

Thema: Egger Getränke

Autor: Thomas Pressberger, Hermann Sileitsch-Parzer



Milliarden-Markt Korea: Womit die Österreicher punkten

Boom-Destination. Österreichs Exporte nach Südkorea haben im Vorjahr um 50 Prozent zugelegt. Die Olympischen Spiele sollen die Präsenz im drittgrößten Markt in Asien weiter stärken.

VON **THOMAS PRESSBERGER** UND **HERMANN SILEITSCH-PARZER**

Etwa 8300 Kilometer Luftlinie trennen Wien und Seoul. Dennoch stehen uns die Koreaner mentalitätsmäßig näher, als man denkt. „Essen und Trinken sind definitiv ein wichtiger Teil des koreanischen Lebens“, sagt Steirerfleisch-Chef Alois Strohmaier. Er kennt das Land von vielen Besuchen: Seit 15 Jahren liefert der Wolfsberger Betrieb (750 Mitarbeiter, 300 Mio. Euro Umsatz) Schweinefleisch nach Korea – das Land wetteifert sogar mit Japan um die Rolle als wichtigster Exportmarkt. Und, was sich besonders gut trifft: Die Koreaner lieben Produkte, die bei uns kaum nachgefragt werden – etwa fettere Ware, Schweinefleisch (mit Honigkruste zubereitet), Knochen (für Suppen) oder Brustspitz.

Schweinefleisch hat in Südkorea sogar einen noch höheren Stellenwert als bei uns, heißt es beim Gewürzhersteller Kotanyi. Aufgrund der Kultur und Fremdsprachenkenntnisse der Südkoreaner seien Geschäftsbeziehungen sogar einfacher als mit Brasilianern oder Chinesen. Exportiert wird das Standardsortiment, spezielle Gewürzmischnungen seien nicht nötig.

Brot und Bier

Die Lebensmittelindustrie erlebt in Südkorea aktuell einen Aufschwung. „Der steigende Lebensstandard öffnet Chancen

für hochwertige Lebensmittel und Wein“, sagt Josef Domschitz, stellvertretender Geschäftsführer des Lebensmittelverbandes. Stark gefragt seien Bio-Lebensmittel, Wellness- und Halal-Produkte sowie Produkte bei Unverträglichkeiten.

Die Ausfuhren nach Südkorea sind 2017 um 7,7 Prozent gestiegen, machen bisher aber nur 0,3 Prozent der österreichischen Lebensmittelexporte aus.

Der oberösterreichische Kornspitz-Erfinder Backaldrin wird als ÖOC-Partner im Austria House frisch backen. Das sei eine ausgezeichnete Bühne, sagt Geschäftsführer Harald Deller: „Die Olympischen Spiele eröffnen Chancen, um Handelsbeziehungen aufzubauen.“ Backaldrin ist aktuell in 17 Ländern mit Töchtern vertreten und bedient über Vertriebspartner 100 Länder. Seit Oktober 2017 gibt es einen neuen Produktionsstandort bei Moskau für den eurasischen Markt.

Keine Kostverächter sind die Koreaner in Sachen Alkohol, der bei Geschäftstreffen in rauen Mengen fließt. Wie viel man trägt („Churyang“) ist sogar ein beliebtes Smalltalk-Thema. **Da können Brauereien punkten: Seit 2017 sind Egger Bier und Radlberger Limonaden in einer koreanischen Supermarktkette mit 10.000 Filialen gelistet. Allein vom Egger Radler fließen 11.000 Hektoliter im Jahr durch südkoreanische Kehlen.**

Rekordzuwachs

Südkorea konnte 2017 unter Österreichs großen Exportmärkten am stärksten zulegen. Von Jänner bis Oktober wuchsen die Ausfuhren um sagenhafte 50

Prozent. Schon nach zehn Monaten war die Milliarden-Euro-Marke übersprungen. „Das ist eigentlich die Fortsetzung einer guten langjährigen Entwicklung“, erklärt der Wirtschaftsdelegierte in Seoul, Franz Schröder. Schon seit vielen Jahren seien Parademarken wie Swarovski, Wolford, Geiger, Red Bull oder Silhouette auf dem Markt präsent. 2017 habe es „schöne Steigerungen“ in fast allen Warengruppen gegeben – wie so oft entfiel allerdings ein großer Teil auf den automotiven Sektor.

Seit den 1930er-Jahren

Stark vertreten sind heimische Maschinen- und Anlagenbauer. „In den vergangenen Jahren sind die Exporte durch das Freihandelsabkommen stark gestiegen“, sagt Martin Baminger, Volkswirt im Fachverband der metalltechnischen Industrie. Und das, obwohl Südkorea ein schwieriger Markt sei. Mit Japan und Taiwan seien schließlich zwei starke Maschinenbaunationen in unmittelbarer Nähe.

Die Österreicher können sich trotzdem durchsetzen: „Wir stellen keine Massenprodukte her, sondern kommen durch Spezialisierung in Nischen hinein.“ Für die Geschäftsanbahnung seien persönliche Kontakte, Liefertreue, Flexibilität und Kundenfreundlichkeit hilfreich.

Die politisch schwierige Situation mit Nordkorea habe sich bisher nicht in den Zahlen ausgewirkt, sagt Baminger. „Die Unternehmen warten ab und sehen das in Zusammenhang mit Donald Trump.“ Man gehe davon

Thema: Egger Getränke



Autor: Thomas Pressberger, Hermann Sileitsch-Parzer

aus, dass er in drei Jahren nicht mehr US-Präsident sei – und Nordkorea keinen Streit vom Zaun brechen werde. Zur Zeit sei also Durchtauchen angesagt. Auch die Investitionstätigkeiten seien bisher unbeeindruckt von der Krise geblieben.

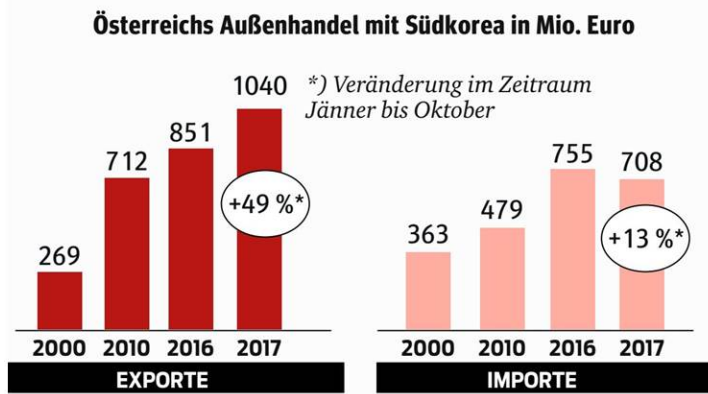
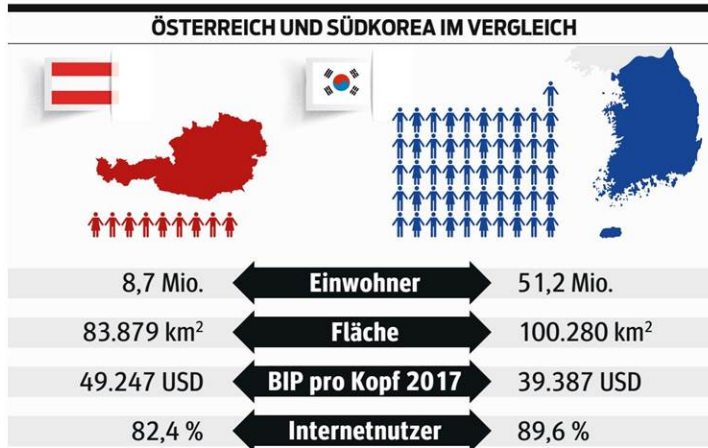
Der Anlagenbauer Andritz hatte schon Anfang der 1930er-Jahre erste Wasserkraftausrüstungen nach Südkorea geliefert. „Mittlerweile haben wir 40 bis 50 Wasserkraftwerke mit insgesamt mehr als 1000 Megawatt um- beziehungsweise neu ausgerüstet“, sagt Konzernsprecher Michael Buchbauer. 2011 ging Sihwa, das größte Gezeitenkraftwerk der Welt, in Betrieb – der Auftragswert lag bei 100 Millionen Euro. Südkorea möchte die Stromproduktion aus erneuerbarer Energie weiter kräftig ausbauen, wobei Wasserkraft ein Schwerpunkt sein

wird. In den vergangenen Jahren lag der Andritz-Umsatz in Südkorea bei 50 bis 60 Millionen Euro, die Andritz-Gruppe selbst erzielt sechs Milliarden Euro.

Hochtechnologie

Winterspiele hin oder her: Für die Skiindustrie fällt der südkoreanische Markt mit rund 20.000 verkauften Paar pro Jahr bisher kaum ins Gewicht. „Solche Events sind lässig. Aber es wird deswegen im Februar keinen Peak bei den Verkaufszahlen geben“, sagt Gernot Kellermayr, Chef des Verbandes der Sportartikelerzeuger. Die Hersteller schielen eher auf den Werbeeffect für den chinesischen Markt. Denn dort ist mit rund 100.000 verkauften Paar Ski ganz viel Luft nach oben.

Aber auch in Südkorea selbst geht noch mehr, sagt der Wirtschaftsdelegierte Franz Schröder. Besondere Chancen sieht er in Bereichen wie erneuerbare Energie und Energieeffizienz, bei der E-Mobilität, im innovativen Bauen, bei Smart Factorys, aber auch bei der Biotechnologie und Medizintechnik.



KURIER Grafik: MPO, APA | Quelle: APA/WKÖ/IWF

Beim Korean Barbecue wird direkt vor dem Gast gegrillt. Dazu gehören unbedingt viele Beilagen („Banchan“)



Anfragen für weitere Nutzungsrechte an den Verlag