocher verhandelt. Das geht alles doppelt so schnell als bei uns.» Durch diese streng hierarchischen Strukturen gelinge es den Koreanern, die Zeit in der Produktion aufzuholen, die sie später mit der Verschiffung ihrer Produkte in die ganze Welt wieder verlieren.

Die Qualität der Produkte sei nicht schlecht, sagt Hofmann. Aber insgesamt einfacher gestrickt. «Statt gehärtetem Stahl wird nur Vergütungsstahl verwendet. Es gibt generell weniger Kühlung, weniger Elektrik, weniger Sensorik. Aber wenn diese Teile eh nicht so lange laufen müssen, und es auf die Zykluszeit nicht ankommt, macht das auch nichts.»

Kia-Produktion in Žilina in der Slowakei. Die südkoreanischen Autohersteller werden bis 2012 ihre Produktion von gegenwärtig 3,4 auf 7,1 Millionen Fahrzeuge erhöhen. In einer Mitte des Jahres vom Koreanischen Automobil-Verband (KAMA) veröffentlichten Studie werden demnach 5 Millionen Autos in Korea hergestellt, während die Auslandsproduktion nach der Fertigstellung der Werke in den USA, in China und in Osteuropa von derzeit lediglich 250 000 Einheiten auf 2,1 Millionen steigt. Beim Absatz erwartet der Verband nur eine langsame Binnenmarkt-Erholung, die bis 2012 zu 2,2 Millionen Verkäufen in Korea führen soll. Die Exportzahlen werden dagegen optimistischer mit 2,8 Millionen Einheiten angegeben. Gleichzeitig weist die KAMA aber darauf hin, dass die koreanische Automobilindustrie noch nicht die Wettbewerbsfähigkeit führender Autohersteller erreicht hat.





Zahlen und Fakten zu Südkorea

Staatsform	Präsidialrepublik
Staatsoberhaupt	Präsident Lee Myung-bak
Regierungschef	Premierminister Kim Hwang-sik
Mitglied	APEC, ESCAP
Bevölkerung 2010	48,9 Millionen
Geschäftssprache	Koreanisch, Englisch, Chinesisch, Japanisch
Zeitzone	Korea Standard Time (UTC +9)
Bruttoinlandsprodukt 2010	1014 Mrd. US-Dollar
Bruttoinlandsprodukt pro Kopf	20 759 US-Dollar
Wirtschaftswachstum 2010	6,2 Prozent
prognostiziert für 2011	4 – 5 Prozent
Inflation 2010	2,9 Prozent
1. Quartal 2011	4,4 Prozent
Ausländische Direktinvestitionen	
Bestand 2009	110,8 Mrd. US-Dollar
Zufluss 2008	8,4 Mrd. US-Dollar
Zufluss 2009	6,7 Mrd. US-Dollar
Importe aus Deutschland 2009	7,97 Mrd. Euro
2010	10,26 Mrd. Euro
Exporte nach Deutschland 2009	7,8 Mrd. Euro
2010	11,10 Mrd. Euro
1,57 Won (KRW)	1 Euro
Durchschnittslohn in Südkorea	2781 Won
Arbeitslosigkeit 2010	3,7 Prozent

Eine gute Chance für die deutschen Unternehmen, um mit wichtigen asiatischen Handelspartnern ins Gespräch zu kommen, ist die EuroMold 2011 vom 29. November bis 2. Dezember in Frankfurt am Main. Dort wird Südkorea das Gastland sein. Neben koreanischen Unternehmen werden auch die staatlichen koreanischen Forschungseinrichtungen und die relevanten Fachverbände präsent sein. Zusätzliche Möglichkeiten für Kooperationen werden auf dem eintägigen Forum Korea gezeigt. Das im Juli gegen erhebliche Widerstände aus der Automobilindustrie verabschiedete Freihandelsabkommen zwischen der EU und Südkorea soll das jährliche Handelsvolumen zwischen beiden Seiten um rund 19 Milliarden Euro erhöhen. Koreanische Verbraucher kaufen jetzt schon pro Jahr europäische Waren im Wert von 25 Milliarden Euro. Vorgesehen ist, dass europäische Warenexporteure jährlich 1,6 Milliarden Euro an Zöllen sparen. Die EU verzichtet auf 1,1 Milliarden Euro an Zöllen für Importe aus Südkorea.

Jürgen Wöhler, Geschäftsführer der Deutsch-Koreanischen Handelskammer, lebt seit vielen Jahren in Korea und kennt die Gepflogenheiten auf dem Wirtschaftsparkett. Im Interview mit der Deutschen Welle beschrieb Wöhler, auf was zu achten ist, wenn man gute Geschäfte im Land der Chaebols machen möchte. «Ich würde immer versuchen, mein Gegenüber auf Koreanisch zu begrüßen, um zu zeigen, dass ich mich auch für Korea insgesamt interessiere.» Im Gespräch sollte man persönliche Bezugspunkte finden, etwa über die Familie, die Kinder oder Hobbys. Wöhler: «Wobei man da nicht den deutschen Fehler machen darf, gleich die Viertausender zu erwähnen, die man bestiegen hat, sondern es allgemein beim Bergsteigen belassen sollte.»

Das Geschäftsessen hat zentrale Bedeutung. Nur mit vollem Magen kommt man irgendwann auf das Produkt oder die Arbeit zu sprechen. «Koreaner arbeiten über Beziehungen. Das Land basiert konfuzianisch sehr stark auf Hierarchien und innerhalb der Hierarchien auf persönlichen Beziehungen. Und mit jemandem, den man nicht mag, macht man in Korea auch keine Geschäfte», sagt Wöhler.

Deutschland sei hoch populär bei den Koreanern. Wenn der koreanische Geschäftspartner am Wochenende anreist, will er etwas vom Land sehen und erwartet Rundumbetreuung. Jürgen Wöhler: «Also der größte Fehler wäre, wenn Sie sagen: Bitte am Montagmorgen um neun bei uns in der Firma. Das wäre das Ende der Geschäftsbeziehungen. Höflichkeit zählt.» | Andreas Burgmayer, Hamburg

Die UNESCO datiert das koreanische «Jikji», ein Buch mit buddhistischen Texten, auf den Juli 1377. Das Besondere an dem Schriftwerk ist, dass es mit beweglichen Bronze-Lettern gedruckt wurde, fast acht Jahrzehnte bevor Johannes Gutenberg seine Bibel herstellte.

Branchenalarm!!

Geschäfte machen – Mitten im Markt!

© Nexxus | Bild Fotolia

Die neue [wfb]

Fachmesse für den Werkzeug- und Formenbau

Messezentrum Augsburg | 13. und 14. Juni 2012

www.wfb-messe.de

Tagesaktuelle Ausstellerliste und Hallenplan

JETZT BUCHEN!

15% Frühbucher-Rabatt bis 09.12.2011

Ausstellen schon ab 1.071,- Euro*

* Angebot gilt für 9 qm Standfläche, Reihenstand, inklusive Frühbucher-Rabatt, Eintrag bzw. Firmenportrait im Messekatalog und Internet, 2 Ausstellerausweise, Parkberechtigung, diverse Werbemittel, Stromanschluss, Verbrauch; zzgl. ges. MwSt.

Information, Buchung

Nexxus Veranstaltungen GmbH | Fachmessen für die Industrie | Postfach 47 | D-75204 Keltern
Telefon: 0700.18188000 | Telefax: 07236.937493 | E-Mail: info@wfb-messe.de

Eine Veranstaltung der Carl Hanser Verlag GmbH & Co. KG