

SPECIAL

IP

LÄNDERPORTRÄT

Gangnam Blues

Boom-Barrieren

Alterung, Spaltung der Gesellschaft, politische Handicaps: Was den Aufstieg zur Innovationsmacht bremst

In der Samsung-Falle

Einst Garanten des Wirtschaftswunders, stoßen Südkoreas Großunternehmen an ihre Grenzen

Koreanische Welle

Wie Psy und Co. die Welt mit Popmusik, Computerspielen und Fernsehserien erobern

November 2016–Februar 2017 Nr.3 €9,90 2728

Südkorea



4 198705 709901

03

A: €11,50
CH: CHF 16,50
L: €11,90

Gangnam Blues

Er sorgte für den Überraschungshit des Jahres 2012: Der koreanische Sänger Psy mit seinem Musikvideo „Gangnam Style“. Allein in den USA wurde der Song über vier Millionen Mal verkauft. 38 Millionen Klicks erzielte sein Video in den ersten 24 Stunden nach der Veröffentlichung auf YouTube; es war das erste Video, das mehr als zwei Milliarden Mal aufgerufen wurde, und es ist bis heute, noch ein Guinness-Rekord, das mit den meisten Likes. Millionen Menschen – Kinder, Erwachsene, Normalbürger und Superstars – ahmten Psys „Gangnam Style“ nach. Natürlich, von Japan bis Dubai war „K-Pop“ und damit einer der erfolgreichsten Exportschlager aus Südkorea schon längst bekannt. Mit Psy aber war er auch in der westlichen Welt angekommen.

„Gangnam Style“ mag ein Überraschungshit gewesen sein. Ein Zufallsprodukt aber ist er nicht. Gleich ob es sich um Gangnam, Girl-Groups oder Glasfasertechnik handelt: Innovation „made in South Korea“ ist langfristiger strategischer Planung und vor allem disziplinierter, harter Arbeit geschuldet. So hat sich das Land vom bitterarmen Agrarstaat zu einer der innovativsten Exportwirtschaften entwickelt. Motoren des beeindruckenden Wachstums waren große, unter Militärdiktator Park Chung-hee entstandene Großunternehmen wie Samsung, LG oder Hyundai, die Chaebols. Allein Samsung generiert rund 20 Prozent der südkoreanischen Wirtschaftsleistung. Kleinere, mittelständische Unternehmen konnten sich dabei aber nicht entwickeln.

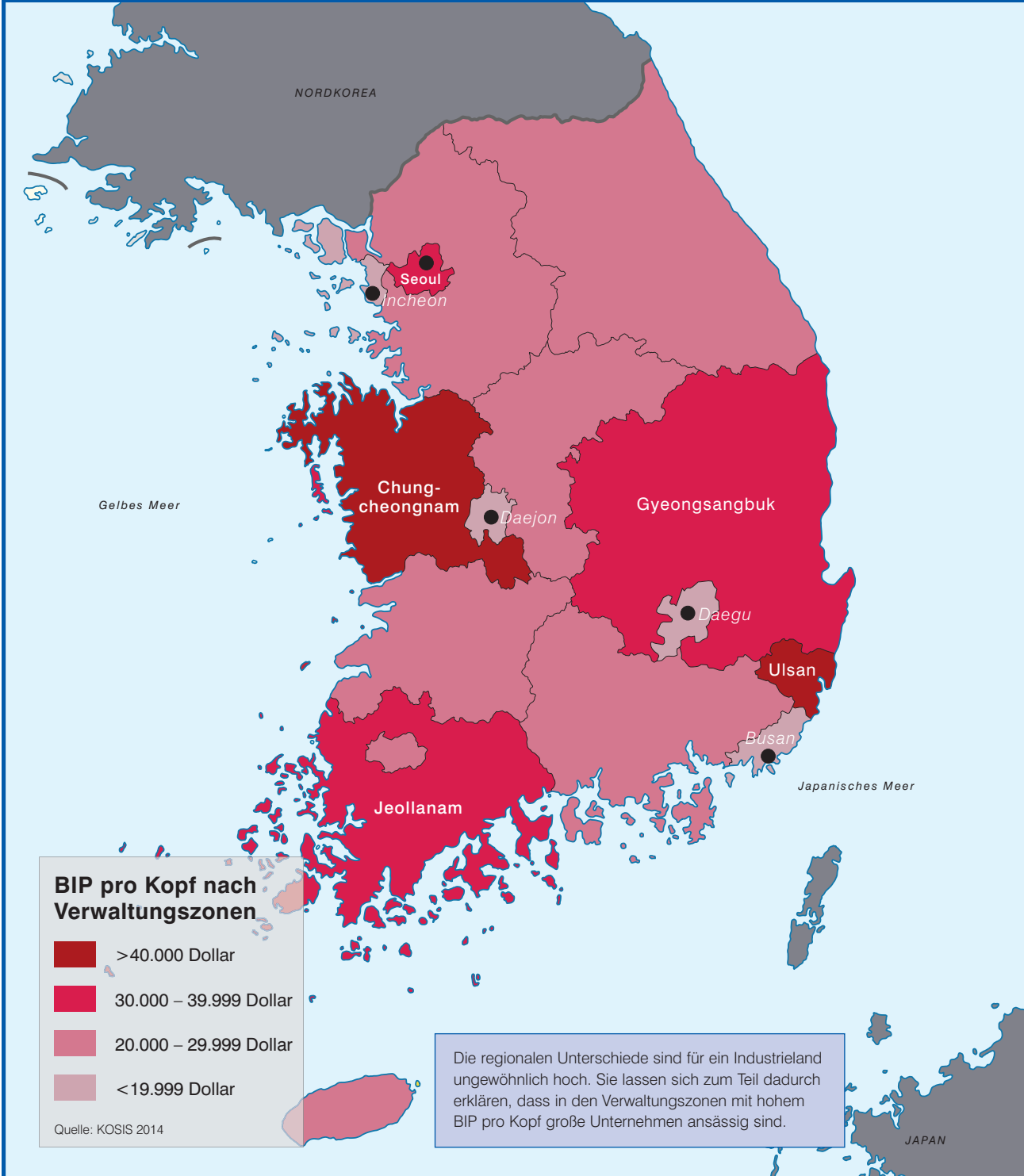
Jetzt erweist sich die Übermacht der Chaebols als Hindernis. Zu intransparent sind die Strukturen der Unternehmen, die nicht nur untereinander, sondern auch mit der Politik zutiefst vernetzt sind. Zu sehr ist die Macht auf wenige Personen konzentriert, die ihre Führungsrolle nicht ihrer Kompetenz verdanken, sondern der Tatsache, dass sie Kinder oder Enkel der Gründer sind. Dass Samsung jetzt schon zum zweiten Mal eine Rückrufaktion für ein Smartphone starten musste, weil die Batterien sich selbst entzündeten, zeigt: Chaebols sind die Dinosaurier einer Innovationsökonomie. Zu groß, zu anfällig für Korruption, zu wenig flexibel. Deshalb versucht die südkoreanische Regierung, eine junge, unkonventionellere Start-up-Generation aufzubauen. Ob dies wiederum dank Fleiß und Disziplin gelingen kann, sei dahingestellt. Aus dem fröhlich hüpfenden Gangnam-Style jedenfalls ist inzwischen ein etwas melancholischerer Gangnam Blues geworden.



DR. SYLKE TEMPEL
Chefredakteurin



Steckbrief Südkorea





Inhalt

Einwohnerzahl 50,62 Mio.

Urbanisierung Stadtbevölkerung: 82,5% der Gesamtbevölkerung (2015); 0,66% jährliche Veränderungsrate (2010–2015)

Größte Städte Seoul (10,39 Mio.), Busan (3,56 Mio.), Incheon (2,93 Mio.), Daegu (2,52 Mio.), Daejeon (1,55 Mio.)

Staatsform Republik mit Präsidialverfassung

Staatsoberhaupt Präsidentin Park Geun-hye, seit 2013

Regierungschef Hwang Kyo-ahn, seit 2015

Währung Südkoreanischer Won (1 EUR = 1240 KRW)

Bruttoinlandsprodukt 1234 Milliarden Euro

Bruttowertschöpfung 1122 Milliarden Euro

Staatsverschuldung 34,9% des BIP

Inflationsrate –0,7%

Arbeitslosenquote 3,6% (15- bis 24-Jährige: 10,5%)

Größte Unternehmen (Chaebols) Samsung-Gruppe (ca. 230 Mrd. Euro), Hyundai Motor-Gruppe (ca. 109 Mrd. Euro), SK-Gruppe (ca. 108 Mrd. Euro), LG-Gruppe (ca. 80 Mrd. Euro); zum Vergleich: Volkswagen 197 Mrd. Euro)

Human Development Index Rang 17 von 188; Vergleich: Deutschland Rang 6, Hongkong Rang 12

Gini-Index 0,302 (0: vollständige Einkommensgleichheit; 1: vollständige Einkommensungleichheit)

Korruptionsindex Rang 37 von 167 Staaten; zum Vergleich: Deutschland Rang 10, Hongkong Rang 18

Militärausgaben 2,64% des BIP

Netto-Migrationsrate 2,6 Migranten je 1000 Einwohner

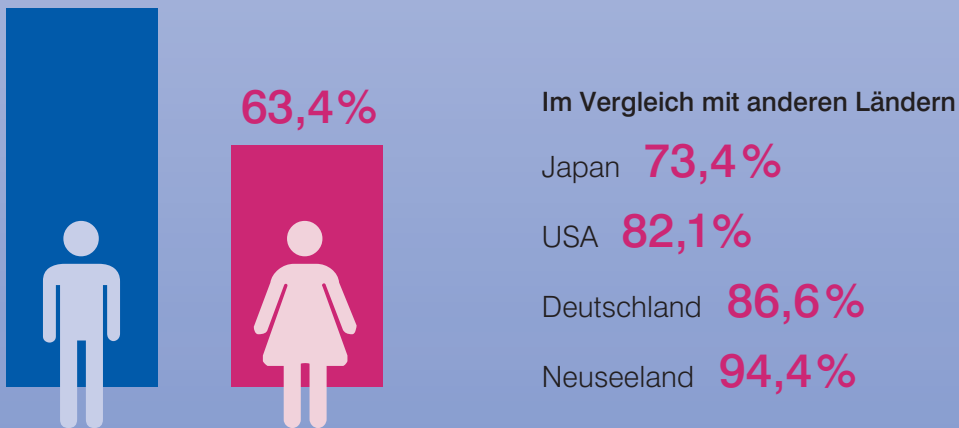
- 1 Editorial
Bernhard Bartsch
- 6 **Primus mit Problemen**
Auf dem Weg zur Innovationsmacht muss Südkorea einige Hindernisse überwinden
Interview mit Eun-Jeung Lee
- 12 **Bildungsrepublik Korea**
Was die Wirtschaft des Landes erfolgreich macht – trotz allem
Fabian Kretschmer
- 18 **Start-up-Staat**
Seouls Markt für junge Unternehmer wird vor allem von der Regierung gesteuert
Detlef Rehn
- 22 **Atomkraft? Ja, bitte!**
Die Regierung setzt weiterhin auf Kernenergie, die Bevölkerung sieht das kritisch
Christoph Neidhart
- 28 **Kleines Wirtschaftslexikon**
Asien-Krise, Chaebol, E-Sucht, Fleiß und Arbeitswut, Hagwon, Innovation, Nachbar im Norden, Olympia, Schönheitsindustrie, Werften in der Krise, Zeitbombe Demografie
Werner Pascha
- 48 **Ausfuhr ist nicht alles**
Südkoreas Ökonomie muss von der einseitigen Exportorientierung wegkommen
Fabian Kretschmer
- 54 **Wer bewegt die Wirtschaft?**
Ein Tycoon, ein K-Pop-Mastermind und ein CEO, der das eigene Make-up testet
Justus Krüger
- 59 **Cool auf Koreanisch**
Fernsehserien, Computerspiele und Popmusik erobern die Welt
- 64 Impressum

Bedrohter Boom

Die glänzende Fassade täuscht. Trotz Samsung, Hyundai und einem ausgeprägten Innovationsgeist steht Südkoreas Wirtschaftsmodell in der Kritik. Alternde Bevölkerung, mangelnde Teilhabe der Frauen, einseitige Exportorientierung, Verfilzungen zwischen Politik und Großunternehmen: Die Liste ist lang – und die Regierung scheint überfordert.

Ungleichberechtigt

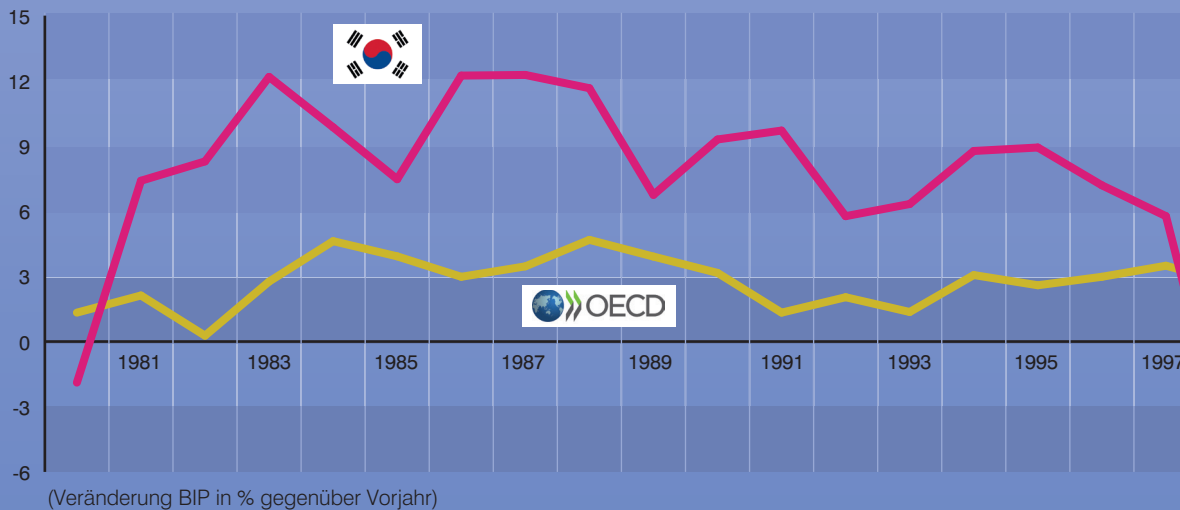
In Südkorea verdienen Frauen fast 40 Prozent weniger als Männer



Quelle: OECD, Zahlen für 2013

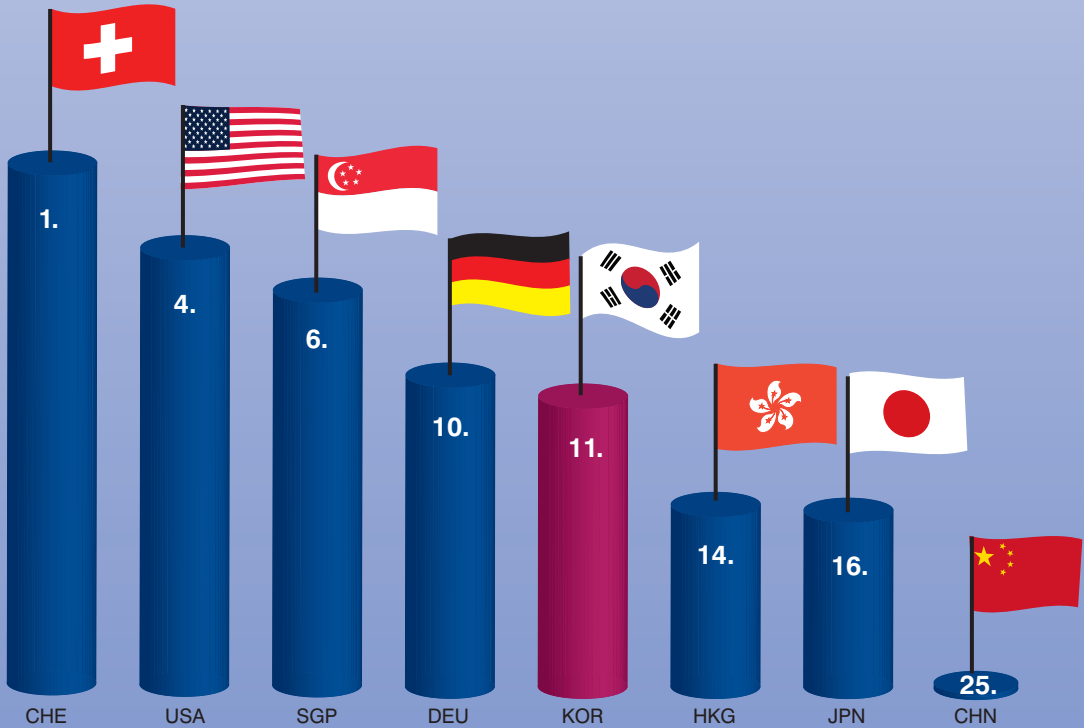
Kein Wunder mehr

Die Zeit der sensationellen Wirtschaftswachstumsraten ist lange vorbei

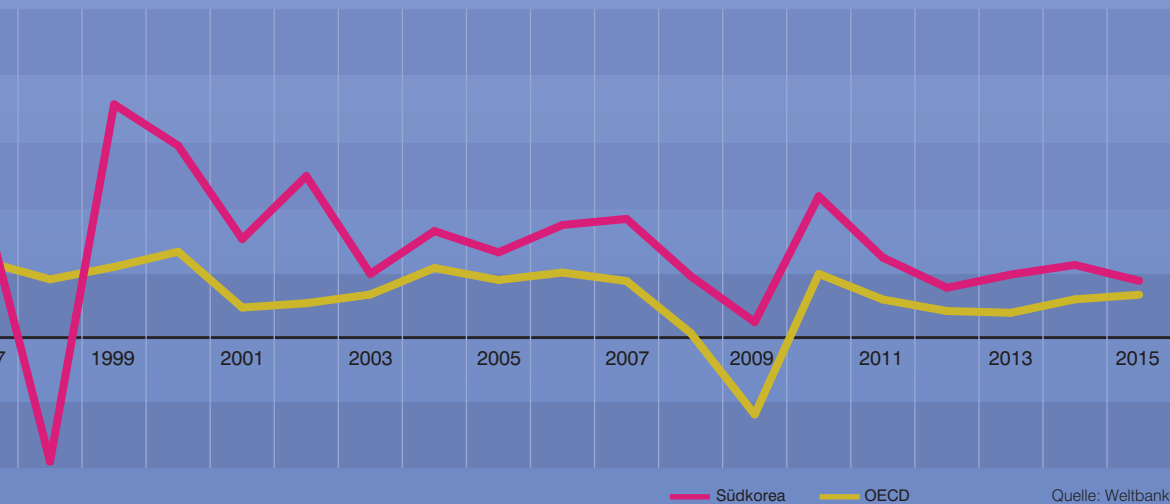


Erfindungsreich

Forschung, Technologie, Patentanmeldungen: Südkorea ist in Asien eines der innovativsten Länder



Quelle: Globaler Innovationsindex, 2016



— Südkorea — OECD

Quelle: Weltbank

Bild nur in
Printausgabe verfügbar

Primus mit Problemen

Bernhard Bartsch | **Südkorea ist das Vorbild aller Schwellenländer. Innerhalb weniger Jahrzehnte ist das Land aus bitterer Armut zu einer modernen Industrienation aufgestiegen. Nun will es eine Innovationsmacht werden. Doch die politische Großwetterlage macht es der Wirtschaft schwer, und Präsidentin Park Geun-hye beschränkt sich aufs Krisenmanagement.**

In der Welt, wie der Bloomberg Innovation Index sie beschreibt, gibt es keine idealeren Partner als Südkorea und Deutschland. Oder keine schärferen Konkurrenten. Laut Bloomberg ist Südkorea die innovativste Wirtschaftsnation der Welt, gefolgt von Deutschland an zweiter Stelle. Nirgends auf der Welt wird hochwertiger produziert oder besser ausgebildet als in Südkorea, lautet das Ergebnis der Anfang 2016 veröffentlichten Erhebung. Auch bei der Intensität von Forschung und Entwicklung, der Dichte von Hightech-Unternehmen und Patentanmeldungen liegen die Südkoreaner vor den Deutschen.

Der Index ist eines von vielen Zeichen dafür, wie sich die Gewichte in der Weltwirtschaft verschieben. Nicht nur Waren, sondern auch Wissen entsteht heute weltweit und in immer stärkerem Maße in asiatischen Staaten, die vor

ein, zwei Generationen noch als „Dritte Welt“ galten. Dabei sind es nicht nur Großmächte wie China oder Indien, die das globale Gleichgewicht verschieben (im Bloomberg Innovation Index liegen die beiden Riesen auf den Rängen 21 und 45). Südkorea ist das Paradebeispiel eines Schwellenlands, dem es gelungen ist, zu einer modernen Wirtschaftsnation zu werden, erst durch Industrialisierung, heute durch Innovation. Das heißt nicht, dass in Südkorea alles rund lief. Im Gegenteil. Aber von Südkorea lässt sich lernen, wie die Dinge in Bewegung geraten können – gerade für ein Technologieland wie Deutschland, dem es zu denken geben sollte, dass ihm Südkorea in Sachen Innovationsfähigkeit inzwischen den Rang ablauft.

Wirtschaftlicher Schwung, politisches Schwanken

Südkoreas wirtschaftlicher Erfolg ist umso bemerkenswerter, als das Land politisch mit schwerem Handicap spielt. Denn nur wenige Kilometer hinter den Vororten der Hauptstadt Seoul liegt der größte Unsicherheitsfaktor der Region: Nordkorea. Für den Süden bedeutet das nicht nur eine Bedrohung seines Wohlstands (im Falle eines Zusammenbruchs und einer teuren Wiedervereinigung) oder des Friedens (im Falle eines Krieges, der dann unweigerlich Nordkoreas Zusammenbruch nach sich ziehen würde). Nordkorea zwingt Seoul zudem in eine missliche Position, die englischsprachige Geostrategen mit der Formulierung „between a rock and a hard place“ beschreiben. Der Fels sind die USA, Südkoreas militärische Schutzmacht; der harte Grund ist China, Südkoreas größter Handelspartner. Beide Großmächte versuchen, Südkorea auf ihre Seite zu ziehen. Südkoreas Schicksal hängt daran, genau das zu verhindern und die Balance zwischen beiden Partnern zu finden. Eine dynamische Wirtschaft, die immer globalisierter wird, und eine schwankende Politik, die vom Weltgeschehen mehr beansprucht wird, als ihr lieb sein kann – das ist Südkoreas einzigartiges Spannungsfeld.

Politisch spielt das Land mit schwerem Handicap

Südkoreas Wirtschaftswunder ist vor allem die Erfolgsgeschichte der Chaebols, d.h. Großkonzerne wie Samsung, Hyundai und LG. Ihre Strukturen sind die Prototypen asiatischer Erfolgsunternehmen: steile Hierarchien und eine von strenger Disziplin geprägte Unternehmenskultur. Gemeinsam machen die Chaebols 70 Prozent der südkoreanischen Wirtschaftsmacht aus; allein Samsung steht für 8 Prozent der Steuereinnahmen und 13 Prozent der Exporte.

Wie alle koreanischen Großkonzerne ist Samsung ein Produkt der Nachkriegszeit (die in der koreanischen Zeitrechnung mit dem Ende des Korea-Krieges im Jahr 1953 beginnt) und der Boomjahre der asiatischen Tigerstaaten. Die Firmengruppe, die mehr als 80 Unternehmen vereint, beschäftigt weltweit rund 500 000 Mitarbeiter und setzte 2015 mehr als 300 Milliarden Dollar um (rund zwei Drittel davon das Flaggship Samsung Electronics). Auf dem Index der wertvollsten Marken der Welt, die das Marktforschungsunternehmen Interbrand erstellt, liegt Samsung auf Rang sieben.

Dennoch beschwört Samsung bis heute seine Anfänge als kleiner Familienbetrieb. 1938 eröffnete der damals 28-jährige Gutsherrensohn Lee Byungchull ein Transportunternehmen und nannte es „Drei Sterne“, auf Koreanisch: Samsung. Nach dem Ende des Korea-Krieges nutzte der Geschäftsmann seine

Kontakte und die Gunst der Stunde, um Aufträge für den Wiederaufbau der zerstörten Infrastruktur an Land zu ziehen. Er gründete eine Zuckerraffinerie und stieg in den Bausektor ein. 1969 begann Lee, Transistorradios zu bauen, später auch Haushaltsgeräte und Unterhaltungselektronik. Die Technologie war häufig abgekupfert, doch das spielte keine große Rolle, denn produziert wurde vorrangig für den lokalen Markt und arme asiatische Nachbarländer. Entscheidend für den Wettbewerb war allein der Preis.

Der neue Samsung- Chef ließ 150 000 Telefone verbrennen

Diese Strategie änderte sich Ende der achtziger Jahre, als nach dem Tod des Gründers dessen Sohn die Konzernführung übernahm und die Weichen Richtung Innovation stellte. Samsung werde das Geld, das es mit seinen Produkten für den Massenmarkt verdiene, in eine bedingungslose Qualitäts-offensive investieren, verkündete er und rief eine Kultur der „permanenten Krise“ aus. Samsung müsse ständig darauf vorbereitet sein, dass die Regeln von heute schon morgen nicht mehr gelten würden. „Verändert alles außer eure Frauen und Kinder“, befahl Lee seinen Managern und ließ als eine seiner ersten Amtshandlungen 150 000 Telefone verbrennen, die seinen Ansprüchen nicht genügten. Samsung sollte von einer Ramschmarke zum Gütesiegel werden.

Mit seiner neuen Innovationsstrategie platzierte Samsung große Wetten auf Zukunftstechnologien, darunter Flash-Speicher, Flüssigkristalldisplays, Prozessoren und Batterien. Typischerweise eigneten sich die Südkoreaner dabei fremde Entwicklungen in einem frühen Stadium an, um sie mit gewaltigem Aufwand schneller zur Marktreife zu bringen als die Konkurrenz. Als erster glücklicher Einsatz erwiesen sich DRAM-Chips, die Mitte der neunziger Jahre den größten Teil zu Samsungs Profiten beisteuerten. Nach der Jahrtausendwende wurde Samsung mit seiner Bildschirmtechnik zum Marktführer bei Flachbildfernsehern, entwickelte sich zum Branchenprimus bei Flash-Speichern und stieg mit einer Batterieoffensive zum größten Hersteller von Stromquellen für Digitalgeräte auf. 2010 stellte Samsung nur wenige Wochen nach Apples iPad-Start einen eigenen Tablet-Rechner vor. Heute ist Samsung bei Smartphones mit weitem Abstand Weltmarktführer – der Marktanteil ist mit 22 Prozent doppelt so hoch wie der von Apple. Ähnlich will Samsung sich in den kommenden Jahren in den Märkten für Solarzellen, LED-Leuchten, medizinische Geräte, Biomedizin und Batterien für Elektrofahrzeuge positionieren. Bis 2020 glaubt das Unternehmen, allein in diesen fünf Zukunftssparten Produkte im Wert von jährlich 50 Milliarden Dollar verkaufen zu können.

Trotzdem ist Samsung keineswegs eine perfekte Erfolgsstory. Sichtbarstes Symbol, dass den Südkoreanern längst nicht alles gelingt, ist die Rückrufaktion des Galaxy Note 7. Weil sich die Akkus überhitzen und die Handys Feuer fangen können, musste das Unternehmen im September 2016 mehr als 1,5 Millionen Geräte zurückrufen. Schlimmer als die Austauschkosten ist dabei der Imageschaden. Kritiker glauben, das Debakel zeige den Chaebols die Grenzen ihrer Wachstumsmöglichkeiten auf: Das Entwicklungstempo könne nicht ständig erhöht und die Kostenschraube immer fester angezogen werden. Weltmarktführerschaft hin oder her: Im Wettbewerb mit Apple punktet Samsung in erster Linie über den Preis und muss damit den Trends folgen, die andere

setzen. Die Standards in Sachen Design oder neue Geschäftsmodelle werden nicht daheim gesetzt. Die hierarchischen Führungsstrukturen, so lautet die Kritik, seien schlecht geeignet, um kreative Prozesse zu ermöglichen.

Diese Kritik gilt auch für andere Chaebols – und damit letztlich für die gesamte Wirtschaft des Landes. Die hohe Abhängigkeit von den Großkonglomeraten zu reduzieren, ist seit Jahren ein Projekt, das Regierung und Opposition gleichermaßen fordern. „Wirtschaftliche Demokratisierung“ lautet das Schlagwort für die Diversifizierung der Wirtschaft, in dem nicht zufällig der Vorwurf mitschwingt, das Land werde de facto von einer Chaebol-Oligarchie regiert. Die mittelständische Industrie spielt in Südkorea kaum eine eigenständige Rolle. Auch eine etablierte Start-up-Kultur gibt es in Südkorea bisher nur in den ehrgeizigen Präsentationen von Wirtschaftsplanern, während Apple im Silicon Valley sich jederzeit einer kreativen Frischzellenkur unterziehen kann. Laut einer Studie des Global Entrepreneurship Monitor haben Südkoreaner deutlich weniger Gelegenheit, sich selbstständig zu machen, als die Bürger in fast allen anderen entwickelten Nationen (mit Ausnahme von Japan). Der Antrieb der koreanischen Wirtschaft sind bis auf Weiteres vorrangig Fleiß und Schweiß: Rund 2200 Stunden arbeiten die Südkoreaner im Jahr, etwa ein Drittel mehr als die Japaner und 50 Prozent mehr als die Deutschen.

**Fleiß und Schweiß
treiben weiterhin die
Wirtschaft an**

Politische Schlangenlinien

Das soll sich ändern, so die Erwartung der Südkoreaner an die Politik. Doch der wirtschaftlichen Dynamik von Samsung und Co. steht politische Orientierungslosigkeit gegenüber. Die amtierende Staatspräsidentin Park Geun-hye ist dabei die letzte in einer Reihe glückloser Vorgänger, die vergeblich versuchen, Südkorea innen- und außenpolitisch neu zu positionieren.

Dabei war Park 2013 mit genau diesem Versprechen angetreten, ganz in der Tradition ihres Vaters Park Chung-hee, dem politischen Wegbereiter von Südkoreas Wirtschaftswunder, wenn auch nicht der südkoreanischen Demokratie. Der Karriereoffizier putschte sich 1961 an die Macht, herrschte mit Notstandsgesetzen und ließ Demokratieaktivisten verfolgen. Seine Tochter besteht bis heute darauf, dass es sich dabei weniger um einen Staatsstreich als um eine „Revolution zur Rettung des Landes“ gehandelt habe. Viele Südkoreaner teilen diese Ansicht, denn unter General Park erlebte Südkorea seine atemberaubende Metamorphose. Park ließ Infrastruktur bauen, förderte die Exportindustrie und unterstützte die Entstehung der Chaebols. Seine Tochter schickte er zum Elektrotechnikstudium nach Frankreich. Als seine Frau 1974 von einem nordkoreanischen Agenten ermordet wurde, übernahm die 22-jährige Geun-hye die Rolle der First Lady – bis Park senior 1979 seinerseits Opfer eines Attentats wurde.

1998 tauchte Park Geun-hye wieder in der Öffentlichkeit auf. Südkorea hatte sich inzwischen demokratisiert, und Präsident Kim Dae-jung startete mit seiner Sonnenscheinpolitik den Versuch, das Verhältnis zu Nordkorea aufzutauen. Als Park schließlich selbst ins Blaue Haus einzog, hatte die Politik weitere Schlangenlinien zurückgelegt. Schuld daran waren vor allem außenpolitische

Faktoren, und Park fällt es nicht leichter als ihren Vorgängern, sich in diesem Kräftefeld zu bewegen. Der größte Unsicherheitsfaktor ist dabei Nordkorea, dessen Regime unter Kim Jong-un mehr denn je Drohgebärden zeigt. Zwei Wochen vor Parks Vereidigung zündete Nordkorea seine dritte Atombombe. Die Nukleartests Nummer vier und fünf folgten im Januar und September 2016. Das letzte Überbleibsel der Sonnenscheinpolitik, die gemeinsame Sonderwirtschaftszone Kaesong, ist seit Februar 2016 endgültig geschlossen.

Schwerer als der direkte Bruderzwist wiegen derzeit allerdings dessen Auswirkungen auf Südkoreas Verhältnis zu China und den USA. Im Sommer 2016 gab Park dem Druck aus Washington nach, das US-Raketenabwehrsystem THAAD (Terminal High Altitude Area Defense) in Südkorea zu stationieren. Der Schutzschild soll den Süden vor möglichen Angriffen aus dem Norden schützen. Die Entscheidung brachte Park jedoch den Zorn Pekings ein. Die chinesische Regierung sieht die THAAD-Stationierung vor allem als Teil der amerikanischen Aufrüstung in der Asien-Pazifik-Region, die die Eindämmung der Volksrepublik zum Ziel habe. Vergeltungsaktionen folgten umgehend: Chinas Staatsmedien nahmen südkoreanische Fernsehserien und Musikgruppen aus dem Programm und trafen die Südkoreaner damit an einem empfindlichen Punkt. Denn die so genannte „Korea-Welle“ (auf Koreanisch: Hallyu) ist nicht nur der große Stolz der Südkoreaner, sondern auch eine riesige Industrie: 2015 verdiente das Land mit seinen Hallyu-Exporten 2,86 Milliarden Dollar, und die mit Stars und Sternchen verbundene Softpower verleiht koreanischen Produkten in Asien ein Image, von dem sie in westlichen Märkten noch weit entfernt sind.

Könnte ein Präsident Ban Ki-moon wieder mehr Impulse setzen?

Hoffnungsträger Ban Ki-moon

Neuen politischen Schwung trauen die Südkoreaner ihrer Präsidentin schon lange nicht mehr zu. Parks Zustimmungsraten dümpeln bei etwa 30 Prozent. Die Hoffnungen liegen nun auf der Präsidentschaftswahl 2017 – und vor allem auf einem Kandidaten: dem scheidenden UN-Generalsekretär Ban Ki-moon. Zwar hatte sich Ban beim Redaktionsschluss dieser Ausgabe noch nicht offiziell zu einer Kandidatur geäußert. Doch in Seoul gilt es als so gut wie sicher, dass er im kommenden Jahr antreten wird. Umfragen zufolge hat er beste Chancen.

Wäre Ban der richtige Mann, wieder wirtschaftspolitische Impulse zu setzen statt lediglich außenpolitisches Krisenmanagement zu betreiben? Für ein Land, das seine größten Erfolge, aber auch seine größten Probleme der Globalisierung verdankt, ist er sicher nicht die schlechteste Wahl. Bans Kritiker mögen einwenden, dass die Aufgabe der UN-Reform für ihn zu groß gewesen sei. Aber die Herausforderung Südkorea hat vielleicht die richtige Größe.

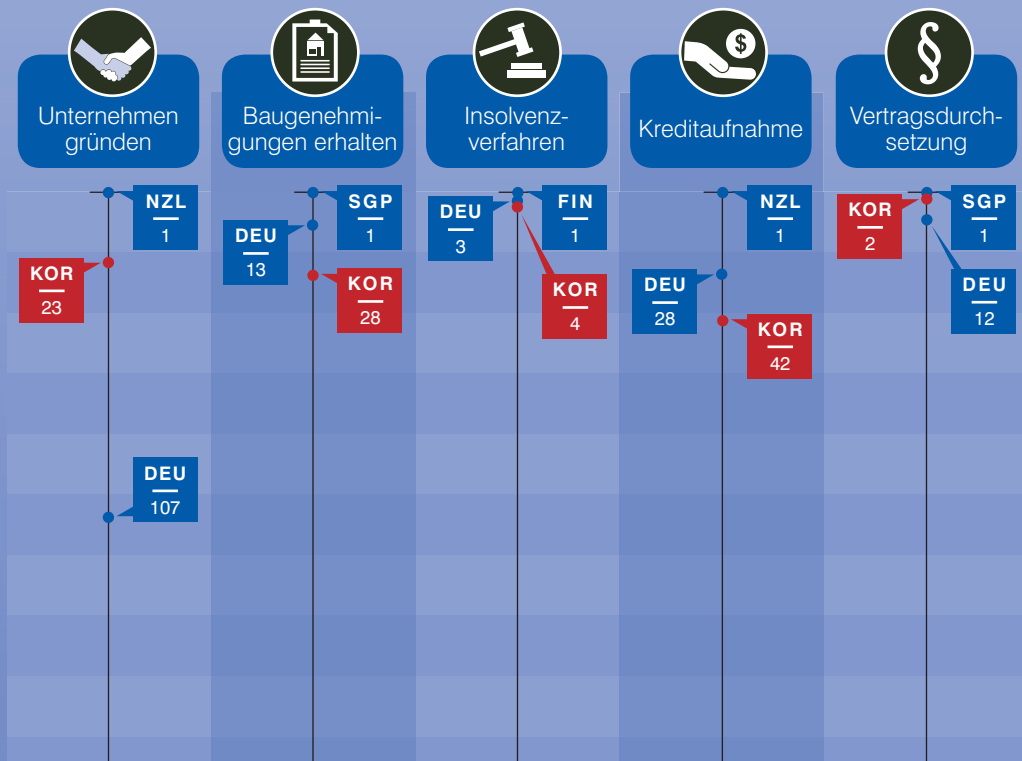


Bernhard Bartsch ist Senior Expert im Programm „Deutschland und Asien“ der Bertelsmann Stiftung. Zuvor lebte er zehn Jahre als Ostasienkorrespondent in Peking.

Geschäfte machen in Südkorea

Welches Land bietet die attraktivsten Bedingungen, um ein Unternehmen zu gründen? Wo ist der Paragrafendschungel besonders dicht, wo gibt es hohe Hürden? Diese und andere Fragen beantwortet der Doing Business Index der Weltbank, der jährlich die Auswirkungen nationaler Regulierungen auf kleine und mittlere Unternehmen untersucht.

Im aktuellen Index belegt Südkorea insgesamt einen hervorragenden vierten Platz (von 189 Staaten; Deutschland liegt auf Platz 15). Unsere Grafik zeigt eine Auswahl von fünf Kategorien im Vergleich mit dem Erstplatzierten und mit Deutschland. Besonders gut aufgestellt ist Südkorea bei der Durchsetzung vertraglicher Ansprüche. Während Deutschland hier Platz 12 belegt, ist Südkorea in dieser Kategorie nach Singapur die zweitfolgreichste Nation. Vergleicht man die Dauer einer Unternehmensgründung in Südkorea mit der in Deutschland (107), schneidet das Land auch hier gut ab (Platz 23). Bei der Aufnahme eines Kredits besteht noch Verbesserungspotenzial. Nach Neuseeland auf dem ersten und Deutschland auf dem 28. Rang landet Südkorea hier nur auf dem 42. Platz.



Platzierung im Doing-Business-Index 2016 von insgesamt 189 Ländern

Bildungsrepublik Korea

Was die Wirtschaft des Landes so erfolgreich macht – trotz allem

Teilung, Spaltung der Gesellschaft, Nichtbeteiligung der Frauen, übermächtige Großkonzerne: Die Belastungen für Südkoreas Ökonomie sind enorm. Warum das Land dennoch immer wieder auf die Füße kommt, erklärt die Politologin Eun-Jeung Lee im Gespräch mit der *IP*. Und das hat viel mit dem traditionell hohen Stellenwert von Lernen und Wissen zu tun.

Internationale Politik: *Frau Professor Lee, Südkorea gilt vielen in Europa und Amerika als ökonomisches Vorbild. Was macht das Land besser als andere?*

Eun-Jeung Lee: Mir persönlich fiele jetzt eher einiges ein, das Südkorea schlechter macht.

IP: *Einverstanden. Zum Beispiel?*

Lee: Das größte Problem scheint mir zurzeit der innergesellschaftliche Konflikt zu sein, und der ist eng mit der Geschichte Südkoreas verknüpft. Die japanische Besatzungszeit, die Teilung, der Krieg: Das alles wurde ja nie vernünftig aufgearbeitet. Während der Diktatur waren das Tabuthemen. Nehmen Sie nur die derzeitige Präsidentin, Park Geun-hye: Ihr Vater wird als ehemaliger japanischer Offizier von der südkoreanischen Opposition nicht nur als Diktator, sondern auch als Kollaborateur betrachtet.

IP: *Also eine Herrscherfamilie, die in ihrer Familiengeschichte die Kolonial- und Nachkriegsgeschichte eines ganzen Landes vereint ...*

Lee: Genau. Und heute haben wir alle möglichen Gruppen in Südkorea: die Konservativen, die schon während der Kolonialzeit die Nutznießer waren und auch von der Diktatur profitiert haben, diejenigen, die zu Zeiten der japanischen Besatzung für die Unabhängigkeit gekämpft hatten und diejenigen, die sich später gegen Diktatur und für Demokratisierung engagiert haben. Aber auch innerhalb dieser Lager gibt es Spaltungen, im demokratischen Lager etwa gibt es nicht nur eine progressive Fraktion, sondern auch eine konservative, die sich dann wiederum mit früheren Kollaborateuren verbündet hat.

IP: *Neben dieser inneren Spaltung haben wir auch noch die Teilung Gesamtkoreas. Wie wirkt sich die auf Südkoreas Wirtschaft aus?*

Lee: Über viele Jahre haben wir heftig miteinander gestritten, derzeit allerdings

herrscht vollkommenes Schweigen. Das Ende der Sonnenscheinpolitik und die Schließung des durch Südkorea betriebenen Industrieparks im nordkoreanischen Keasong hatte für Südkorea erhebliche wirtschaftliche Konsequenzen. Vom ökonomischen Standpunkt aus wäre man niemals auf die Idee gekommen, diesen Industriekomplex dichtzumachen. Über 120 kleinere und mittlere Unternehmen waren da involviert; die Geschäfte liefen gut. Aber dann kam die politische Entscheidung aus Seoul: Der Park wird geschlossen. Punkt.

IP: *Nun gibt es ja immer wieder Diskussionen über eine Wiedervereinigung Koreas, und gerade Deutschland wird da oft als Vorbild gesehen. Was würde das für die Wirtschaft des Südens bedeuten?*

Lee: Für die großen, global agierenden Konzerne wie Samsung oder Hyundai spielt das kaum eine Rolle. Aber für die kleinen und mittleren Unternehmen, die auf eine Expansion nach Norden hoffen, für die ist die Teilung eine echte Belastung.

IP: *Nun sind ja in Deutschland auch die kleinen und mittleren Unternehmen oft ausgesprochen globalisiert. In Südkorea nicht?*

Lee: Nicht nur das, sie spielen auch gesamtwirtschaftlich keine so große Rolle. Im Vergleich zu anderen Ländern ist der Einfluss der zehn größten Konzerne, der Chaebols, bei uns enorm groß. Man sagt: „Wenn Samsung untergeht, dann geht das Land unter“, und selbst die Wirtschaftspolitik Südkoreas wird zu großen Teilen vom Samsung Advanced Institute of Technology bestimmt. Diese Verflechtungen gibt es seit den siebziger Jahren, aber erst in den neunziger Jahren ist das richtig explodiert – heute ist Samsung mächtiger als alle anderen Konzerne.

IP: *Glauben Sie, dass die von Präsidentin Park angekündigte Reform des Wirtschaftsmodells ausreichen wird, um die Macht der großen Industriegruppen einzuschränken und für wirtschaftliche Demokratisierung zu sorgen?*

Lee: Ich fürchte, das sind nur schöne Worte. Davon mal abgesehen, dass es doch eher die Frage ist, welche wirtschaftlichen Impulse sich durch solche Ankündigungen überhaupt herbeiführen lassen. Viele Experten sagen, die einzige Chance für einen südkoreanischen Wirtschaftsaufschwung wäre Nordkorea. Wenn man bessere Beziehungen zu Nordkorea hätte, wenn die Firmen dort investieren und Infrastruktur aufbauen könnten, dann könnte Südkorea noch einmal so einen Boom wie in den siebziger Jahren erleben. Das würde aber voraussetzen, dass diese Investitions- und Infrastrukturmaßnahmen von



PROF. DR. EUN-JEUNG LEE ist Inhaberin des Lehrstuhls „Koreastudien“ an der Freien Universität Berlin. Sie publiziert regelmäßig zu Themen der deutschen und der südkoreanischen Innenpolitik.

den kleinen und mittleren Unternehmen umgesetzt werden und dass die großen Konzerne das nicht an sich reißen.

IP: *Um noch einmal den Vergleich mit Deutschland zu ziehen: Die Voraussetzungen, die Nordkorea bietet, sind ja noch einmal andere als seinerzeit die der DDR ...*

Lee: Verglichen mit Nordkorea war die DDR das Paradies. Aber die Tatsache, dass wir praktisch bei Null anfangen, ist natürlich auch eine Chance.

IP: *Und wie ist es mit gut ausgebildeten Arbeitskräften? Auch da hatte die DDR ja einiges zu bieten. Kann Nordkorea da mithalten?*

Lee: Durchaus! Das Bildungsniveau in Nordkorea ist hoch. Und davon haben die südkoreanischen Firmen, die in den Kaesong-Industriekomplex investiert haben, sehr profitiert. Da waren 50 000 nordkoreanische Arbeiter beschäftigt, und es war geplant, dass es bis zu einer Million werden sollten.

IP: *Wenn die Option Wiedervereinigung wegfiel – welche Möglichkeiten gäbe es denn sonst, die Wirtschaft zu reformieren und die Macht der großen Unternehmenskomplexe zu beschneiden?*

Lee: Das ist nicht ganz einfach. Schauen Sie sich einmal das Problem der Korruption an: Zurzeit will die Regierung gegen einen Konzern der drei größten Chaebols vorgehen, dem Korruption in großem Maßstab vorgeworfen wird. Und sofort heißt es, dahinter stecke ein politischer Grund. Die Verflechtungen zwischen Politik und Wirtschaft sind also schon so weit gediehen, dass man in der Gesellschaft kein Vertrauen mehr hat. Und mit dem Vertrauen geht ein wichtiges Kapital verloren. Wer mit südkoreanischen Unternehmen Verträge abschließt, dem wird auffallen, dass die eine dreifache, vierfache Absicherung verlangen und dass dennoch solche Verträge nicht immer hundertprozentig verbindlich sind wie in Deutschland.

IP: *In Sachen Rechtsstaatlichkeit bleibt also noch einiges zu tun ...*

Lee: Ja, und das ist vor allem beim Thema Wiedervereinigung ein Problem. Der Erfolg der deutschen Wiedervereinigung basierte ja im Wesentlichen auf der Aufrechterhaltung der Rechtsstaatlichkeit. Nur: Wie bringt man das südkoreanischen Politikern bei?

IP: *Zu den Schattenseiten der südkoreanischen Wirtschaft gehört auch die mangelnde Beteiligung von Frauen am Wirtschaftsleben. In den entsprechenden Rankings liegt man regelmäßig weit hinten. Dem aktuellen Global Gender Gap Report zufolge verdienen Südkoreas Frauen 36,6 Prozent weniger als die Männer, und die Altersarmut bei Frauen ist rund 45 Prozent höher als bei den Männern. Südkorea belegt einen traurigen Platz 115 von 145 Plätzen. Haben Sie den Eindruck, dass da mittlerweile umgedacht oder gegengesteuert wird?*

Lee: Umgedacht wird prinzipiell schon lange. Südkorea ist das Land in Asien, das traditionell die stärkste Frauenbewegung und auch das erste Antidiskriminierungsgesetz hatte. In der Politik, im Parlament sind wir schon ziemlich weit – nicht nur, weil wir eine Präsidentin haben. Nur was die Beteiligung im

Wirtschaftsleben angeht, da hat eine Debatte bisher praktisch nicht stattgefunden. Und sobald Frauen Forderungen stellen, geht eine ausgesprochen rabiante Gegenbewegung los. Erst kürzlich hat ein offensichtlich geistesgestörter Mann eine Frau in einer öffentlichen Toilette in Gangnam, Seoul umgebracht – nur, weil sie eine Frau war. Das hat zum ersten Mal eine öffentliche Debatte über die Frauenverachtung in der Gesellschaft ausgelöst.

IP: *Worauf ist denn die geringe Beteiligung von Frauen am Wirtschaftsleben zurückzuführen? Sind es männlich dominierte Netzwerke, gerade in den großen Konzernen? Ist es die IT-Industrie, in der das nicht anders aussieht?*

Lee: Das hat eher mit dem Thema Familie zu tun. Die Frauenbeschäftigung geht bei den Anfang-20-Jährigen hoch, nach dem ersten Kind runter, um dann ab Mitte 40, 50 wieder zu steigen. Das erklärt die enormen Lohn- und Gehaltsunterschiede und die Altersarmut. Die Frauen, die einen Karrierebruch vermeiden wollen, heiraten erst gar nicht. Gerade hat die Regierung eine Kampagne gestartet, mit der man Frauen ermuntern will, zu heiraten und mehr Kinder zu bekommen.

IP: *Was hilft da? Eine Quote oder, wahrscheinlich wesentlich eher, eine ordentliche Kinderbetreuung?*

Lee: In den neunziger Jahren wurden Frauenquoten für die Führungsetage bei den Unternehmen eingeführt. Seinerzeit hatte die Regierung sogar angekündigt, dass diejenigen Firmen, die sich nicht daran halten, bestraft werden.

IP: *Ist da was draus geworden?*

Lee: Nun ja, zumindest in den vergangenen Jahren gab es in den Führungsetagen auch einige Frauen, im Vorstand muss sogar verbindlich eine Frau sitzen.

IP: *Die berühmte Quotenfrau.*

Lee: Genau. So richtig funktioniert hat die Quotenregel also nicht. Und was das Thema „Vereinbarkeit von Familie und Beruf“ angeht, da gab es eine intensive Diskussion bei uns. Aber statt eine staatlich finanzierte Kinderbetreuung einzuführen oder ein Schulspeisungssystem, hat sich die Regierung entschieden, den Familien, die mehrere Kinder großziehen, mehr finanzielle Unterstützung zu gewähren. Aber eigentlich müsste es darum gehen, das System grundsätzlich so zu ändern, dass sich eine Frau nicht mehr zwischen Kind und Karriere entscheiden muss. Ein Beispiel: Wie heißt das, wenn sich die Eltern in Deutschland in der Schule treffen?

IP: *Elternabend?*

Lee: Eben. In Südkorea finden diese Treffen tagsüber statt. Und dann gibt es eine Reihe von Elterndiensten – Schulspeisung, Schulweghilfe für die Erstklässler – wie soll man das mit einer Berufstätigkeit verbinden?

IP: *Sie haben nicht den Eindruck, dass sich da gerade irgendwas ändert, obwohl das Land eine Präsidentin hat?*

Lee: Nicht im geringsten.

IP: *Und doch, trotz dieser ganzen Probleme, Konflikte und Spaltungen, muss Südkorea ja irgendetwas richtig gemacht haben. Anders wäre der Sprung von einem Land, das in den sechziger Jahren ein niedrigeres Bruttoinlandsprodukt als Nordkorea hatte, zu einem hochentwickelten Industriestaat nicht möglich gewesen.*

Lee: Das eine, was Südkorea von anderen Entwicklungsländern unterscheidet, ist die Tatsache, dass es hier stets einen ziemlich stabilen Beamten- und Verwaltungsapparat gab, der auch nach der Befreiung vom Kolonialismus nicht ganz über den Haufen geworfen wurde – anders als in vielen afrikanischen Staaten.

IP: *Das erklärt die Stabilität. Aber was erklärt die Fähigkeit zur Innovation?*

Lee: Zunächst einmal steht dahinter eine enorme Leistungsbereitschaft. Wenn Sie südkoreanische Studenten unterrichten, dann kann das schon mal ein bisschen nervenaufreibend werden: Fast alle von ihnen glauben, das Zeug zum Nobelpreisträger zu haben [lacht]. Und das, obwohl die Arbeitslosigkeit gerade bei der jungen Generation ähnlich hoch ist wie in Südeuropa. Dennoch spürt man keine Resignation ...

IP: *... sondern Optimismus?*

Lee: Nicht nur das, sondern auch eine gewisse Wut und Entschlossenheit, so ein „Wir lassen uns nicht unterkriegen.“ Angesichts dieser deprimierenden Zahlen ist das erstaunlich.

IP: *Woher kommt denn die hohe Jugendarbeitslosigkeit? Bei einer boomenden, innovativen Wirtschaft würde man doch davon ausgehen, dass es ausreichend Jobs für die junge Generation gibt.*

Lee: Es sind eher bestimmte Sektoren, in denen die Wirtschaft boomt. Da gibt es dann für eine gewisse Elite Jobs, nicht für die Masse der jungen Leute. Dafür haben wir jede Menge Existenzgründungen, allerdings nicht so sehr in der Produktion, sondern eher bei den Dienstleistungen.

IP: *Also bei den technischen Dienstleistungen und IT?*

Lee: Leider nicht. Zumeist finden diese Existenzgründungen in der Gastronomie statt. Im Deutschland nach der Wiedervereinigung dagegen machten sich die Leute eher im produzierenden Gewerbe selbstständig.

IP: *Wie ist es denn in Südkorea mit dem bestellt, was man als „Kultur des Scheiterns“ bezeichnen könnte? Also die Bereitschaft, Risikokapital zu investieren und Rückschläge hinzunehmen, weil man weiß, dass von hundert Leuten, die das neue Facebook oder das neue Twitter ins Leben rufen wollen, nur einer es auch schafft?*

Lee: Das gibt es nicht. Deshalb sind es ja auch große Konzerne wie Samsung, die den Markt beherrschen, nicht die kleineren Start-ups. Und in der Samsung-Kultur ist Scheitern keine Option, da geht es nur darum, der Beste zu sein. Ob das aber wirklich der Weisheit letzter Schluss ist, die Frage wird derzeit von immer mehr Menschen im Land gestellt. Vielleicht bringen die dann noch andere kreative Energien in die Gesellschaft ein, denn bislang ging es nur

darum, die beste Schule, die beste Universität zu besuchen und anschließend bei der besten Firma, also Samsung, zu arbeiten.

IP: *Das ist aber ein ganz schön fundamentaler Software-Change.*

Lee: So was kann bei uns aber ganz schnell gehen. Der Vorteil der südkoreanischen Kultur ist, dass eine Trendwende, wenn sie denn kommt, in einem enormen Tempo abläuft. Das war beim Rauchverbot so, und das könnte auch bei der Kultur des Scheiterns so sein. Südkorea ist ein Land, das innerhalb von zwei Generationen den Umbruch von einer fast vollkommen ländlichen Gesellschaft in eine total urbane, industrialisierte Gesellschaft vollzogen hat. Mittlerweile gibt es eine Gegenbewegung, junge Leute, die wieder aufs Land ziehen. Und wir merken das sogar beim Thema Bildung: Viele Eltern haben die Nase voll vom Drill in den Schulen und schicken ihre Kinder ins Ausland.

IP: *Ist diese Bewegung gegen das Schulsystem vergleichbar mit der in Japan?*

Lee: Durchaus. In Japan hat ja die Diskussion darüber, ob der Weg beste Schule – Tokio-Universität – Toyota wirklich das ultimative Lebensziel ist, schon vor 15 Jahren begonnen. Ähnliche Fragen stellt man sich jetzt auch in Südkorea.

IP: *Wo wir schon beim Vergleich mit Japan sind: Einige Beobachter haben die These Max Webers vom Zusammenhang zwischen protestantischer Ethik und dem „Geist des Kapitalismus“ auf Südostasien übertragen. Sie meinen, dass sich der wirtschaftliche Aufstieg Japans und der Tigerstaaten wie Südkorea mit der konfuzianischen Tradition erklären lasse, mit Werten wie Loyalität, Sparsamkeit, Fleiß, Bildung, Friedfertigkeit und Harmonie. Was halten Sie davon?*

Lee: Nun ja. Wenn man diese Werte als konfuzianisch bezeichnen würde, dann wäre Deutschland auch konfuzianisch, oder?

IP: *Oder Südkorea wäre protestantisch und deutsch.*

Lee: Genau. Wenn Sie heute in Südkorea jemanden fragen, was Konfuzianismus ist, dann werden Sie Mühe haben, eine vernünftige Antwort zu bekommen. So wie man Europa einen christlich geprägten Kulturkreis nennt, so bezeichnet man Südkorea als konfuzianisch, aber das ist lange her. Die Geschichte des 20. Jahrhunderts war bei uns die eines beständigen Bruchs mit der Tradition.

IP: *Aber es scheint doch bestimmte Werte in verschiedenen Religionen zu geben, die wirtschaftlichen Erfolg zumindest begünstigen, Bildung etwa. Beim Protestantismus ist es das Streben nach eigener Erkenntnis, im Judentum gelten Erziehung und Ausbildung als hohes Gut. Und das spielt ja auch im Konfuzianismus eine Rolle.*

Lee: Einverstanden, dieses Streben nach Bildung war in Südkorea immer vorhanden. Was die Chinesen schon im 1. Jahrhundert hatten: ein System, in dem der soziale und politische Aufstieg nicht von der Geburt abhängig war, sondern von der Bildung – ein solches System, eine solche Meritokratie hatten wir in Südkorea spätestens vom 10. Jahrhundert an.

Das Gespräch führten Joachim Staron und Sylke Tempel.

Bild nur in
Printausgabe verfügbar

Start-up-Staat

Fabian Kretschmer | **Seoul gilt als perfektes Versuchslabor für junge Unternehmen. Doch anders als in Berlin oder Tel Aviv wird der Markt vor allem von der Regierung gesteuert, die viel in die dynamische Branche investiert. Schließlich braucht Südkorea kreative Ideen, um konkurrenzfähig zu bleiben. Nur: Die großen Erfolgsgeschichten sind bislang noch rar gesät.**

Wenn Ethan Lee beim alljährlichen Klassentreffen auf alte Schulfreunde trifft, sitzt er meist neben frischgebackenen Ärzten, Anwälten und Samsung-Managern. Oft muss sich der 30-Jährige dann rechtfertigen, warum ausgerechnet er, der brillianteste Student von allen, den Schritt in die Selbstständigkeit gewagt hat – zumal aus freien Stücken. Start-up-Gründer, das klingt im konservativen Südkorea vor allem nach Risiko, Prekariat, Notfallplan. Wegen Leuten wie Lee wird sich das jedoch bald ändern.

An diesem schwülen Juli-Nachmittag sitzt der Jungunternehmer im frisch bezogenen Büro-Loft im Seouler Nobelviertel Gangnam, trägt ein blaues Shirt zur schwarzen Rahmenbrille und spricht über die Pläne, mit seinem 13-köpfigen Team nach Europa zu expandieren. MyMusicTaste nennt sich das soziale

Netzwerk des Südkoreaners, und es soll nichts weniger als die Konzertindustrie revolutionieren: eine Plattform für Fans, die per App ihre Lieblingskünstler mit Crowdfunding in ihre Stadt holen können, ohne von der Gunst eines Konzertveranstalters abhängig zu sein.

„Mein Anfangsgedanke war: Wenn ich nur ein Team aus guten Leuten zusammenbringe, wird schon etwas Erfolgreiches dabei herauskommen“, sagt Lee. Samsung muss das ähnlich gesehen haben, denn das südkoreanische Konglomerat investierte jüngst umgerechnet drei Millionen Euro in MyMusicTaste.

Was Silicon Valley von Seoul lernen kann

Dutzende solcher Ideen florieren derzeit in Seouls aufkeimender Techbranche. Kaum eine Stadt der Welt genießt momentan einen größeren Hype als Start-up-Magnet: Im vergangenen Mai eröffnete Google hier seinen ersten Campus in Asien, das Magazin der *New York Times* titelte „Was Silicon Valley von Seoul lernen kann“, und wenn europäische Zeitungsverleger in die Zukunft mobiler Internetnutzung blicken wollen, buchen sie meist eine Bildungsreise in den ostasiatischen Tigerstaat.

All das ist nicht zuletzt das Ergebnis konsequenter, staatlicher Investitionen: Bereits 1995 erarbeitete die südkoreanische Regierung einen Zehn-Jahres-Plan zum Ausbau der Breitbandverbindungen. Heute verfügt das Land über die schnellsten Internetleitungen der Welt, flächendeckendes Wifi in urbanen Räumen und eine überaus technikaffine Bevölkerung. Nun kündigte das Wissenschaftsministerium an, mit einem 1,5 Milliarden Euro schweren Investitionspaket die mobile Infrastruktur weiter auszubauen. Bis 2020 soll diese tausendmal schneller sein als bisher. Oder anders ausgedrückt: Spielfilme könnten dann in gerade mal einer Sekunde heruntergeladen werden.

Das Land verfügt über die schnellsten Internetleitungen der Welt

Die Strategie der Regierung ist auch ein Eingeständnis an einen sich verändernden globalen Markt: Das System der Chaebols, der koreanischen Konglomerate, die den Motor für das rasante Wirtschaftswachstum der vergangenen 40 Jahre bildeten, steckt seit Jahren in einer Sackgasse. Samsung etwa hat jahrzehntelang sein Geschäftsmodell darauf aufgebaut, existierende Produkte abzukupfern, zu perfektionieren und für einen günstigeren Preis zu verkaufen. All dies basierte auf einer rigiden Arbeitskultur mit strikten Hierarchien, blindem Gehorsam und geradezu militärischer Kameradschaft.

Gegengewicht zu den Chaebols

Längst ist die Dominanz der Chaebols zur Belastung geworden: Während Samsung und LG von massiven Steuervergünstigungen profitieren, geben sie zu wenig an die Gesellschaft zurück. Die fünf größten Unternehmen erwirtschaften mehr als 60 Prozent des Bruttonationalprodukts, stellen aber nur 8,5 Prozent der Arbeitskräfte ein. Zudem verhindern sie systematisch das Gedeihen einer produktiven Unternehmenslandschaft mit kleinen und mittelständischen Betrieben. Sobald ein erfolgreiches Unternehmen eine gewisse Marktgröße erreicht, wird es von den Riesen der Branche aufgekauft.

Ausgerechnet im Nobelviertel Gangnam soll nun ein Gegengewicht zu den großen Konglomeraten entstehen. Hunderte Start-ups haben sich hier angesiedelt, Co-Working Spaces werden trotz der horrenden Mieten gegründet, und auch Googles kürzlich eröffneter Campus befindet sich hier. Mehr als 1,5 Milliarden Euro hat die südkoreanische Regierung in rund hundert Jungunternehmen investiert.

Die erhofften Erfolgsgeschichten lassen aber noch auf sich warten, müssen die Start-ups doch erst mal ein generationenübergreifendes Erbe abschütteln. „Es gibt in Südkorea eine tiefe Angst vorm Scheitern. Wir wollen die Unternehmenskultur von Grund auf ändern“, sagt Jungwook Lim, Leiter der Start-up Alliance, der führenden koreanischen Plattform für Jungunternehmer. „Wandel ist uns Koreanern in der DNA verankert.“

Auf der Suche nach kreativen Ideen

Der Status quo der koreanischen Wirtschaft gibt schließlich Grund zur Sorge. Das Land droht in eine ernste Krise zu schlittern: Rund die Hälfte des Bruttonationalprodukts wird durch Exporte generiert, doch diese sind zuletzt 20 Monate in Folge gefallen. Das liegt vor allem am schwächelnden Nachbarn China, dem mit Abstand wichtigsten Handelspartner Südkoreas. Die Regierung braucht kreative Ideen, um weiter konkurrenzfähig zu bleiben. Diese lassen sich jedoch nicht durch 70-Stunden-Wochen erzwingen. Oft findet man sie einfach auf der Straße.

Nehmen wir das Beispiel von Joon Ho: Als der gebürtige Amerikaner nach Südkorea zog, ins Land seiner Eltern, fielen ihm sofort die unzähligen Restaurants auf, die an jeder Straßenecke wie Pilze aus dem Boden schossen. Doch deren kulinarische Vielfalt war meist überschaubar, die Qualität schwankte, und wer sich im Internet nach alternativen Restaurantempfehlungen umschaute, stieß meist auf getarnte Werbeeinträge oder auf die Einträge von Konkurrenten, die die Mitbewerber madig machen wollten. Also startete Ho seine eigene Liste mit Gourmetgeheimtipps, damals noch als Excel-Datei, die bald auf über 2000 Einträge heranwuchs. Als immer mehr begeisterte Arbeitskollegen eine Kopie davon haben wollten, dachte sich Joon Ho: Das könnte sicher auch eine Nummer größer funktionieren. Drei Jahre später ist seine App „Mango Plate“ Südkoreas beliebtestes Restaurantbewertungstool.

„Seoul ist schlicht das ideale Versuchslabor für internationale Start-ups“, sagt der Enddreißiger, „die Bevölkerungsdichte, das Bildungsniveau der Leute, die Konnektivität – all das ist hier überaus erstaunlich.“ Auf seinem Weg in die Selbstständigkeit entpuppten sich jedoch keinesfalls bürokratische Hürden als größtes Hindernis, auch nicht die finanziellen Risiken. Nein, zuallererst galt es, die eigenen Eltern davon zu überzeugen, seine gut bezahlte und hochangesehene Stelle als Samsung-Angestellter aufzugeben. Ein Problem, mit dem sich Joon Ho nun wiederum als Arbeitgeber konfrontiert sieht: „Es ist definitiv schwierig, die talentiertesten Uniabsolventen für Start-ups zu begeistern. Oftmals werden in Korea Entscheidungen wie die Berufswahl noch immer von den Eltern getroffen.“

Wir wollen die Unternehmenskultur von Grund auf ändern

Auch deshalb sind die Investitionen der Regierung ein wichtiges Signal: um den Eltern des Landes zu zeigen, dass ihre Söhne und Töchter in einer Branche arbeiten, die zwar wenig Sicherheit bietet, aber durchaus Hand und Fuß hat. In Seoul stellt die Stadtregierung öffentliche Büroräume zur Verfügung und schreibt Stipendien aus.

Gleichzeitig bergen die staatlichen Geldzuschüsse aber auch eine Gefahr: Investiert die Regierung zu lange in die Branche, wird sie den kreativen Humus durch Überregulierungen austrocknen. Steigt sie jedoch zu früh aus, könnte die Start-up-Szene noch vor der ersten Blüte im Keim ersticken. Und überhaupt: Vom Staat diktierte Kreativität, kann das funktionieren?

Die Last der Tradition abschütteln

„Jeder in Südkoreas Start-up-Szene hat in irgendeiner Weise von Regierungsgeldern profitiert“, sagt Richard Min. „Natürlich stehen die Beamten aber auch unter Erklärungsnot, warum sie das Geld der Steuerzahler bei uns investiert haben. Wir brauchen daher mehr Erfolgsgeschichten.“ Min gilt als einer der wenigen, der diese produzieren kann: Als Pionier der Branche betreut er seit über 15 Jahren Start-ups als Coach und Mentor. Er kennt die Regeln wie kein Zweiter, um auf dem südkoreanischen Markt bestehen zu können. Als gebürtiger Amerikaner gehört Richard Min auch zu jenen Rückkehrern, die die Tech-szene vor allem in ihren Anfängen maßgeblich beeinflusst haben. Natürlich ist dies kein Zufall, kommt ihnen doch die frische Perspektive auf das Heimatland ihrer Eltern zugute.

Um sich von der Last der Tradition zu befreien, geben sich daher die meisten Mitarbeiter in koreanischen Start-ups westliche Vornamen, kommen auch mal in Shorts zur Arbeit und sprechen möglichst informell miteinander. Vor allem aber scheuen sie auch nicht davor zurück, von einer besseren Welt zu träumen – denn das ist letztlich das Versprechen der Start-up-Welt an die südkoreanische Jugend: Dem Broterwerb eine erfüllende Bedeutung verleihen. Dessen ist sich auch Ethan Lee von MyMusicTaste bewusst. Noch erntet er von seinen einstigen Klassenkameraden trotz seines frühen Erfolgs meist Skepsis und fragende Blicke. „Spätestens in fünf Jahren werden sie mich beneiden“, sagt Lee, „nämlich dann, wenn sie endgültig realisieren, dass ihr Job nichts bewirkt, außer großen Firmen Geld zu bringen.“

Nicht nur einen Job machen, sondern sich selbst verwirklichen



Fabian Kretschmer
berichtet als freier Journalist aus Seoul, u. a. für die taz, Wiener Zeitung und Standard.

Bild nur in
Printausgabe verfügbar

Atomkraft? Ja, bitte!

Detlef Rehn | Seit Fukushima hat die Kernenergie weltweit an Befürwortern verloren. Anders in Seoul, wo die Regierung auf die umstrittene Technik als Garant für energiepolitische Autonomie und ökonomische Gewinne nicht verzichten mag. Derzeit wächst die öffentliche Kritik an diesem Kurs – zumal unkonventionelle Alternativen entwickelt werden.

Die Unterschiede könnten nicht größer sein: In Japan sitzt auch über fünf Jahre nach dem GAU von Fukushima der Schock über die Katastrophe immer noch tief. Zwar unternimmt die kernkraftfreundliche Regierung unter Premierminister Abe vieles, um wenigstens einen Teil der seit März 2011 abgeschalteten Reaktoren wieder ans Netz zu bringen. Doch sie kommt hierbei nur sehr langsam voran: Zu groß sind das Misstrauen in der Bevölkerung gegen die Kernkraft und die Furcht vor einem erneuten Unfall.

Ganz anders ist die Lage in Südkorea. Wie schon ihre Vorgänger fährt auch Staatspräsidentin Park Geun-hye weiterhin einen klar auf Atomkraft ausgerichteten Kurs. Erst im Juni 2016 genehmigte die staatliche Aufsichtsbehörde fast zeitgleich zum fünften Jahrestag des GAUs den Bau eines neuen Reaktors.

Doch was nach „business as usual“ aussieht, ist in Wirklichkeit komplizierter. Vor allem ist Koreas Bevölkerung als Folge von Fukushima, aber auch unter dem Eindruck hausgemachter Skandale sehr viel kritischer gegenüber der Kernkraft als vorher. Das bringt Bewegung in die staatliche Energiepolitik.

Viele Jahre lang basierte die südkoreanische Energieversorgung aufgrund fehlender eigener Ressourcen fast ausschließlich auf importierten fossilen Brennstoffen. Nach den Ölkrisen der siebziger Jahre wandte sich das Land der Kernkraft zu, um die rasch steigende Nachfrage nach Energie und Elektrizität stärker aus eigenen Quellen sichern zu können. Der erste kommerzielle Reaktor ging 1978 in Betrieb. Dank einer sehr offensiven Politik, der auch die Katastrophe von Tschernobyl nur wenig anhaben konnte, kamen danach zahlreiche neue Meiler hinzu. Basierten die ersten Kraftwerke noch auf amerikanischen, kanadischen und französischen Entwürfen, entwickelte Südkorea seit Mitte der achtziger Jahre eigene Standards. Sie kommen jetzt bei allen neuen Meilern zur Anwendung. 2015 verfügte Südkorea über 24 Reaktoren mit einer Nennleistung von zusammen 21,7 Gigawatt; sie stellten rund 23 Prozent der gesamten Stromerzeugungskapazität und produzierten 30 Prozent der Elektrizität. Nur aus Kohle wurde ein noch höherer Anteil erzeugt.

Heute sind 24 Reaktoren am Netz, zwölf sollen hinzukommen

Ein riesiges Geschäft

Wenn es nach der Regierung geht, wird es dabei nicht bleiben. Mehr Kernkraft statt weniger, lautet die Parole im zweiten nationalen Energie-Masterplan, der im Januar 2014 veröffentlicht wurde. Generell sei die Atomkraft für Südkoreas Energiesicherheit, die industrielle Wettbewerbsfähigkeit und die Senkung der CO₂-Emissionen „zurzeit“ alternativlos, heißt es dort. Trotz des Unfalls von Fukushima könne Korea seinen Energiemix nicht radikal verändern, da der Bedarf – im Gegensatz etwa zu Deutschland – steige und das Land zudem nicht in ein internationales Stromnetz eingebunden sei, das wie in Europa je nach Lage Exporte oder Importe erlaube.

Der Energieplan nennt als Ziel für 2035 einen Kernkraftanteil von 29 Prozent an der Stromerzeugungskapazität. Darunter zu bleiben, wie eine Beraterkommission vorgeschlagen hatte, sei „nicht wünschenswert“, heißt es knapp. Die anvisierte Marke liegt zwar deutlich unter den 41 Prozent, die Lee Myung-bak, Parks Vorgänger im Amt des Staatspräsidenten, im ersten Energie-Masterplan vom Sommer 2008 hatte festlegen lassen; dennoch soll die Kernkraftkapazität absolut steigen. Nach dem jüngsten Plan zur langfristigen Elektrizitätsentwicklung vom Juli 2015 sind 38 Gigawatt neu installierter Leistung bis zum Ende des nächsten Jahrzehnts vorgesehen. Dabei sollen zu den bestehenden Meilern zwölf neue hinzukommen; dies wären zwei mehr als ursprünglich geplant.

Dies kommt bei den Chaebols, Koreas großen Industriekonglomeraten, gut an, denn ein riesiges Geschäft winkt: Allein der Ausbau der Kernkraftkapazität soll 34,3 Billionen Won (27,7 Milliarden Euro) kosten. Zusammen mit Kohle- und Flüssigerdgasprojekten will die Regierung bis 2029 etwa 60 Billionen Won in den heimischen Energiesektor stecken. Für Südkoreas Wirtschafts-

entwicklung, die in den vergangenen Jahren deutlich ins Stocken geraten ist, wäre dies eine große Hilfe.

Nukleartechnik soll ein weiterer Export-schlager werden

Viel versprechen sich Regierung und Industriekapitäne auch vom Export von Nukleartechnik. Seit Südkorea Ende 2009 den Zuschlag für die Lieferung von vier Atommeilern in die Vereinigten Arabischen Emirate erhielt, träumt das Land davon, zu einem der international wichtigsten Anbieter zu werden. „Die Nukleartechnik wird nach Autos, Halbleitern und dem Schiffbau der profitabelste Ausfuhrsektor sein“, prognostizierte das Ministerium für Handel, Industrie und Energie (MOTIE) damals und gab das Ziel vor, 80 Reaktoren bis 2030 weltweit abzusetzen. Auch wenn dies nach Meinung der World Nuclear Association wahrscheinlich zu optimistisch ist, kann Südkorea bei seinen Bemühungen bereits erste Erfolge vorweisen: So wurde mit Saudi-Arabien im Januar 2015 eine Absichtserklärung über die Lieferung von so genannten SMART-Reaktoren unterzeichnet: kleine Meiler, die vor allem Strom für die Meerwasserentsalzung produzieren sollen. Eine mögliche Zusammenarbeit erkundet Südkorea auch mit Ägypten, Tschechien, Vietnam und seit Kurzem mit Kenia und dem Iran. Staatspräsidentin Park Geun-hye betätigt sich dabei als „Türöffnerin“ und wirbt auf ihren Auslandsreisen für die Nukleartechnik ihres Landes.

Exportunterstützung soll auch von universitärer Seite kommen. 2012 gründete Koreas größter Elektrizitätsversorger KEPCO die „Kepco International Nuclear Graduate School“. Zu den Master-Studiengängen in Nukleartechnik werden jedes Jahr 80 Studenten zugelassen, die Hälfte davon aus dem Ausland. Die Kalkulation: Haben sie einmal in Korea studiert, sind sie auch offen für koreanische Technik.

Die Bevölkerung wird skeptischer

Doch diese Studenten werden bei ihrem Aufenthalt bemerken, dass die südkoreanische Bevölkerung, die bis zur Katastrophe von Fukushima die energiepolitische Ausrichtung ihres Landes mit großer Mehrheit unterstützt hatte, die Kernkraft inzwischen deutlich reservierter sieht. In einer Bürgerumfrage der Korea Nuclear Energy Agency bezeichneten im Dezember 2015 zwar mehr als 80 Prozent die Kernkraft als „notwendig“, doch nur 41 Prozent der Befragten waren von der Sicherheit der Anlagen überzeugt. Zudem sprachen sich lediglich knapp 34 Prozent für den Ausbau der Kernkraft in Südkorea aus; mehr als 40 Prozent meinten dagegen, der Status quo solle beibehalten werden.

Zur wachsenden Skepsis haben neben dem GAU in Japan vor allem mehrere Skandale beigetragen, unter anderem um gefälschte Qualitätskontrollzertifikate für AKW-Komponenten. Auch hat im Juli 2016 ein für Korea recht starkes Erdbeben im Südosten des Landes nahe der Hafenstadt Busan bereits vorhandene Sicherheitsbedenken noch verstärkt – denn in diesem dicht besiedelten Gebiet befinden sich zahlreiche Reaktoren. An diesen Bedenken ändern auch die offiziellen Beteuerungen nichts, dass die Kernkraftanlagen ohnehin hohen und seit Fukushima noch schärferen Sicherheitsstandards unterlägen.

Auswirkungen der deutlich skeptischeren Haltung der Bevölkerung sind schon sichtbar. So lehnten in Samcheok und in Yeongdeok, zwei kleineren Städten an der Ostküste, die Einwohner im Oktober 2014 und im August 2015 in Bürgerentscheiden mehrheitlich den Bau neuer Kernkraftwerke ab, nachdem sie sich einige Jahre zuvor noch dafür ausgesprochen hatten. Ob es letztlich dabei bleibt, wird abzuwarten sein, sind doch mit der Zustimmung zu einem Neubau erhebliche finanzielle Zuwendungen der Regierung verbunden. Nach koreanischen Pressemeldungen sollte allein Yeongdeok über 60 Jahre verteilt rund 1,5 Billionen Won (1,2 Milliarden Euro) erhalten – das ist viel Geld für einen Ort, der unter der Abwanderung und Alterung seiner Bevölkerung leidet.

Auf die Kehrtwende in den beiden Städten reagierte die südkoreanische Regierung mit knappen Worten: „Illegal“ und „nicht bindend“ seien die Referenden, denn über staatliche Projekte könne nicht auf der Ebene von Gemeinden abgestimmt werden, hieß es. Dennoch weiß Seoul genau, dass ein Konfrontationskurs nicht zum Erfolg führen würde. Daher betonte schon der zweite Masterplan, wie wichtig es sei, möglichen energiebezogenen Konflikten „proaktiv“ zu begegnen.

Was geschieht mit dem radioaktiven Abfall?

Eines der größten Probleme für mehr Kernkraft ist die Lagerung der wachsenden Menge an radioaktivem Abfall. Verbrauchter Brennstoff wird derzeit auf dem Gelände der einzelnen Kraftwerke gelagert, doch sind Kapazitätsgrenzen fast überall in Sicht. Die Regierung hofft, bis 2028 den Standort für eine Endlagerstätte zu finden, wo der Abfall dann ab 2035 deponiert werden soll. Dass dies jedoch sehr schwierig werden dürfte, wissen auch die Verantwortlichen. In keinem Fall will Seoul wie in der Vergangenheit einseitig über einen Standort befinden; stattdessen soll eine Lösung in Beratungen mit den Provinzregierungen und Bürgern gefunden werden. Doch die Erfolgswahrscheinlichkeit ist nicht sehr hoch. Alternativ werde auch über eine Lagerung im Ausland, zum Beispiel in Australien, nachgedacht, heißt es in Zeitungsmeldungen.

Die Regierung sucht eine Endlagerstätte – auch im Ausland

Für schwach- und mittlerradioaktiven Abfall wurde dagegen in Gyeongju, in alten Zeiten Hauptstadt der Silla-Dynastie, ein Standort gefunden. Dort entsteht derzeit auf 200 Hektar eine Deponie; die ersten Fässer wurden im Juli 2015 angeliefert. Die Bürger der Stadt hatten sich Ende 2005 mit überwältigender Mehrheit für das Projekt ausgesprochen und als Entschädigung zunächst 300 Milliarden Won (244 Millionen Euro) erhalten.

Der Bau von Hochspannungsleitungen, die den Nuklearstrom vor allem in das größte Wirtschaftszentrum Seoul transportieren sollen, ist ein weiteres Problem. Zwar wurde in Miryang, nordwestlich von Busan, ein jahrelang sehr umstrittenes Projekt zur Errichtung einer Reihe von Hochspannungsmasten gegen viel Widerstand der Anwohner durchgesetzt; doch solche Konflikte können jederzeit an anderer Stelle wieder auftreten. Da sich Südkoreas Kernkraftwerke mehrheitlich in relativ dünn besiedelten Gebieten befinden und sie große Mengen an Strom produzieren, muss dieser immer zum größten Teil

in die Verbrauchszentren befördert werden. Dies weist auf die grundsätzliche Schwäche des zentralisierten koreanischen Energiesystems hin.

Obwohl Präsidentin Park weiter auf Kernkraft setzt, gibt sie ganz allgemein der Energiepolitik eine neue Richtung: Ging es früher vor allem um eine Vergrößerung des Angebots und einen möglichst hohen Selbstversorgungsgrad an Energie, soll in den kommenden Jahren die Nachfrage im Mittelpunkt stehen.

Niedrige Preise führten zu steigendem Energieverbrauch

Schon ihr Vorgänger wollte den Elektrizitätsbedarf senken. Doch weil die heimischen Strompreise aus sozialen und wirtschaftlichen Erwägungen nicht an die Entwicklung der globalen Energiekosten gekoppelt wurden, blieben sie sehr niedrig und der Verbrauch stieg weiter. Zu dieser „Elektrifizierung des Energiebedarfs“, so die Formulierung des zweiten Masterplans, trugen besonders die Industrie und ihre energieintensiven Zweige bei. So lag der Pro-Kopf-Verbrauch 2013 bei etwas mehr als 10 400 Kilowattstunden; das ist fast 50 Prozent mehr als in Deutschland und ein Drittel höher als in Japan.

Erneuerbare stärker fördern

Die niedrigen Strompreise standen auch der Entwicklung der erneuerbaren Energien im Wege. Zwar war schon im ersten Masterplan davon die Rede, bis 2030 11 Prozent des gesamten Primärenergiebedarfs etwa aus Wind oder Photovoltaik zu bestreiten; doch waren die Bemühungen vor allem wegen fehlender konkreter Anreize nur wenig erfolgreich. Ein Einspeisetarif, der die Abgabe von überschüssigem Ökostrom an die öffentlichen Versorgungsnetze vergütet, wurde Ende 2011 nach neun Jahren wieder beendet. „Zu teuer“, hieß es.

Schon aus Gründen des Klimaschutzes, dem sich das Land inzwischen sehr viel stärker als früher verpflichtet fühlt, will Seoul in den kommenden Jahren die Erneuerbaren stärker fördern. Statt des Einspeisetarifs gibt es einen so genannten Renewable Portfolio Standard. Er fordert die Versorger auf, einen Teil ihrer Energie aus erneuerbaren Quellen zu erzeugen. Für 2016 wurde die Quote auf 3,5 Prozent festgelegt, in vier Jahren soll sie doppelt so hoch sein.

Hiermit eng verbunden ist ein MOTIE-Plan vom Juli 2016, bis zum Ende des Jahrzehnts insgesamt 42 Billionen Won (34,2 Milliarden Euro) in neue Energien investieren zu wollen. Neue Anlagen zur Elektrizitätserzeugung, intelligente Stromzähler und Speichersysteme sollen dabei entwickelt werden. Ob die enorme Summe letztlich wirklich aufgebracht wird und welche Verbindung es zu anderen Energieentwicklungsplänen gibt, ist unklar. Deutlich wird aber, dass Seoul die erneuerbaren Energien sehr viel ernster nimmt als früher.

Nach Energiequellen stellte die Abfallverbrennung 2012 mit fast 70 Prozent den weitaus größten Anteil der Erneuerbaren. Diese Quote wird in den kommenden Jahren zugunsten von Wind, Biomasse und Photovoltaik drastisch zurückgefahren. Das höchste durchschnittliche Jahreswachstum wird bis 2035 für die Solar- und die Geothermie prognostiziert. Überraschend wenig Erwähnung findet die Stromerzeugung aus dem Meer. Dabei ist in Sihwa südlich von Seoul bereits seit August 2011 das weltweit größte Gezeitenkraftwerk in Betrieb, mit einer Kapazität von 254 Megawatt. Weitere Anlagen sind laut Medienberichten geplant.

Daneben werden an verschiedenen Orten neue dezentrale Formen der Energieerzeugung und -verteilung getestet. Die südkoreanische Regierung hofft, bis 2035 etwa 15 Prozent der Stromnachfrage auf diese Weise zu decken. So entsteht in Hongcheon in der Provinz Gangwon östlich von Seoul seit Dezember 2015 eine sich selbst versorgende „Ökoenergiestadt“, die ihren Bedarf aus Biogas, Photovoltaik und Wasserkraft produziert. Neben der Stadt und Provinz sind auch das Umweltministerium in Seoul sowie ein Tochterunternehmen des Mischkonzerns SK an dem Projekt beteiligt. Das niedersächsische „Bioenergie Dorf“ Jühnde dient Hongcheon dabei als Vorbild.

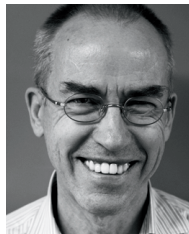
Intelligente Stromnetze sind ein anderes Thema der Dezentralisierung. Hier setzt vor allem KEPCO, Koreas größter Versorger, wichtige Akzente: 2014 verlegte das Unternehmen seinen Sitz nach Naju, 300 Kilometer südlich von Seoul, und baut seither dort ein „Energy Valley“ auf. Bis Frühjahr 2016 hatten mehr als 100 in- und ausländische Unternehmen Absichtserklärungen über eine Kooperation mit KEPCO unterzeichnet. Projektziel ist, eine neue Elektrizitätsinfrastruktur zu schaffen, in der die Stromnetze und die Informations- und Kommunikationstechnik integriert sind. Dabei sollen auf kleinem Raum Stromerzeugung, vor allem aus erneuerbaren Energien, sowie Stromverbrauch und -speicherung bestmöglich verbunden werden, beispielsweise durch intelligente Stromzähler und leistungsfähige Batteriesysteme. Ein anderes Thema ist die Einbindung von Elektroautos in die Infrastruktur.

**Eine Änderung
der Energiepolitik
ist nicht in Sicht**

Weiter wie bisher

Auch wenn dies auf ein allmähliches Umdenken deutet: Südkoreas Energiepolitik wird sich zumindest in der näheren Zukunft nicht grundsätzlich ändern. Die Kernkraft bleibt ungeachtet der wachsenden Skepsis in der Bevölkerung und struktureller Hindernisse die wichtigste heimische Energiequelle, und erneuerbare Träger werden das Angebot – allerdings mit wachsendem Anteil – ergänzen. Warum Korea seine Energiepolitik nicht drastischer umstellt, erklärt Se Young-jang von der Harvard Kennedy School mit zwei Gründen: Zum einen erscheine das Land schlicht nicht in der Lage, eine Politik zu ändern, mit der man vor mehr als 50 Jahren begonnen habe. Dies umso mehr, als die Nukleartechnik für die südkoreanische Wirtschaft inzwischen ein sehr wichtiger geschäftlicher Faktor geworden sei.

Hinzu komme das geopolitische Umfeld. Südkorea ist umgeben von Staaten, die entweder (wie China) sicher über Atomwaffen verfügen, es (wie Nordkorea) wahrscheinlich tun oder (wie Japan) gerne besäßen. Auch vor diesem Hintergrund würde es Seoul sehr schwer fallen, sein Kernenergieprogramm einzuschränken, selbst wenn es, zumindest derzeit, rein zivil ausgerichtet ist.



Dr. Detlef Rehn
war bis Mai 2014 als Korrespondent von Germany Trade and Invest u.a. in Südkorea und in Japan tätig. Er arbeitet seither als freier Journalist in Tokio.

Kleines Wirtschaftslexikon

von Christoph Neidhart

ASIEN-KRISE

Bild nur in
Printausgabe verfügbar

→ In Südkorea ist es nur die „IMF-Krise“: Der Wirtschaftseinbruch in Südostasien ab 1997 wird dem Internationalen Währungsfonds angelastet. Dass man die Krise rasch überwand, hat auch mit dem großen Patriotismus der Südkoreaner zu tun.

Die Südkoreaner sind Patrioten – manche Leute sagen: Chauvinisten. In den Jahrzehnten der Diktatur (1961–1987) waren es nicht nur die Repression und die Aussicht auf ein besseres Leben, die sie mehr schufteten ließen als alle anderen Nationen. Die Propaganda bläute ihnen überdies ein, dass das auch gut so sei, weil sie alle zusammen im Dienste ihrer Nation arbeiteten –

ihre Cousins im Norden hören das aus Pjöngjang bis heute.

In seinem Buch „To Build a Nation“ (1971) brüstete sich Präsident Park Chung-hee, von 1961 bis 1979 Südkoreas Militärdiktator, er habe seinen Landsleuten „Vertrauen und Mut gegeben, die nationalen Ziele im Geist der Einheit zu erreichen“. Zu diesen patriotischen Zielen gehör-

te auch der Wunsch, Nordkorea, das nach dem Korea-Krieg wirtschaftlich stärkere Land, zu überflügeln. In Wirklichkeit hatten die Südkoreaner gar keine Wahl – Park zwang sie einfach zur Arbeit.

Der Militärdiktator war es auch, der dem Land eine Art kulinarische „Fünf-Tage-Woche“ verordnete: An zwei Tagen pro Woche war es den Restaurants verboten, Reis zu servieren, die Grundlage der koreanischen Küche. An den übrigen Tagen sollten die Restaurants Gerste in den Reis mischen, um Reis zu sparen. Park wollte auf keinen Fall Devisen für Reisimporte aus dem Land fließen lassen.

Den Lohn für ihren Fleiß erhielten die Südkoreaner gewissermaßen indirekt, in Form von Neid aus dem Norden. Eine gern kolportierte Anekdote verdeutlicht das: Als die Rotkreuz-Vertretungen der beiden Koreas 1971 zum ersten Mal nach dem Korea-Krieg Gespräche führten, soll der nordkoreanische Delegationsleiter seinem südkoreanischen Gegenüber angesichts des schon damals brausenden Verkehrs in Seoul gesagt haben, so leicht sei er nicht reinzulegen – es sei doch wohl offensichtlich, dass Südkorea für den Besuch seiner Delegation alle Autos des Landes nach Seoul beordert habe. Lee Bum-suk, der spätere Außenminister Südkoreas, soll ihm entgegnet haben: „Da sind Sie uns auf die Schliche gekommen. Aber das war der leichte Teil. Viel schwieriger war es, all die neuen Häuser nach Seoul transportieren zu lassen.“

Wie patriotisch die Südkoreaner wirklich sein können, demonstrierten sie während der so genannten Asien-Krise 1997/98, als viele ihren Goldschmuck und ihre Eheringe

dem Staat stifteten, um die knappen Goldreserven der Notenbank zu vergrößern. In kurzer Zeit kamen mehrere Milliarden Euro zusammen. Und nicht zum ersten Mal: Schon im Jahre 1907 hatten die Koreaner einmal privates Gold gesammelt, um ihrem Staat dabei zu helfen, seine Schulden zurückzuzahlen.

Den Begriff „Asien-Krise“ lehnen die Südkoreaner ab. Sie nennen den Wirtschaftseinbruch 1997 die „IMF-Krise“, nach dem Internationalen Währungsfonds. Zu Beginn der neunziger Jahre waren Investitionen in so genannte Schwellenländer Mode geworden; Banker und Investoren pumpten Milliarden nach Thailand, Südkorea, Indonesien, Malaysia und die Philippinen.

Es bildeten sich Investitionsblasen, die Auslandsschulden dieser Länder stiegen, ihre Währungen wurden überbewertet. Bis die Rückgabe Hongkongs an China und der gleichzeitige Kollaps des thailändischen Bahts, gegen den westliche Spekulanten gewettet hatten, eine typische Anlegerpanik auslösten. Die Gelder aus dem Westen wurden abgezogen, Südostasiens Börsen und Währungen brachen ein.

Dabei wurden auch Staaten angesteckt, deren Wirtschaft eigentlich vergleichsweise gesund war: Südkorea zum Beispiel. Allerdings brachte die Krise die vielen Kreuzbeteiligungen der Chaebols ans Tageslicht. Einige dieser Familienkonzerne waren so hoch verschuldet, dass sie nicht mehr ordentlich entflochten werden konnten. Südkoreas Banken saßen auf faulen Krediten. So brachen auch der Won und die Börse von Seoul ein, und der Notenbank gingen die Reserven aus.

Der IMF eilte herbei, um zu helfen. Aber er kümmerte sich vor allem darum, dass die Guthaben der westlichen Banken und Spekulanten rasch und vollständig zurückgezahlt würden. Dazu zwang er die betroffenen Staaten zu brutalen Sparprogrammen, womit er die Krise noch verschärfte. Dabei wären diese Länder durchaus in der Lage gewesen,

sich „gesund zu exportieren“. Das ist der Grund, weshalb die Südkoreaner von einer „IMF-Krise“ sprechen – sie werfen dem Westen und seinen Institutionen Neokolonialismus vor. Südkorea überwand die IMF-Krise bald, auch dank der Goldspenden. Nur einige überschuldete Chaebols blieben auf der Strecke, sie wurden in Einzelunternehmen zerschlagen.

CHAEBOL

Bild nur in Printausgabe verfügbar

→ Ohne sie wäre das „Wunder am Han“, Südkoreas rascher wirtschaftlicher Aufschwung ab Mitte der sechziger Jahre, nie möglich gewesen: die Chaebols, die „reichen Sippen“. Doch heute sind die Familienkonzerne ausgesprochen umstritten.

Es sind rund zwei Dutzend der Chaebol genannten Familienunternehmen, die noch heute eine bedeutende Rolle im südkoreanischen Wirtschaftsleben spielen. Die Firmengruppen sind über Kreuzbeteiligungen miteinander vernetzt – wie genau, bleibt in der Regel im Dunkeln. Neben der mangelnden Transparenz ist es die schlichte Übermacht einiger von ihnen, die mittlerweile zu einem ernsthaften Problem geworden ist: Samsung allein generiert etwa 20 Prozent der südkoreanischen Wirtschaftsleistung.

Hinzu kommt, dass sich die Macht innerhalb dieser Gruppen auf wenige Personen konzentriert, die ihre Führungsrollen nicht dank ihrer Kompetenz und ihres Fleißes errungen haben, sondern weil sie die Kinder und Enkel der Gründer sind – und sich über den Gesetzen stehend wähnen. Lee Kun-hee, der inzwischen schwer kranke Chef von Samsung, und Chung Mong-koo, der CEO von Hyundai Motors, wurden in den 2000er Jahren wegen Steuerbetrugs, falscher Buchführung und Unterschlagung zu drei

Jahren Haft verurteilt. Sie saßen jedoch keinen einzigen Tag ihrer Strafen ab. Im Falle von Chung hieß es, er sei zu wichtig für die Wirtschaft Südkoreas, als dass man drei Jahre auf ihn verzichten könnte.

Im so genannten „Nuss-Skandal“ erlaubte es sich Cho Hyun-ha, eine Tochter der Familie, die Korean Air und die Reederei Hanjin beherrscht, in der ersten Klasse eines Fluges von New York nach Seoul einen Flugbegleiter unflätig zu beschimpfen, weil er ihr Macadamia-Nüsse falsch serviert hatte. Noch in New York ließ die damalige Vizepräsidentin von Korean Air die Boeing von der Rollbahn zum Gate zurückkehren und den Flugbegleiter von Bord werfen.

Viele Beobachter in Südkorea fürchten, die Chaebols könnten an der Inkompetenz dieser dritten Führungsgeneration zerbrechen. Selbst wenn nur ein Chaebol unterginge, könnte er, kraft seiner Größe, das ganze Land in eine Wirtschaftskrise stürzen. Die sogenannte Asien-Krise 1997/98 bot einen Vorgeschmack – etwa mit der Pleite von Daewoo.

Um hier gegenzusteuern, versuchten die Staatspräsidenten Kim Dae-jung und Roh Moo-hyun, die Chaebols in einzelne Firmen zu zerschlagen. Hyundai Motors ist seither ein eigenständiges Unternehmen, zu dem heute auch Kia gehört. Mit den Werften von Hyundai, dem Bauunternehmen und dem Reiseveranstalter Hyundai Asan ist der Autobauer nicht mehr vernetzt. Aber Präsident Lee Myung-bak (2008–2013), der selbst als Manager eines Chaebols Karriere gemacht hatte, mochte die Demontage der Familienunternehmen nicht weiterführen. Und Präsidentin Park Geung-hye, Toch-

ter von Militärdiktator Park Chung-hee, schon gar nicht. Kein Wunder, denn Parks Vater ist quasi der Vater der Chaebols oder zumindest ihr Pate. Als der damals 43-jährige Ex-Offizier der japanischen Armee 1961 die Macht an sich riss, war Südkorea eines der ärmsten Länder der Welt. Das würde es auch lange bleiben, meinten die Experten der Weltbank und des IWF unisono. Südkorea hatte keine Ressourcen, die es hätte exportieren können, und keine industrielle Basis. Es war verarmt und vom Korea-Krieg völlig zerstört. Die USA finanzierten 75 Prozent seines Militär- und die Hälfte seines zivilen Staatsbudgets, um sich Südkorea als Bollwerk gegen den Kommunismus zu erhalten. Aber Washingtons Bereitschaft, das korrupte Regime von Rhee Syng-man zu stützen, sank ab Anfang der sechziger Jahre rapide. Und Park hatte als japanischer Offizier in der Mandschurei gesehen, wie die Japaner ein rückständiges Land entwickelten.

Er wollte die westlichen Experten widerlegen. Die Grundidee des japanischen Modells ist es, möglichst alle Importe zu substituieren und eine Exportindustrie aufzubauen. Dafür brauchte Park Partner. Die fand er in den Familien der Kriegsgewinnler, die während des Korea-Krieges und danach mit der Not ihrer Landsleute und als Dienstleister für die US-Armee Geschäfte machten: Chung Ju-yung etwa, der Gründer von Hyundai (siehe auch „Wer bewegt Südkoreas Wirtschaft“, S. 54). Als die US-Armee gleichsam über Nacht Quartier für 100 000 Mann brauchte, empfahl er den Offizieren seinen älteren Bruder als „Bauunternehmer“, obwohl dessen Firma damals aus nur fünf Leuten und einem Ochsenkar-

ren bestand. Chung versprach, Unterkünfte zu organisieren. Er requirierte Schulhäuser, seine Leute desinfizierten sie und strichen sie neu. Die Soldaten zogen ein, die Offiziere waren zufrieden. Weitere Aufträge folgten, bald auch Bauvorhaben. Die Amerikaner hätten nie nach dem Preis gefragt, erinnerte sich Chung später. In seiner Garage baute er Army-Jeeps um, erledigte mit Kleinlastern bald auch Transporte für die Amerikaner – und holte seine fünf Brüder ins Geschäft. Nach Ende des Korea-Kriegs 1953 erhielt er Aufträge für den Wiederaufbau; die Amerikaner blieben seine besten Kunden.

Solche Leute scharte Park Chung-hee um sich. Männer, die improvisieren konnten, die wenig Skrupel hatten und viel wagten. Zusammen mit ihnen machte er neue Industriezweige ausfindig, in deren Aufbau er dann Staatsgelder investierte. Er garantierte den Unternehmern den Inlandsabsatz, indem er die Grenzen schloss, und sorgte für billige Produktionsbedingungen. Dazu brachte er alle, die Arbeitnehmerrechte einforderten, zum Schweigen; Oppositionelle ließ er verfolgen.

Mit den Chaebols wuchs auch die südkoreanische Wirtschaft, und die Familienkonzerne entwickelten sich zu immer komplizierteren Konglomeraten, von denen niemand wusste, wie wirtschaftlich gesund sie waren. Solange Südkorea eine Diktatur war, durften die Chaebols praktisch tun, was sie wollten, wenn es nur dem Wachstum diente. Und weil Südkorea rasch wuchs, konnten die Chaebols immer wieder aus ihren finanziellen Problemen herauswachsen. In einer entwickelten Industriegesellschaft ist das heute kaum mehr möglich. Zumal die Weltwirtschaft in den

vergangenen Jahren wenig Gelegenheit zur Expansion geboten hat und Südkoreas Exportkonzerne billigere Konkurrenten aus China abwehren müssen. Damit hat derzeit Hanjin zu kämpfen, der Chaebol des Cho-Clans, dem Korean Air und Hanjin Shipping gehört. Die siebtgrößte Reederei der Welt musste im September Konkurs anmelden; Cho Yang-ho, der Patriarch des Chaebols, war schon im Frühjahr von den Gläubigern seiner Funktionen enthoben worden.

Einige andere Chaebols, SK und LG etwa, scheinen ordentlich zu funktionieren, aber auch SK machte Negativschlagzeilen. So wurde SK-Boss Choi Tae-won 2013 wegen Unterschlagung verurteilt: Er sollte für vier Jahre ins Gefängnis, wurde aber von Staatspräsidentin Park begnadigt.

Samsung, der größte Chaebol, reitet derzeit mit seiner Elektroniksparte auf einer Welle des Erfolgs. Doch in Seoul zweifeln viele auch an der Führungskompetenz von Samsungs dritter Generation und fürchten, eine Samsung-Krise könnte das ganze Land in eine Rezession reißen.

Hyundai Motor, der viertgrößte Autobauer der Welt, versucht sich seit der Aufspaltung des Hyundai-Chaebols im Jahr 2000 von anderen Hyundai-Unternehmen und ihren Schwierigkeiten abzugrenzen und sich als modernes globales Unternehmen zu positionieren. Der Öffentlichkeit gilt jedoch auch Hyundai Motor weiterhin als Chaebol, zumal mit dem 78-jährigen Chung Mong-koo noch immer der Sohn des Chaebol-Gründers an der Spitze steht.

Einst galten die Familienkonzerne als geachtete, patriotische Institutionen. Heute möchten zwar noch immer viele junge Leute bei ihnen arbei-

ten, aber vor allem für die dritte Generation, die mit einem goldenen Löffel geboren wurde, wie die Südkoreaner sagen, haben viele nur noch Verach-

tung. Die Chaebol-Familien haben bis heute nicht verstanden, dass die Zeiten endgültig vorbei sind, in denen die Gesetze für sie nicht galten.

E-SUCHT

Bild nur in Printausgabe verfügbar

→ 10 Prozent der südkoreanischen Jugendlichen sind Internet-abhängig, weitere 20 Prozent sind gefährdet. Die Regierung hat die Epidemie erkannt, doch allzu sehr möchte sie die Computerindustrie nicht bremsen – E-Leben ist ein Exportfaktor.

Südkorea ist nicht nur das vernetzteste Land der Welt, es ist auch das Land mit der höchsten Smartphone-Dichte und das Mekka des E-Sports. So nennt man Computergame-Wettkämpfe, die Spiele wie „Starcraft II“ oder „Global Offensive“ bieten. Bereits seit 2003 gibt es hier eine E-Sport-Profiliga, ihre Teams werden von großen Konzernen gesponsort. Der E-Sport-Verband überwacht 25 Spielkategorien.

Manche Meisterschaftswettkämpfe finden auf Bühnen in Einkaufszentren statt. Die so genannten Cyberathleten sitzen an großen Desktop-Computern, sie tragen einheitliche Trainingsanzüge wie Sportler, erinnern sonst jedoch kaum an Ath-

leten: Bleiche, oft schwächliche Jünglinge starren angespannt auf ihre Bildschirme und zucken nervös mit ihrer Computermaus oder tippen rasant auf ihrer Tastatur. Im spärlich besetzten Publikumsraum sitzen vor allem junge Mädchen. Die besten E-Sportler sind ihre Helden und die Sieger spritzen mit Champagner wie die Formel-1-Piloten. Hunderttausende junge Südkoreaner spielen zuhause am Computer oder im Internet-café ebenfalls um Punkte eines Rankingsystems.

Manche Südkoreaner sind ernsthaft der Ansicht, E-Sport sei eine Sportart der Zukunft, die dem physischen Sport gleichgestellt werden sollte. Der E-Sport-Verband ist mit dem

Olympischen Komitee verhandelt und wird vom Kulturministerium anerkannt. Es gibt Fernsehkanäle, die ausschließlich über E-Sport berichten.

Die Kritiker des E-Sports werfen der IT-Industrie vor, sie mache das ganze Volk zu Versuchskaninchen, zumal nicht nur der Sport virtuell geworden sei, sondern das halbe Leben. Wer nicht alleine essen mag, kann über eine Videoverbindung einer jungen Dame beim Essen zuschauen. Und natürlich gibt es E-Sex.

Die Kehrseite dieses Fortschritts ist die Internetsucht. 10 Prozent der Jugendlichen sind internetabhängig, weitere 20 Prozent gefährdet, so das Gesundheitsministerium. Betroffen sind fast ausschließlich junge Männer. Zu Beginn waren es die Computerspiele auf den großen Bildschir-

men, heute trägt jeder Jugendliche die Versuchung zur Sucht ständig in der Tasche: das Smartphone.

Die Regierung hat die Epidemie inzwischen erkannt, sie stellt sie der Alkoholabhängigkeit gleich. Der Grad der Sucht wird mit der so genannten K-Skala gemessen, die auch international zur Anwendung kommt – K steht für Korea. 140 E-Sucht-Beratungszentren wurden geschaffen und Entzugslager für Jugendliche organisiert, die von der Regierung finanziert werden. Smartphone-freie Internate erfreuen sich eines großen Zulaufs, oft sind sie die letzte Hoffnung der Eltern. Die Computerspiele-Industrie jedoch möchte die Regierung nicht bremsen, schließlich gilt das E-Leben nicht nur als Fortschritt, sondern ist für Südkorea auch ein Exportfaktor.

FLEISS UND ARBEITSWUT

Bild nur in
Printausgabe verfügbar

→ *Die jungen Leute seien faul geworden, hört man heute in Südkorea häufig. Zugeben: Sie arbeiten „nur“ noch fünf Tage – aber noch immer rekordverdächtig viel. Gut für die Wirtschaft – schlecht für den Inlandstourismus, denn Urlaub fällt meist aus.*

Ein Land, „in dem es keine Kapitalisten, keine Protestanten, keine Kaufleute, kein Geld, keine Ressourcen,

keinen Schwung, keine erkennbare Geschichte des Handels und keine industrielle Entwicklung“ gebe,

ein solches Land habe keine Chance, sich zu entwickeln. So fasst der Historiker Bruce Cumings die Vorurteile des Westens nach dem Korea-Krieg zusammen.

Korrespondenten und Vertreter des IMF schilderten das südliche Korea als „hoffnungslosen Fall“. Zumal die Südkoreaner „faule Tölpel“ seien. Letzteres Vorurteil hatte der Westen von den Japanern übernommen. Zudem stinke es überall nach Kuh- und menschlichem Dung, berichteten die US-Soldaten, die am Korea-Krieg teilnahmen. Die Südkoreaner düngten ihre Reisfelder damit.

Nur zwei Jahrzehnte später begannen amerikanische Unternehmen, ihre Produktion nach Südkorea auszulagern – wie später nach China. Die Arbeiter seien hier fleißiger, disziplinierter, schneller und aufmerksamer als in den USA. Zudem arbeiteten sie sechs Tage pro Woche, nicht nur fünf. Die Unternehmer konnten die Fließbänder 30 Prozent schneller laufen lassen. Damit waren die südkoreanischen Arbeiter 2,5 Mal produktiver als ihre US-Kollegen, dennoch mussten die Fabrikanten ihnen nur 10 Prozent jenes Lohnes zahlen, den ein Amerikaner verlangt hätte.

Der Fleiß der Menschen in Ostasien wird gerne mit dem Konfuzianismus erklärt. Das ist Unsinn. Südkorea war in der Zeit seines raschen Aufschwungs eine finstere Diktatur, die ihre Wirtschaft zentral plante, den Plan jedoch einem beschränkten kapitalistischen Wettbewerb unterwarf und den Menschen an der Basis Bedingungen wie im 19. Jahrhundert zumutete. Jede gewerkschaftliche Regung wurde unterdrückt. Es galten weder Sicherheits- noch Umweltschutz- oder Arbeiterschutznor-

men, wie sie in den USA üblich waren. Zugleich pumpte Washington Milliarden in das Land, um es dem eigenen, antikommunistischen Lager zu erhalten – und öffnete Südkorea den US-Markt.

Demokratie oder Menschenrechte spielten in Washingtons Überlegungen keine Rolle. Historiker Cumings findet es absurd, Park Chung-hees Rigorismus und Dirigismus mit „asiatischen Werten“ erklären zu wollen. Der Konfuzianismus half den „alten Patriarchen, deren einzige Legitimation die Tradition war, höchstens, sich an der Macht zu halten“. Wenn die Leute in Südkorea härter arbeiteten als anderswo, dann war das eine Frage des Überlebens. Und immerhin verbesserte sich ihr Alltag damals jedes Jahr spürbar, zumindest wirtschaftlich.

Heute hört man in Südkorea gelegentlich, die jungen Leute seien faul geworden. Sie arbeiten „nur“ noch fünf Tage, allerdings immer noch mehr Stunden als in den anderen OECD-Ländern. Sie haben zwar Anrecht auf Urlaub, doch viele nehmen ihn nicht, oder nur wenige Tage. Alte Gewohnheiten ändern sich nur langsam; der soziale Druck ist nach wie vor groß. Man geht beispielsweise noch immer nicht nach Hause, bevor der Chef das Büro verlässt. Das hatten die wechselnden Regierungen jahrelang gepredigt. Auch der Fleiß der Schüler und Studenten ist eine Folge von Druck, in diesem Fall des Konkurrenzdrucks und des Drucks der Eltern.

Die Regierung versucht inzwischen, das zu ändern, nicht zuletzt, um den Inlandstourismus als Wirtschaftszweig zu fördern. Die Südkoreaner sollen mehr Geld ausgeben,

um die Wirtschaft anzukurbeln. So sollen sie künftig beispielsweise Skilaufen in Pyeongchang, dem Austragungsort der Olympischen Winterspiele 2018. Präsidentin Park

Geun-hye jedoch blieb die fünf Tage Sommerurlaub, die sie sich im Juli nahm, im Blauen Haus, ihrem Amtssitz, um zu arbeiten – wie schon im vorigen Jahr.

HAGWON

Bild nur in Printausgabe verfügbar

→ *Wer in der Seouler U-Bahn um Mitternacht Schüler über ihren Ranzen einschlafen sieht, der weiß, dass Aufnahmeprüfungen anstehen. Der Leistungsdruck macht das Betreiben von Nachhilfeschulen zu einem profitablen Geschäft.*

Jeweils am zweiten Donnerstag im November kommt Südkorea für einige Stunden fast zum Erliegen. Eine gute halbe Stunde lang schließen sogar die Flughäfen. Viele Firmen fangen an diesem Morgen später an, um den Verkehr zu beruhigen. Die Primaner des ganzen Landes legen an diesem Vormittag ihre „Suneung“ ab, die nationale Aufnahmeprüfung für die Universitäten. Taxifahrer bringen Schüler, die spät dran sind, umsonst an den Prüfungsort; zuweilen springt sogar die Polizei mit Blaulicht ein.

Das Flugverbot gilt für die Zeit, in der das Hören englischer Vokabeln getestet wird. Im Multiple-Choice-Verfahren werden außerdem Koreanisch und Literatur, Mathematik, Natur-

wissenschaften, Geografie und Geschichte geprüft. Die Punktzahl aus dem Suneung entscheidet, für welche Universität man sich qualifiziert – und damit über die späteren Berufsaussichten. Einige Chaebols rekrutieren nur Absolventen von Eliteunis, und viele Südkoreaner halten sie noch immer für die besten Arbeitgeber.

Die Schüler haben jahrelang auf diesen Tag hin gebüffelt, sie sind Abend für Abend in die Hagwon geströmt, wie man die Nachhilfeschulen nennt. Oft bis spät in die Nacht, manche seit der Kindergartenzeit. Dort haben Lehrer ihnen endlos Multiplikationsreihen, Vokabeln und später chemische Formeln eingetrichtert. In der U-Bahn von Seoul sieht man noch

kurz vor Mitternacht Kinder über ihren Schulranzen einnicken. Der Leistungsdruck in Südkorea ist enorm, die Kosten der Hagwons für Eltern auch.

Im Land gibt es etwa 80 000 Hagwons; das Betreiben dieser Schulen ist ein ausgesprochen profitables Geschäft. Angeblich sollen angesehene Hagwons die Immobilienpreise in ihrer Umgebung anheizen, weil wohlhabende Familien dort wohnen wollen. Der Erziehungsminister hat vor einigen Jahren verfügt, Hagwons müssten spätestens um 22 Uhr schließen. Aber die Regionalverwaltungen halten sich nicht daran, die Sperrstunde ist bei den ehrgeizigen Eltern unpopulär.

Das Leben mancher Mütter dreht sich einzig und allein um die schulische Leistung ihrer Kinder. Das führt dazu, dass die Sozialerziehung

zu kurz kommt – und dass Südkorea für seine Wirtschaft zu viele Uniabgänger und zu wenig Praktiker und Handwerker ausbildet.

Die Wertschätzung der Südkoreaner für Bildung ist freilich viel älter als das Hagwon-System. Sie geht auf Konfuzianismus und Buddhismus zurück. Gemäß der koreanischen Geschichtsschreibung eröffnete im Jahr 372 n. Chr. eine erste öffentliche Schule ihre Tore – für den Yangban, den landlosen Adel. Lehrer waren damals hochangesehen, schon in vormoderner Zeit gingen auch viele Jungen auf den Dörfern in eine Schule. Der Leistungsdruck und ein strenger Wettbewerb wurden in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts über diese Traditionen gestülpt – nach dem Krieg vor allem, um die Wirtschaft anzukurbeln.

INNOVATION

Bild nur in
Printausgabe verfügbar

→ *Neue Erfindungen und Kreativität von „unten“ – das fand in Südkorea lange Zeit praktisch nicht statt. Mittlerweile hat man umgedacht und fördert den Pioniergeist auch staatlich. Mit Erfolg: Seouls Start-up-Szene blüht.*

Innovation kam in Südkorea traditionell von oben, auch noch lange nach den Zeiten der Diktatur. Sie

wurde verordnet – und erschöpfte sich oft in der Nachahmung ausländischer Vorbilder. Aber Südkorea lernt

schnell. Seit einigen Jahren führt die halbstaatliche Exportförderung Besuchern gerne Start-ups vor. Zu Beginn waren das meist neu geschaffene Unterabteilungen großer Elektronikkonzerne oder ausgegliederte Bereiche. Die ersten Internet-Start-ups entstanden nach der sogenannten Asien-Krise 1997/98, als viele Chaebols Abteilungen schließen mussten.

Die Ingenieure hatten gar keine andere Wahl, als selber anzufangen. Da zugleich das Breitbandnetz rasch ausgebaut wurde und überall Internetcafés entstanden – 1997 gab es im ganzen Land etwa 100, fünf Jahre später bereits 25 000 –, wuchs der Markt für koreanischsprachige Online-Games explosionsartig. 80 Prozent der Kunden nutzten die Internetcafés für Unterhaltung, im Wesentlichen für Spiele.

Südkoreanische Unternehmen entwickelten Anwendungen, die später – von Firmen in anderen Ländern erarbeitet – weltweit den Durchbruch schafften: ein Programm für Internettelefonie, Jahre bevor es Skype gab, einen Kurznachrichtendienst à la Whatsapp oder Spracherkennungs-Software. Mit „Naver“ und „Daum“ hat Südkorea auch seine eigenen Suchmaschinen, die älter sind als Google und den Markt bis heute beherrschen. In Südkorea „googelt“ man nicht, der Gigant aus Kalifornien rangiert hier unter ferner liefen.

Doch außer den Spieleentwicklern gelang es kaum einem Start-up, sich über die Grenzen Südkoreas hinaus durchzusetzen. Das mag an mangelnden Sprachkenntnissen gelegen haben, vor allem aber am Geld. Bis vor Kurzem hatten südkoreanische Start-ups große Mühe, Startkapital zu finden; es gibt keine Venture-

Kapitalisten. Deshalb warfen sich viele bei erster Gelegenheit in die schützenden Arme eines Chaebols.

Inzwischen hat nicht nur der Staat erkannt, dass die Kreativität und die Risikobereitschaft nachlassen, je größer ein Unternehmen ist – auch, wenn ein kleines Start-up in einem Konzern aufgeht. Seit einigen Jahren bietet der Staat deshalb Starthilfen und -kapital an, und Venture-Kapitalisten aus Kalifornien haben Vertretungen in Seoul aufgebaut.

Zudem sind so genannte Inkubatoren entstanden, Institutionen, die Räume und Infrastruktur für Firmengründer bereitstellen und Schulungen anbieten. Unter anderem stehen Seminare mit erfolgreichen Start-up-Unternehmern auf dem Stundenplan. Viele von ihnen residieren in der zuweilen schon als „Start-up-Straße“ bezeichneten Teheran-Ro im Nobelbezirk Gangnam von Seoul. Der spektakulärste Inkubator in Seoul ist freilich der „Google-Campus“. Der globale Branchenführer versucht durch diese Hintertür auch Südkorea zu gewinnen.

Dass manche Neugründungen dennoch Mühe haben, qualifizierte Mitarbeiter zu finden, hat damit zu tun, dass Eltern nicht verstehen wollen, warum ihre Kinder die Chance auf einen Job bei Samsung oder LG gegen das Risiko eintauschen wollen, selbst ein Unternehmen zu gründen.

In Südkorea adaptiert man Innovationen nach anfänglicher Skepsis meist schneller als anderswo. Ein Beispiel: Bis vor wenigen Jahren zahlte man nur in bar, inzwischen rangeln zahlreiche Start-ups darum, Zahlungen übers Smartphone abzuwickeln. Zur Beschleunigung des Übergangs hat die Regierung beschlossen, bis 2020 alle Münzen abzuschaffen.

Allerdings klagen „echte“ Start-ups, kleine neue Firmen, die eine App entwickelt haben, die Großen würden ihre Ideen stehlen und kopieren. Zu den Großen gehören inzwi-

schen auch jene zwei Suchgiganten, die vor 15 Jahren als Kleine begannen, Daum und Naver. Naver wurde 1998 von ehemaligen Samsung-Ingenieuren gegründet.

NACHBAR IM NORDEN

Bild nur in
Printausgabe verfügbar

→ Bis Ende der sechziger Jahre war es das wirtschaftlich stärkere Korea, doch heute wäre Nordkoreas Situation mit „prekär“ noch freundlich umschrieben. Der unberechenbare Nachbar bleibt ein enormes Risiko für Seoul – auch ökonomisch.

Nordkorea beunruhigt die ganze Welt, nur die Südkoreaner beschäftigen sich kaum mehr mit dem isolierten und oft unberechenbaren Regime an ihrer nördlichen Grenze. Seit in Seoul 2008 die Konservativen an die Macht zurückgekehrt sind und die Diktatur in Pjöngjang mit dem 32-jährigen Kim Jong-un in der dritten Generation angekommen ist, finden kaum noch Familienzusammenführungen statt. Und wenn es doch noch geschieht, dann bricht das den über 80-jährigen Koreanern, die ihre Verwandten, zuweilen Geschwister, zum ersten Mal seit 65 Jahren wiedersehen, beinahe das Herz. Für viele Jüngere dagegen, die ihre Großmütter und Onkel begleiten, sind die Familientreffen bloße

Pflichtübung. Sie haben kaum mehr Gefühle für das Bruderland, von dem sie auch gar nicht viel wissen.

Südkoreas Gesetze verbieten jeden unautorisierten Kontakt nach Nordkorea unter Strafandrohung, Besuche sowieso. Der Norden würde freie Kontakte erst recht nicht zulassen. Es gibt keine Post und keine Telefonverbindungen zwischen den beiden Koreas. Nach dem Waffenstillstand 1953 wussten viele Menschen Jahrzehnte lang nichts von ihren Angehörigen auf der anderen Seite der Demilitarisierten Zone (DMZ), wie die Waffenstillstandslinie entlang des 38. Breitengrads genannt wird.

Bis Ende der sechziger Jahre war Nordkorea das wirtschaftlich stär-

kere Land. Zwei Drittel der koreanischen Industrie lagen nach der Grenzziehung im Norden, sie wurde mit Hilfe der Sowjets nach dem Korea-Krieg wieder aufgebaut. Mit militärischer Strenge mobilisierte das Regime Arbeitskräfte. Dazu unterstützten der sowjetische Machtblock und China die Demokratische Volksrepublik Korea, wie das Land offiziell heißt. Es war ein Frontstaat im Kalten Krieg.

Südkorea, durch die Teilung abgeschnitten von seiner früheren industriellen Basis, versank in Korruption, Repression, Stagnation und Chaos. Das wirtschaftliche Ungleichgewicht wuchs in den fünfziger Jahren sogar noch. Südkorea war eines der ärmsten Drittweltländer. Die wachsende Diskrepanz trug zur Dringlichkeit bei, mit der Diktator Park Chung-hee, nachdem er sich im Mai 1961 an die Macht geputscht hatte, die Modernisierung der Wirtschaft vorantrieb. Wenn Nordkorea dem Süden davoneilte, drohte sich das auch auf das militärische Potenzial auszuwirken. Denn 1961 hatte die Sowjetunion den ersten Menschen ins All geschickt sowie die Berlin- und die Kuba-Krise verursacht. Der Westen musste nun wieder auf Südkorea schauen.

Während also Südkoreas Wirtschaft in den folgenden Jahren mit dem „Wunder am Han“ im Schnitt um 9 Prozent jährlich wuchs, geriet die Wirtschaft des Nordens mehr und mehr ins Stocken. 1979 konnte Pjöngjang seine internationalen Schulden nicht mehr begleichen, von der Effizienz seiner Planwirtschaft war nichts mehr übrig. Mit dem Kollaps der Sowjetunion verlor man auch noch die Einbindung in den sowjetischen Wirtschaftsraum. Die staatli-

che Verteilung, die alle Nordkoreaner gegen Bezugsmarken mit Lebensmitteln versorgte, brach zusammen. Die Infrastruktur, die auch heute noch aus der japanischen Kolonialzeit stammt, wurde immer maroder. 1995 bis 1997 kam es zu einer Hungersnot, der nach Schätzungen ein bis zwei Millionen Menschen zum Opfer fielen. Aus humanitären Gründen unterstützten Südkorea, die USA, China, Japan und andere Länder den Norden ab 1995 mit Lebensmitteln, Dünger und Energie.

War der Süden in den ersten anderthalb Jahrzehnten nach dem Korea-Krieg das arme Korea, ist heute die südkoreanische Wirtschaft 40 Mal größer als jene des Nordens, das Pro-Kopf-Einkommen beträgt etwa das 18-Fache.

Die Präsidenten Kim Dae-jung (1998–2003) und Roh Moo-hyun (2003–2008), beide ehemalige Menschenrechtler, leiteten mit der so genannten „Sonnenscheinpolitik“ ein Tauwetter zwischen den beiden Koreas ein. 2002 eröffnete Hyundai Asan, eine Nachfolgefirma des demontierten Hyundai-Chaebols, jenseits der DMZ auf dem Gebiet der nordkoreanischen Stadt Keasong einen Industriepark. 123 kleine und mittlere südkoreanische Unternehmen produzierten hier mit 53 000 (billigen) Arbeitskräften aus dem Norden Güter der Leichtindustrie: Schuhe, Kleider und Uhren.

Für Nordkorea wurde der Industriepark Kaesong zur wichtigen Einnahmequelle, der innerkoreanische Handel wuchs auf etwa 2,4 Milliarden Euro jährlich. Seoul hatte viel größere Pläne: Wenn Nordkorea sich dereinst öffne, so die Überlegung, dann würde es für die Dauer einer

Generation zum billigen Produktionsstandort – wie es Südkorea einst war, dann China und heute Vietnam. Mit Kaesong hatte Seoul bereits einen Fuß in der Tür.

Kaesong funktionierte mit einer Unterbrechung von April bis August 2013 ziemlich reibungslos. Für Nordkorea war Kaesong nicht nur wirtschaftlich wichtig, die Anlage bot den Arbeitern auch ein Fenster zum Süden. Im Februar 2016 schloss Seoul den Park als Sanktionsmaßnahme, weil Nordkorea mit Atom- und Raketenstarts gegen UN-Resolutionen

verstoßen hatte. Auch der Süden hatte von Kaesong profitiert, vor allem der Mittelstand. Die Schließung trug zur derzeit schlechten Stimmung in der südkoreanischen Wirtschaft bei. Noch bedrohlicher ist, dass mit Kaesong das letzte gemeinsame Projekt der Bruderstaaten gescheitert ist. Zumindest vorerst. Das macht Nordkorea unberechenbarer, was wiederum die Wirtschaft des Südens belastet. Der Wechselkurs und die Börse reagieren empfindlich auf jede der Provokationen, mit denen Pjöngjang die Welt immer wieder überrascht.

OLYMPIA

Bild nur in Printausgabe verfügbar

→ Anders als noch im Sommer 1988 in Seoul muss sich Südkorea bei den Winterspielen in Pyeongchang 2018 nicht mehr als innovative Industrienation beweisen. Doch werden es wirklich die versprochenen „vernünftigen, wirtschaftlichen Spiele“?

Mit den Olympischen Sommerspielen 1988 versuchte Seoul ein erstes Mal, in der industrialisierten Welt „anzukommen“. Außer Japan, das sich nach der Zerstörung im Zweiten Weltkrieg mit den Sommerspielen 1964 in Tokio gleichsam zurückmeldete, war Mexico City 1968 die einzige Stadt eines Entwicklungslands, die das prestige-

trächtigste Sportereignis der Welt ausgerichtet – und zur Selbstdarstellung eines Regimes nutzte.

Militärdiktator Park Chung-hee war im Oktober 1979 persönlich an der Entscheidung für eine Bewerbung Seouls beteiligt. Drei Wochen später war er tot – ermordet vom Kommandanten seiner Leibwache. Die gewähl-

te Nachfolgeregierung meinte, Südkorea könne sich die Spiele nicht leisten und wollte verzichten. Doch Chun Doo-hwan, der nächste Diktator, der sich im Dezember 1980 an die Macht geputscht hatte, setzte die Kandidatur durch. Kaum hatte Seoul den Zuschlag erhalten, verhängte er das Kriegsrecht.

Zum Chef des Bewerbungskomitees ernannte er Chung Ju-yung, den Gründer des Hyundai-Chaebols. Dessen Sohn Chung Mong-joon, nach Hyundais Zerlegung CEO der Hyundai-Werften, holte einige Jahre danach die Fußball-WM 2002 ins Land. Und der Chef des Hanjin-Chaebols leitete die Bewerbung und das Organisationskomitee für die Olympischen Winterspiele in Pyeongchang 2018, bis er diskreditiert und zum Rücktritt gezwungen wurde. Die Chaebols lieben den Sport, und sie gewinnen dabei – fast immer.

Seoul baute drei U-Bahnlinien, richtete 47 neue Buslinien ein und plante eine „Olympia-Brücke“ über den Han-Fluss. Die wurde allerdings erst zwei Jahre nach den Spielen fertig. Dem Ökonomen Pyun Do-young zufolge hat die Vorbereitung der Spiele von 1982 bis 1988 0,4 Prozent zum Bruttosozialprodukt Südkoreas beigetragen und 336 000 Jobs geschaffen. Andere Autoren halten seine Zahlen für übertrieben. Geprägt waren die achtziger Jahre nicht vom wirtschaftlichen Erfolg, sondern vom Protest gegen die Diktatur, von Unruhen und Polizeibrutalität – auch und gerade bei der Vorbereitung auf Olympia.

In Pyeongchang 2018 muss Südkorea sich nicht mehr als moderne Industrienation beweisen, noch nicht einmal als Wintersportnation. Im Eisschnelllaufen gehören die Südkoreaner zur Weltspitze. Mit Kim

Yuna stellten sie einige Jahr lang die beste Eiskunstläuferin der Welt. Aber dabei handelt es sich um einige wenige Berufsathleten. Selber Wintersport zu treiben, ist vielen Südkoreanern nach wie vor fremd, viele alpine Skianlagen mussten für die Spiele 2018 erst gebaut werden.

„Alpensia“, wo die nordischen Wettbewerbe ausgetragen werden, ist ein Retortendorf, das, wie der Name verrät, eine Skistation in den Alpen nachahmt. In den Wohnhäusern von Yongpyong, der alpinen Wettkampfstätte, hat KBS, der öffentlich-rechtliche Fernsehsender, eine Seifenoper namens „Winter Sonata“ gedreht, die in ganz Ostasien populär wurde. Wie in Alpensia gibt es auch in Yongpyong keine permanenten Einwohner, nur Tourismuspersonal und Gäste.

Slalomwettkämpfe gibt es hier schon seit den Asian Games 1999, die Biathlon-WM 2009 fand hier im Grünen statt: auf schmalen Kunstsneebändern. Nach ersten Tests der Olympiaabfahrt im vorigen Winter bewerteten sich Skiläufer aus Alpenländern, die Hänge seien zu sanft. Ein Vertreter des US-Skiverbands dagegen lobte Pyeongchang und erklärte, er sei überzeugt, die ganze Region werde von den Spielen profitieren. Sie sollen den Markt für Wintersport öffnen – für Südkorea und auch gleich für das benachbarte China, das die Winterspiele 2022 durchführen wird.

In Pyeongchang übrigens, der Kleinstadt, die den Spielen 2018 den Namen gab, werden keine Wettkämpfe stattfinden. Sie ist nur die regionale Bezirkshauptstadt für die Skiwettkämpfe. Das Organisationskomitee arbeitet zu guten Teilen von Seoul aus – wie das für Großereignisse in der südkoreanischen Provinz üblich ist.

Die Regierung hat versprochen, Pyeongchang biete „vernünftige, wirtschaftliche Spiele“ ohne Verschwendung von Steuergeldern. Der arme, wenig entwickelte Nordosten des Landes, in dem Pyeongchang liegt, erhält eine Anbindung an das Superschnellzugnetz. Darauf hätte die Provinz Gangwon an der innerkoreanischen Grenze sonst lange warten müssen. Doch es

gibt auch dieses Mal Geschichten der Zerstörung: Ein 500 Jahre alter, für die Anwohner heiliger Wald wurde für Skipisten abgeholzt. Und was soll Gangneung, eine verschlafene Kleinstadt an der Küste ohne Eislaufclub, mit vier Eisstadion? Das größte Wirtschaftsproblem der Region, die Landflucht, hat auch das Versprechen Olympia nicht aufhalten können.

SCHÖNHEITSINDUSTRIE

Bild nur in Printausgabe verfügbar

→ Wenn Väter ihren Töchtern zum Abitur eine Lidkorrektur schenken und Touristen ein Pauschalpaket aus Schönheits-OP, Shopping und Sightseeing buchen, dann sind wir in Südkorea. Das Geschäft mit dem Aussehen boomt nach wie vor.

Schminke, Salben, plastische Chirurgie: Südkorea ist in den vergangenen anderthalb Jahrzehnten zum Mekka der Schönheit geworden. Ein Viertel aller weltweiten Schönheits-OPs finden hier statt. Allein in Seoul gibt es 500 Kliniken, ein zweites Zentrum ist die Ferieninsel Jeju. Jährlich werden in Südkorea 650 000 Operationen durchgeführt, die Kliniken setzen damit vier Milliarden Euro um. Die Hälfte der Patientinnen und Patienten – etwa 15 Prozent sind Männer – sind Südkoreaner, die meisten an-

deren Touristinnen aus China, Hongkong, Taiwan, Indonesien, Vietnam und Singapur. Viele fliegen per Pauschalpaket nach Jeju, Schönheits-OP, Shopping und Sightseeing inbegriffen. Die Mehrwertsteuer für die Nasen-OP erlässt ihnen die südkoreanische Regierung.

Der häufigste Eingriff ist die Lidkorrektur, weit mehr als die Hälfte der jungen Südkoreanerinnen lässt sich eine zweite Lidfalte modellieren, damit das Auge größer erscheint. Das gilt überall in Asien als schön. Bis vor

einigen Jahren verschwiegen junge Frauen die Eingriffe, dann begannen sie, darüber zu reden. Heute sei eine Schönheits-OP so normal, dass niemand mehr darüber spreche, erzählt eine junge Frau in Seoul. „Harmloser als ein Zahnarztbesuch.“ Die Lidkorrektur gilt als typisches Geschenk des Vaters zum Abitur. Viele Südkoreanerinnen glauben, ein verbessertes – vor allem: normiertes – Aussehen wirke sich positiv auf die Berufschancen aus.

Dem Aussehen eines Menschen wird in den Gesellschaften Ostasiens generell mehr Bedeutung zugemessen als in Europa. Der Psychologe Suh Eun-kook, Professor an der Yonsei-Universität in Seoul, hat Probanden in den USA und Südkorea Bewerbungsunterlagen vorgelegt, sie sollten

einen Mitarbeiter auswählen. Nach ihren Kriterien gefragt, sagten die Südkoreaner, sie hätten die Leute aufgrund ihrer Fotos ausgewählt, die Amerikaner aufgrund des Anschreibens.

Dabei gehe es den Südkoreanern gar nicht um Schönheit an sich, glaubt der Psychologe Suh, „sondern um Konkurrenz; in dieser, fast würde ich sagen, eifersüchtigen Gesellschaft“ wolle jeder haben, was der Nachbar hat – „und auf keinen Fall zu kurz kommen.“ Doppelte Augenlider sind somit ein Statussymbol – wie ein großes Auto oder das neueste Smartphone. Im Westen kämen die Klienten zum Schönheitschirurgen mit dem Wunsch, eine kleinere Nase zu bekommen, in Südkorea mit dem Foto eines Filmstars: So wollen sie aussehen.

WERFTEN IN DER KRISE

Bild nur in
Printausgabe verfügbar

→ Mit über 40 Prozent Marktanteil ist die südkoreanische Schiffbauindustrie die größte der Welt. Doch heute gehen die Geschäfte nicht mehr ganz so gut. Einst Motor des Aufschwungs, sind die Werften zum Klotz am Bein geworden.

Der Zeitpunkt war mit Bedacht gewählt: Am Neujahrstag 1973 kündigte Südkoreas Militärdiktator Park Chung-hee, der Vater der heutigen

Präsidentin, ein Programm zum Aufbau einer Schwer- und Chemieindustrie an. Mit Schwerindustrie meinte Park vor allem Schiffswerften. In-

ternationale Experten reagierten mit Spott. Doch das Fundament für die erste Werft war bereits gelegt. Heute ist die südkoreanische Werftindustrie mit mehr als 40 Prozent Marktanteil die größte der Welt. Allerdings muss sie sich inzwischen gegen die aufstrebende, billigere Konkurrenz wehren, vor allem aus China.

Wenn Park den Vorstoß in eine neue Branche anging, hatte er das zuvor stets mit den Chefs der großen Chaebols abgestimmt. Dafür genossen die Chaebol-Chefs alle möglichen Privilegien, sie durften die Institutionen der staatlichen Bürokratie nutzen – oder nach Bedarf umgehen – und hatten direkten Zugang zum Blauen Haus, dem Amtssitz der Staatspräsidenten. Schon 1964 hatten Park und seine Junta zusammen mit den Industriellen festgelegt, auf welche Exportindustrien Südkorea setzen sollte

1971, also bereits zwei Jahre vor Parks Ankündigung, erinnerte sich Hyundai-Gründer Chung Ju-yung später, sei er – bereits ein erfolgreicher Bauunternehmer und Autobauer – von Park nach Europa geschickt worden. Er wusste ja, wie man in neue Branchen expandiert: Als er Zement für seine großen Bauprojekte brauchte, baute er eine Zementfabrik, für Röhren eine Röhrenfabrik. Und weil er keine vernünftige Unterbringungsmöglichkeit für die Geschäftsleute hatte, die seine Werke in Ulsan im Südosten der Koreanischen Halbinsel besuchten, baute er kurzentschlossen ein Hotel – aus dem ein kleines Tourismusunternehmen wurde. Vom Schiffbau dagegen hatte er keine Ahnung.

Mit einem Bruder reiste Chung nun in die Schweiz, nach Paris, nach London, in die USA. Die beiden

suchten Kredite für den Aufbau einer Werft – und Aufträge. Zunächst ohne Glück: Weder in den USA noch in Europa schien etwas zu holen zu sein, Banker in Frankreich und der Schweiz hätten sie gar ausgelacht, so Chung. In der Barclays Bank in London hätte man ihnen immerhin zugehört, machte einen Kredit aber von einem Auftrag abhängig. Ein griechischer Reeder war schließlich bereit, das Risiko einzugehen und bestellte zwei Öltanker.

Zehn Jahre später verlangte die Vereinigung amerikanischer Werften Sanktionen gegen Südkoreas Werftindustrie, weil sie den Amerikanern alle Aufträge vor der Nase wegschnappe. Heute ist Hyundais Werft in Ulsan die größte der Welt und Hyundai der größte Schiffbauer. Auch auf Platz zwei und drei finden sich Südkoreaner: Daewoo und Samsung. Doch alle südkoreanischen Schiffbauer, einschließlich der „Großen Drei“, sind hoch verschuldet oder bereits Pleite gegangen. Im Schiffbau herrscht weltweit Überkapazität, die Frachtpreise für Container sind eingebrochen. Hanjin, die größte südkoreanische Reederei, musste im September Bankrott anmelden. Auch die Nachfrage nach Ölplattformen, ein wichtiger Geschäftsbereich für große Werften, hat wegen des niedrigen Ölpreises massiv nachgelassen.

Damit sind Südkoreas Werften, einst Motoren des Aufschwungs, zum Klotz am Bein geworden. Sie müssen restrukturiert werden und Kapazitäten abbauen. Aber vor allem die drei Mega-Werften zögern. Damit gefährden sie sich nicht nur selber, sondern auch ihre Gläubiger, vor allem südkoreanische Banken. Nach Schätzungen schulden sie ihnen 70 Billionen

Won, etwa 50 Milliarden Euro. Auch deshalb kündigte die Regierung von Präsidentin Park Geun-hye, die allerdings ganz anders als ihr Vater keine effektiven Druckmittel auf die Chae-

bols mehr hat, an, ihr Finanzministerium wolle die drei großen Werften zwingen, bis 2018 ihre Kapazitäten um 20 Prozent und ihre Belegschaften um 30 Prozent zu verringern.

ZEITBOMBE DEMOGRAFIE

Bild nur in
Printausgabe verfügbar

→ Die Südkoreaner verlassen ihre Dörfer und ziehen in die Stadt; ganze Provinzen werden entvölkert. Zusammen mit der dramatisch gesunkenen Geburtenrate ergibt das ein Bild, das nur wenig Anlass zur Hoffnung bietet.

Von den 50 Millionen Einwohnern Südkoreas lebt fast die Hälfte im Großraum Seoul. Damit ist das Land eines der zentralisiertesten der Welt – und noch ziehen immer mehr Menschen in die Hauptstadtregion. Junge Leute hoffen, in Seoul bessere Stellen zu finden, Eltern behaupten, die Schulen seien hier besser und es sei leichter für ihre Kinder, Freunde zu finden. Außerdem fehlt es auf dem Land an Hagwons, den Nachhilfeschoolen, welche die Schüler auf die Aufnahmeprüfungen an Universitäten vorbereiten sollen.

In allen Teilen Südkoreas wird die Provinz nach und nach entvölkert. Zwar versucht die Regierung, diese Entwicklung zu bremsen. Aber

sie tut es eher halbherzig. Der Versuch, eine neue Hauptstadt in Sejong zu bauen, das mit dem Superschnellzug etwa eine Stunde entfernt von Seoul liegt, ist gescheitert. Die hypermoderne Stadt wurde zwar gebaut, aber die Ministerien drückten sich vor einem Umzug.

Im Dorf Jungmaeub im schon immer dünn besiedelten Hinterland der Ostküste ist die Landflucht so weit fortgeschritten, dass im März die Grundschule dichtmachen musste. Am Ende wurden hier nur noch zwei Schüler unterrichtet, ein Fünft- und ein Sechstklässler. Vor 40 Jahren besuchten 250 Kinder die Grundschule von Jungmaeub, 1995 noch 100, im Jahr 2005 noch 50. Der Hausmeister

Jeon Won-kyo hielt bis zum letzten Tag alle Klassenzimmer bereit, obwohl er wusste, dass sie nie mehr gebraucht würden. Dieses Dorf ist keine Ausnahme. In den vergangenen 15 Jahren haben bereits 3600 Land-schulen dichtgemacht. Nach der Schule schlossen dann der Dorfladen, die Bankfiliale, Post und Polizeiposten. Ohne Schule gibt es keine Zukunft.

In Geundok, einem größeren Dorf an der Küste, gibt es Sandstrände für Touristen, Fischerei und sogar etwas Industrie. Doch auch hier verliert die Schule Schüler. In den siebziger Jahren führte sie vier Klassen pro Jahrgang, vor 20 Jahren zum letzten Mal zwei. Jetzt sitzen in der sechsten Klasse noch 16 Kinder, in der ersten noch sieben. Die Lehrer versuchen, den Eltern den Wegzug in die Stadt auszu-reden: Aber auf dem Dorf glauben die Leute, in der Kreisstadt sei alles besser. Aus der Kreisstadt wollen die Menschen dann in die Provinzhauptstadt. Und von dort nach Seoul. Das ist auch eine Frage des Prestiges.

Schuld an der Misere ist freilich nicht nur die Landflucht. 1965 hatte eine Südkoreanerin im Durchschnitt 6,3 Kinder, heute noch 1,25. Dafür gibt es Gründe: Es ist teuer geworden, Kinder zu haben. Und viele junge Südkoreanerinnen mögen in dieser noch immer patriarchalisch geprägten Gesellschaft gar nicht heiraten. Einen Mann auf dem Land schon gar nicht. Viele Bauern holen sich ihre Ehefrauen deshalb aus Vietnam, Indonesien oder von den Philippinen.

Zurück bleiben die Alten. Im Dorf Jungmaeub versorgen sich viele noch selbst, das Problem der Überalterung ist für Südkorea noch neu. Aber die Alten werden immer älter. In weni-

gen Jahren werden auf den Dörfern 70-Jährige die 90-Jährigen pflegen müssen – und überfordert sein.

In Wirtschaftszahlen gemessen sind die aussterbenden Dörfer fast zu vernachlässigen. Aber ihr Beitrag zum Sozialgefüge der Gesellschaft und auch zur Wirtschaft können die Parameter der Ökonomie allein nicht beziffern. Und damit kann auch nicht ermessen werden, wie groß der Schaden ist, den die Landflucht anrichtet.

Die Südkoreaner sind sich ihrer demografischen Zeitbombe durchaus bewusst, sie ist Thema von Filmen und Romanen. Vor einigen Jahren brach der Dokumentarfilm „Wongang Sori“ („Klang der Kuhglocken“, im internationalen Verleih „Old Partner“) alle Rekorde. Mit viel Einfühlungsvermögen zeigt der Regisseur Lee Chung-ryol die Fürsorge eines 80-jährigen Bauern für seinen 40 Jahre alten Ochsen. Derweil vernachlässigt der Bauer seine Frau.

In den Großstädten sahen die Südkoreaner den Film als Hymne auf die verlorene Vergangenheit auf dem Lande – und erkannten sich in den Kindern das alten Paares wieder, die zu Chuseok, dem südkoreanischen Erntefest, aus der Stadt kommen, aber es kaum abwarten können, wieder gehen zu dürfen. Erst recht ein schlechtes Gewissen machte den jungen Städtern der Roman „Als Mutter verschwand“ von Sin Kyong-suk, in dem eine alte Bäuerin im U-Bahn-Labyrinth der Hauptstadt verloren geht, als sie ihre erwachsenen Kinder in Seoul besucht. In Südkorea hat man erkannt, dass das Land in eine Demografiefalle gerät. Manche warnen, aber keiner kennt einen Ausweg. Die Regierung schon gar nicht.

Bild nur in
Printausgabe verfügbar

Ausfuhr ist nicht alles

Werner Pascha | **Dem Außenhandel verdankt das Land seinen Wirtschaftsboom der vergangenen 50 Jahre; heute scheint dem Modell langsam, aber sicher die Puste auszugehen. Mit zwei Gegenstrategien – forcierter Umstrukturierung der eigenen Volkswirtschaft und Absicherung der weltwirtschaftlichen Einbindung – will man dem entgegenwirken.**

Der kometenhafte Aufstieg, den Südkorea seit den sechziger Jahren erlebt hat, gelang maßgeblich, weil Seoul auf eine außenorientierte Entwicklungsstrategie gesetzt hat. Die Konzentration auf Exporterfolge schuf bei allen Härten dieses Weges die Basis für eine stark wachsende Wirtschaft, auch über Krisen wie die Asien-Krise von 1997/98 und die globale Finanzkrise 2008/09 hinweg.

Dieses Modell stößt aber inzwischen an seine Grenzen, das Handelsvolumen sinkt: Sowohl Südkoreas Exporte als auch die Importe waren in den vergangenen Jahren rückläufig. Manches mag mit Zyklen und Sonderfaktoren zu erklären sein – viel spricht aber dafür, dass Südkoreas Volkswirtschaft sich auf ein Abebben der Globalisierungswelle einstellen und sich gegen Negativeffekte wappnen muss.

Zwischen 1966 und 2011 vertausendfachte sich der Außenhandel der Republik Korea von einer Milliarde auf eine Billion Dollar. Bei Industrieprodukten lag das Land 2014 im Ranking der Welthandelsorganisation (WTO) auf Rang 7 bei den Exporten und Rang 9 bei den Importen. Kurz: Lange war der Außenhandel Hauptmotor des „Tigerstaats“ – noch Anfang des neuen Jahrtausends trugen die Exporte 4 bis 5 Prozentpunkte jährlich zur zwischen 5 und 10 Prozent rangierenden Wachstumsrate bei. Heute macht dieser Beitrag nur noch 1 Prozentpunkt aus – bei Wachstumsraten, die der Internationale Währungsfonds (IWF) mittlerweile auf unter 3 Prozent schätzt.

Ein detaillierterer Blick auf den Außenhandel erlaubt Rückschlüsse auf die Hintergründe. Die Exporte gingen zwischen 2012 und 2015 um fast ein Zehntel zurück, von 603 auf 549 Milliarden Dollar. Die Importe schrumpften sogar noch stärker, von 554 auf 428 Milliarden Dollar. Für 2016 zeichnet sich noch keine Trendwende ab; vielmehr scheint sich das Globalisierungsmuster zu verändern: IWF und Weltbank warnten bereits 2014 vor einem „peak trade“. Ein Land wie Südkorea, dessen Wirtschaftsmodell wie wenige andere auf den Außenhandel fokussiert ist, dürfte die Auswirkungen besonders stark spüren.

Seit 2012 sind die Exporte und Importe rückläufig

Hausgemachte Ursachen

Aber es gibt auch hausgemachte Ursachen: Südkoreas Handel ist stark auf relativ wenige Partner konzentriert, allen voran China mit einem Exportanteil von 26 und einem Importanteil von 18 Prozent (2014). Bei den Exporten folgen die USA, die EU und Japan (mit 11, 9 bzw. 6 Prozent), bei den Importen Japan, die EU, die USA und dann Saudi-Arabien, mit 12, 11, 8 und 7 Prozent. Südkoreanische Firmen bemühen sich bereits, ihren Handel zu diversifizieren; bei Konsumgütern sind die ASEAN-Staaten inzwischen der zweitgrößte Absatzmarkt. Insgesamt hat sich aber noch wenig bewegt, was auch an der geringen Wachstumsentwicklung in vielen reifen Volkswirtschaften wie den USA und der EU liegt. Auch die Folgen der Brexit-Entscheidung machen sich bereits bemerkbar.

Ein anderer Grund für die Probleme sind veränderte Trends in den Wertschöpfungsketten: Gerade in Ostasien ist der südkoreanische Handel stark von Direktinvestitionen und dem Austausch im Zwischengüterhandel geprägt. Deshalb wirken sich Wandlungen in China besonders stark aus. Drei Faktoren kommen dabei zusammen: Erstens schwächt sich die chinesische Wirtschaftsentwicklung ab, verursacht auch durch Probleme mit dem eigenen Entwicklungsmodell; zweitens wird dieses Modell hin zur Stärkung des chinesischen Binnenmarkts rekali­briert; und drittens werden südkoreanische Vor- und Zwischenprodukte, die vorher eingeführt wurden, durch heimisch hergestellte Produkte ersetzt – kurz: Es vollzieht sich ein industrieller Strukturwandel. Modellrechnungen des IWF sehen für Südkorea vor diesem Hintergrund die Möglichkeit markanter Einkommenseinbußen und Reallohnrückgänge.

Ein ähnlicher Strukturwandel zeichnet sich auch im Handel mit Japan ab. Japanische Unternehmen sind stark in China und ASEAN-Ländern engagiert, mittlerweile werden viele Zwischenprodukte aber nach Japan reimportiert, zu-

lasten südkoreanischer Zulieferer. Deren Anteil an den japanischen Importen von Industrieprodukten ist schon seit zehn Jahren rückläufig.

Südkoreas eigene Exportleistung hängt stark von Zulieferungen aus anderen Ländern ab. 2011 lag der Anteil von aus dem Ausland importierten Vor- und Zwischenprodukten bei Südkoreas eigenen Ausfuhren bei fast 42 Prozent; im Jahre 1995 waren es noch 22 Prozent. Zum Vergleich: Japan hatte 2011 nach WTO-Angaben einen Anteil von nur 15 Prozent.

Bei einem Blick auf die „einfachen“ Handelsdaten fällt zudem auf, dass Südkoreas Handel auf relativ wenigen Branchen fußt. So machen allein Elektromaschinen – die größte Exportbranche – fast ein Viertel (24 Prozent) der Güterausfuhren aus, gefolgt von Autos und Autoteilen. Dies macht die Wirtschaft anfällig für Trendwenden in der Weltmarktnachfrage und für Preisänderungen. Zugleich hat Südkorea ein „Sandwich-Problem“: Technologisch muss das Land immer noch daran arbeiten, den Anschluss an die führenden Länder zu finden, während gleichzeitig Schwellenländer „von unten“ nachdrängen, allen voran China. Bei der Importpalette fällt vor allem die große Bedeutung von Erd- bzw. Mineralöl auf (33 Prozent). Das Land ist dabei nicht nur Selbstverbraucher, sondern exportiert Ölprodukte auch wieder in verarbeiteter Form, als immerhin viertgrößte Ausfuhrbranche (9 Prozent für 2014), noch vor dem Schiffbau (knapp 7 Prozent). Die niedrigen Ölpreise haben die Importwerte deutlich gedrückt – allerdings auch, weniger stark, die Exportwerte.

**Der IWF empfiehlt die
Stärkung binnen-
wirtschaftlicher Kräfte**

Bedenklich hoher Handelsbilanzüberschuss

Weil sich die rückläufigen Importe in der Handelsbilanz stärker auswirken als die ebenfalls sinkenden Exporte, hat Südkorea beim Handelsbilanzüberschuss zuletzt noch zugelegt. 2015 lag er bei 7,75 Prozent des BIP, während er im vergangenen Jahrzehnt (1999–2009) bei 1,5 Prozent lag. Spiegelbild dieser Entwicklung ist ein starker Kapitalexport, der trotz jahrzehntelanger Auslandsverschuldung, um die eigene Entwicklung zu finanzieren, 2015 zu einer positiven Nettoinvestitionsposition gegenüber dem Ausland in Höhe von 14 Prozent des BIP geführt hat. Der bedenklich hohe Handelsüberschuss ist einigen Sonderfaktoren zuzuschreiben – dem niedrigen Ölpreis, aber auch der Alterung der Bevölkerung, womit größere Sparneigung bei begrenzten Investitionen im Inland einhergeht, was u.a. zu Sparüberhang führt. Selbst unter Anrechnung solcher Sonderfaktoren kommt der IWF zu dem Ergebnis, dass der Handelsbilanzüberschuss um etwa 3 Prozentpunkte „zu hoch“ liegt.

Zur Abhilfe empfiehlt der IWF eine Stärkung der binnenwirtschaftlichen Kräfte, auch um die heimischen Investitionen zu stärken. Die Argumente ähneln denen in der Debatte um die (zu) hohen deutschen Handelsüberschüsse: Sind sie ein hausgemachtes Problem und sollten sie durch eine Nachfragestärkung im Inland, auch mittels höherer Verschuldung des Staates, überwunden werden? Oder wäre eine staatlich betriebene Unterstützung der Binnenwirtschaft gefährlich, wenn sie die Anreizstruktur der Wirtschaft schwächt? Häufig wird übersehen, dass die übermäßige Versorgung der Weltwirtschaft mit Liquidität sowie extreme Niedrigzinsen zu schuldenfinanziertem und nicht

nachhaltigem Konsum einladen. Dies führt dann in frugalen Ländern wie Deutschland und Südkorea zu Überschüssen.

In Sachen Wechselkurs verfolgt Südkorea eine flexible Politik. Währung und Außenwirtschaft bleiben anfällig für Schocks, etwa den Effekt der „Abenomics“, der seit Ende 2012 betriebenen japanischen monetären Expansionspolitik, die zu einer Abwertung des Yen auch gegenüber dem südkoreanischen Won geführt hat. Auch destabilisierende Ereignisse in Nordkorea führen schnell zu – temporären – Kapitalabflüssen und wirken sich auf den Won aus. Angesichts von Währungsreserven in Höhe von 370 Milliarden Dollar (Stand: Juni 2016) – den siebtgrößten der Welt – und der Tatsache, dass ausländische Anlagen weniger kurzfristig als früher sind, besteht kein Anlass, sich über eine neuerliche Währungskrise Sorgen zu machen. So sah es auch jüngst der IWF. Außenwirtschaftliche Risiken bleiben aber virulent.

Zwei Strategien gegen außenwirtschaftliche Risiken

Nun kann eine offene, vergleichsweise kleine Volkswirtschaft wie Südkorea daran nicht grundsätzlich etwas ändern. Um die eigene Position dennoch zu verbessern, reagiert das Land auf zweierlei Weise: zum einen mit einer binnenwirtschaftlichen Neujustierung der Wirtschaftspolitik, zum anderen mit einer stärkeren institutionellen Absicherung seiner weltwirtschaftlichen Einbindung.

Eine erste Strategie ist auf die Intensivierung des Strukturwandels im Innern gerichtet. Wichtige Stichworte sind Investitionen in Forschung und Entwicklung, Überwindung der markanten Produktivitätslücke im Dienstleistungsbereich, eine gestärkte Rolle für kleine und mittlere Unternehmen, ein funktionstüchtiger Wettbewerb für Großkonzerne sowie eine Abfederung der Einkommensunterschiede. Viele dieser Aspekte versucht die Regierung unter

Bild nur in
Printausgabe verfügbar

dem Oberbegriff der Entwicklung einer „Kreativwirtschaft“ zu verfolgen. Ob dieses Schlagwort die nächsten Präsidentenwahlen, die Ende 2017 anstehen, überstehen wird, ist aber offen. Allerdings ist es bemerkenswert, wie klar das Land jenseits zermürender parlamentarischer Querelen die langfristigen Herausforderungen für seine Wirtschaftspolitik im Blick zu behalten weiß.

Auch die zweite Strategie wird nicht immer gradlinig verfolgt. Bis Ende der neunziger Jahre setzte Seoul im internationalen Handel vor allem auf den multilateralen Ordnungsrahmen – also vornehmlich auf die WTO. Nach dem Scheitern des Neustarts einer WTO-Runde in Seattle 1999 rückten dann aber bilaterale Freihandelsabkommen in den Vordergrund; allerdings zeigte sich Südkorea hier zunächst nicht gerade ambitioniert, als es beispielsweise ein erstes solches Abkommen mit dem fernen Chile (2004) abschloss. Auch die 2007 folgende Vereinbarung mit den ASEAN-Staaten blieb noch recht eindimensional.

Vor zehn Jahren begannen dann Verhandlungen sowohl mit den USA als auch mit der EU, bei denen es auch um vertiefte Fragen ging: nichttarifäre Handelshemmnisse etwa oder eine stärkere Öffnung „schwieriger“ Sektoren wie der Landwirtschaft. Seoul wollte mit den Abkommen zugleich den Strukturwandel forcieren, entsprechend stark waren die Widerstände in der Bevölkerung. Das Abkommen mit der EU ist seit 2011, das mit den USA seit 2012 in Kraft. Beide sind sehr umfassend und sehen weitgehende Zollbefreiungen vor, im Falle des EU-Südkorea-Abkommens sollten binnen fünf Jahren 99 Prozent aller Zölle gefallen sein. Bilaterale Arbeitsgruppen in verschiedenen Feldern, etwa der Autoindustrie, stimmen sich über Regulierungsfragen und Umsetzungsprobleme ab, was gerade bei innovativen Produkten wichtig ist.

Seit 2011 stiegen die
EU-Exporte ins Land
um 55 Prozent

Ausweitung des Handels durch Abkommen

Aus südkoreanischer Sicht ist binnen vier bzw. fünf Jahren eine erfreuliche Ausweitung des Handels zu konstatieren. Aus Sicht der USA dagegen hat sich der Export insgesamt nicht erhöht, wenngleich einige amerikanische Industriebranchen von dem Abkommen profitiert haben. Das US-Handelsdefizit hat sich ausgeweitet. Im EU-Südkorea-Handel hat sich dagegen das einstige EU-Defizit in einen Überschuss verwandelt. Seit Inkrafttreten sind die europäischen Exporte um 55 Prozent gestiegen. In umgekehrter Sicht war Südkorea nicht ganz so erfolgreich, was mit der schwachen europäischen Konjunktur und der Wechselkursentwicklung zusammenhängt, aber auch mit eigenen Strukturproblemen. Eine Problembranche ist etwa der Schiffbau, dessen Exporte nach Europa dramatisch eingebrochen sind. Bezeichnend ist die Insolvenz von Hanjin im September 2016, der siebtgrößten Reederei der Welt, die zu lange Überkapazitäten gefahren hat.

Von den Verhandlungen einer Trans-Pacific Partnership (TPP) mit ihren sehr ambitionierten Liberalisierungsschritten und der faktisch antichinesischen Frontstellung hielt sich Südkorea danach fern und setzte stattdessen auf ein bilaterales Abkommen mit China, das 2015 abgeschlossen wurde, sowie auf Verhandlungen im Rahmen einer Regional Comprehensive Economic Partnership (RCEP), die 16 asiatisch-pazifische Staaten einschließlich Chinas umfasst. Die RCEP ist deutlich weniger ambitioniert als TPP.

Das Abkommen mit China trat Ende 2015 in Kraft. Seine politische Symbolkraft ist beachtlich, Südkorea unterhält nun Freihandelsvereinbarungen mit den drei wichtigsten Handelsräumen der Welt. Ökonomisch dürfte die Bedeutung des China-Südkorea-Abkommens jedoch nach Einschätzung vieler Beobachter beschränkt bleiben. So klammert es eine ganze Reihe sensibler Bereiche in Landwirtschaft und Industrie aus. Damit entfaltet es keine starke Strahlkraft für Wirtschaftsreformen im Innern. Auf dem Weg zu RCEP oder darüber hinaus könnte eine trilaterale Vereinbarung zwischen China, Japan und Südkorea (CJK) noch Bedeutung erlangen, die derzeit ebenfalls verhandelt wird. Allerdings sind die Vorbehalte so groß, dass in nächster Zeit kaum Beschlüsse in Richtung vertiefter Integration von CJK zu erwarten sind.

Möglicherweise aus diesem Grund hat Präsidentin Park Geun-hye im Herbst 2015 einen Kurswechsel vollzogen. Nun strebt Seoul doch eine Mitwirkung bei TPP an, was aber erst möglich wird, wenn TPP ins Leben gerufen wird und sich dann plangemäß für Nichtgründungsmitglieder öffnet. Bei der Entscheidung mag eine Rolle gespielt haben, dass man in TPP nun auch ein Vehikel sieht, um im 21. Jahrhundert globale Standards zu setzen, ebenso wie der Wunsch, sich zwischen China und den USA immer wieder neu zu justieren.

In Sachen Entwicklungshilfe folgt man China und Japan

Seouls Führungsambitionen

Aktiv auf neue Kooperationsabkommen hinzuwirken ist die prominenteste, aber nicht einzige Strategie, um die institutionelle wirtschaftliche Vernetzung zu intensivieren. Im Rahmen der ASEAN+3-Initiativen, also der Zusammenarbeit zwischen ASEAN sowie China, Japan und Südkorea, hat sich Seoul profiliert. In der Entwicklungshilfe engagiert sich das Land immer stärker mit nunmehr 1,9 Milliarden Dollar (2015). Und auch politisch bringt sich Südkorea stärker ein, vor allem in Nordostasien. So geht die Einrichtung des Trilateral Cooperation Secretariat (TCS) zwischen den CJK 2011 auf eine südkoreanische Initiative zurück. Die noch kleine Einrichtung könnte einmal zu einem Nukleus für verstärkte Zusammenarbeit jenseits von Handelsfragen werden.

Südkorea werden Führungsambitionen in Richtung solcher Integrationsfragen zugesprochen – durchaus in Konkurrenz zur ASEAN, die sich ebenfalls gern in der Rolle des Mittlers und Bewegers sieht. Mit seinen Aktivitäten verfolgt Seoul offenbar nicht so sehr altruistische, sondern Eigeninteressen, was bei der Entwicklungshilfe besonders deutlich wird: Hier folgt man recht deutlich dem chinesischen und japanischen Politikansatz gegenüber Afrika. Inwieweit Südkorea als Newcomer und relativ kleiner Mitspieler dabei effektiv seine geopolitischen und gleichzeitig merkantilen Interessen wahrnehmen kann, ist freilich eine offene Frage.



Prof. Dr. Werner Pascha ist Professor für East Asian Economic Studies am Institute of East Asian Studies (IN-EAST) der Universität Duisburg-Essen.

Wer bewegt Südkoreas Wirtschaft?

Ein Tycoon, ein K-Pop-Mastermind und ein CEO, der das eigene Make-up testet

Fabian Kretschmer | Südkorea hat im vorigen Jahrhundert den wohl rasantesten Wirtschaftsaufschwung des 20. Jahrhunderts hingelegt. Vom bitterarmen Agrarstaat avancierte das Land zur mittlerweile zwölftgrößten Volkswirtschaft der Welt. Wer machte das Wunder möglich? Und welche Persönlichkeiten treiben die südkoreanische Wirtschaft heute an?

Chung Ju-yung

Gründer des Hyundai-Konzerns

Jede Gesellschaft kennt ihre überlebensgroßen Heldenfiguren, deren Biografien auf geradezu mythische Weise mit der Geschichte ihres Heimatlands verknüpft sind. Der 1915 geborene Hyundai-Gründer Chung Ju-yung ist so eine. Wie kein zweiter verkörpert er das „Wunder vom Han-Fluss“, dem rasantesten Aufstieg eines Entwicklungslands im 20. Jahrhundert. Seine Lebensgeschichte spiegelt zugleich die turbulente Vergangenheit Südkoreas wider. Ihren Anfang nimmt sie in bitterer Armut.

1915 als Sohn einer Reisbauerfamilie unter japanischer Kolonialbesatzung geboren, scheint Chungs Schicksal schon früh besiegelt: Nach der Grundschule ruft bereits die Pflicht auf dem Feld, an höhere Bildung – der einzigen sozialen Aufstiegsmöglichkeit in der streng konfuzianischen Gesellschaft – ist nicht zu denken. Abfinden will sich der 15-Jährige mit einem Leben in der Provinz dennoch nicht. Zu verheißungsvoll scheinen die Zeitungsberichte vom geschäftigen Treiben in der Stadt. Seine Chance ergreift er mit einer allzu unmoralischen Entscheidung: Er stiehlt seinem Vater einen Ochsen und verkauft ihn; mit dem Geld kauft er ein Zugticket nach Seoul.

Dort schufftet er als Tagelöhner auf dem Bau, in Fabriken und später als Reislieferant. Der ungeheure Arbeitseifer imponiert seinem Chef derart, dass er nach kaum einem halben Jahr seinem Lehrling das Geschäft überlässt und sich selbst zur Ruhe setzt. Mit den auf diese Weise erwirtschafteten Ersparnissen gründet Chung Ju-yung wiederum eine Autowerkstatt – und tauft sie „Hyundai“, was im Deutschen so viel wie „modern“ bedeutet. Da sein Bruder Englisch spricht – damals eine Seltenheit –, reparieren die beiden später regelmäßig Fahrzeuge der seit dem Korea-Krieg (1950–1953) in Seoul stationierten amerikanischen Soldaten.

Erst nach dem Putsch des Brigadegenerals Park Chung-hee, Vater der heutigen Präsidentin Park Geun-hye, tritt Hyundai in den siebziger Jahren dann seinen Siegeszug an. In Fünfjahresplänen und mit eiserner Hand modernisiert Diktator Park die marode Wirtschaft Südkoreas, wobei er die lukrativsten Aufträge an eine Handvoll regimetreuer Unternehmer delegiert. Unter der schützenden Hand des Staates preschen diese auf risikoreichen Märkten vor und erobern dort schon bald die Marktführerschaft. Es schlägt die Geburtsstunde von Samsung, LG, Daewoo und eben Hyundai – den südkoreanischen Chaebols, wie die familiengeführten Mischkonzerne genannt werden. Und wenngleich ihre Dominanz heute das Gedeihen mittelständischer Unternehmen behindert: Damals sind sie Motoren für den Wirtschaftsaufstieg des Landes.

Chung Ju-yungs Firma errichtet die Infrastruktur Südkoreas von Grund auf: Flussdämme, Kraftwerke und das erste Autobahnnetz werden von Hyundai gebaut. 1975 folgt die weltweit größte Schiffswerft – in einem Land, das zuvor nur kleine Fischerboote zimmerte. Hyundai exportiert Autos, ist im Ölgeschäft tätig, baut Industrie- und Wohnanlagen. In den frühen neunziger Jahren unterstehen dem Unternehmer rund 150 000 Arbeiter.

Chungs Erfolgsrezept ist eine streng hierarchische Unternehmenskultur: militärischer Drill, gepaart mit ungeheurer Arbeitswut. „Es gibt Schwierigkeiten, aber kein Versagen“, propagiert er als Firmenphilosophie. Gewerkschafter lässt er brutal niederprügeln, Untergebene bewirft er schon mal mit Aschenbechern. Im Herzen sei der Bauernsohn immer ein Arbeiter geblieben, sagt er. Im Jetset der internationalen Führungskräfte fühlt er sich zeit lebens nie wirklich wohl.

Als im Zuge der Asien-Krise die südkoreanischen Finanzmärkte im Sommer 1997 zusammenbrechen, muss sich das hochverschuldete Hyundai-Unternehmen neu erfinden. Gründer Chung schmiedet jedoch bereits an einem Kindheitstraum, um sein Lebenswerk zu krönen: Einmal noch möchte er sein Heimatdorf besuchen, das seit Jahrzehnten hinter der am stärksten hochgerüsteten Grenze der Welt liegt. Medienwirksam lässt der Unternehmer 1001 Rinder in das ausgehungerte Nordkorea bringen – und begleicht damit auch seine Jugendsünde: den von seinem längst verstorbenen Vater geklauten Ochsen. Mit dieser symbolgeladenen Geste leitet Chung Ju-yung nicht zuletzt eine historische Annäherung zwischen Süd- und Nordkorea ein, die so genannte „Sonnenscheinpolitik“. Der Unternehmer plant in deren Folge ein Ferienressort und mehrere Hyundai-Fabriken auf nordkoreanischem Boden.

Die dunkle Seite der Sonnenscheinpolitik kommt erst nach dem Tod Chung Ju-yungs ans Licht und beschädigt postum seinen Ruf: 2003 wird bekannt, dass Hyundai heimlich 100 Millionen Dollar Firmengelder an Pjöngjang gezahlt hat, um Kim Jong-il an den Verhandlungstisch zu locken.

Bild nur in
Printausgabe
verfügbar

Lee Soo-man

Gründer von SM-Entertainment

Niemand hat Südkoreas internationales Image derart geprägt wie Lee Soo-man. Er ist einer der führenden Köpfe hinter der „koreanischen Welle“, die seit bald 20 Jahren große Teile Asiens überflutet. Dass südkoreanische Girlgroups Fußballstadien von Peking bis nach Bangkok füllen, ist vor allem sein Verdienst. Als Mastermind hinter dem K-Pop hat er das Land, dem das Image ameisenfleißiger, austauschbarer Samsung-Angestellter anhaftet, zum Königreich der Coolness gemacht – und den Grundstein für eine Milliardenbranche gelegt.

Seine eigene Musikkarriere plante Lee in den repressiven achtziger Jahren.

Doch das Militärregime setzt seinem Traum von der ersten Heavy-Metal-Band Südkoreas ein jähes Ende. Resigniert zieht Lee nach Kalifornien und stürzt sich in sein Ingenieurstudium.

Als sich sein Heimatland in den neunziger Jahren demokratische Wahlen erkämpft, kehrt er zurück. Ein zweites Mal möchte er es in der Musikbranche probieren, diesmal als Geschäftsmann.

Als Lee Soo-man sein Label S.M. Entertainment gründet, steckt das Land mitten in der Asien-Krise, die Wirtschaft ist erschüttert. Damals sucht Südkorea, das keine natürlichen Ressourcen besitzt, händeringend nach neuen Geschäftsfeldern. Lee formt seine waghalsige Vision vom Kulturexport nach

Vorbild des amerikanischen Showgeschäfts. Mit seinem Label möchte er Künstler internationalen Formats aufbauen. Nur: Wer sollte sich im Ausland für südkoreanische Popkultur interessieren? Viele Ausländer können das kleine Land, eingeeignet zwischen den Riesen China und Japan, kaum auf der Karte verorten. Einige verwechseln es gar mit dem diktatorischen Norden.

Überhaupt scheint Südkorea damals für Popmusik gänzlich ungeeignet. Niemand schiebt längere Arbeits- und Bürozeiten als die Südkoreaner, die Sechs-Tage-Woche wird erst allmählich abgeschafft. Mit dem Konzept von Freizeit macht das Land erst allmählich Bekanntschaft. Dass sich Jugendliche in einem solchen Klima in Bandprojekten austoben würden, ist undenkbar. Keine südkoreanische Mutter hätte ihrem Kind eine Musiklaufbahn erlaubt.

Doch genau jenen Arbeitsdrill macht sich Lee Soo-man zunutze. Statt etablierte Musiker unter Vertrag zu nehmen, baut er sie selber auf: in einem eigenen Bootcamp. Bis zu sieben Jahre lang werden seine Sänger im 2500 Quadratmeter großen Trainingszentrum des Labels S.M. in Seoul ausgebildet. Zwölf-Stunden-Schichten sind das Minimum, freie Sonntage die Ausnahme. Gesang steht auf dem Programm, Tanz- und Modelunterricht, aber auch Fremdsprachenkurse, Interviewtrainings und Schönheitsoperationen. Über 300 000 Heranwachsende aus neun Ländern bewerben sich jedes Jahr. Bands entstehen hier wie am Fließband. Das Rezept geht schon bald auf. Der Schlüssel zum Siegeszug von K-Pop liegt keinesfalls am Koreanischen in der Musik, sondern – ganz im Gegenteil – darin, dass sie überhaupt nicht mehr zu verorten ist. Songwriter werden aus Schweden engagiert, Beats von australischen Produzenten geschickt, und die Sänger sprechen je nach anvisierter Zielgruppe japanisch, chinesisch oder englisch.

Bild nur in
Printausgabe
verfügbar

Kurz nach der Jahrtausendwende lässt sich zuerst die chinesische Jugend vom K-Pop-Virus infizieren, wenig später folgen die Länder Südasiens. Sie können sich nur allzu gut mit der Erfolgsgeschichte Südkoreas identifizieren: ein Land, das sich nach der Erfahrung bitterster Armut den Wohlstand hart erkämpft hat. Vor allem aber sind Südkoreas Boy- und Girlgroups die am besten gestylten des ganzen Kontinents, ihre Videos die kreativsten und das ausgeklügelte Saubermann-Image mit Werbeverträgen jeglicher Art kompatibel. Die Musik spielt oftmals nur eine Nebenrolle.

Im Jahr 2012 knackte die südkoreanische Musikindustrie erstmals die Gewinnmarke von über fünf Milliarden Dollar, vorrangig auf ausländischen Märkten. Lee Soo-man gilt mittlerweile als reichster Südkoreaner in der Unterhaltungsbranche. Von seinen Errungenschaften profitiert jedoch die gesamte Wirtschaft. In einer Umfrage der südkoreanischen Handelskammer von 2013 gaben mehr als die Hälfte aller 300 befragten Unternehmen an, dass die koreanische Welle erheblich zum Anstieg ihres Exportgeschäfts beigetragen hat. Und so erzählt K-Pop mit jeder Note auch die Geschichte vom südkoreanischen Wirtschaftsboom: wie sich ein Land auf seine eigenen Stärken besinnt, seine begrenzten Ressourcen effizient einsetzt und dank eiserner Disziplin an der ausländischen Konkurrenz vorbeizieht.

Suh Kyung-bae

Vorstand von Amore Pacific

Suh Kyung-bae gehört der dritten Chaebol-Generation an. Wie die meisten Mitglieder der wohlhabenden Elite hat auch er sein Vermögen geerbt. Unter den Südkoreanern genießen die Enkel und Neffen der Konzerngründergeneration einen katastrophalen Ruf: Sie sind für ihre Arroganz, cholerischen Wutausbrüche und Allmachtsfantasien berüchtigt. Auf den 53-jährigen Suh Kyung-bae trifft allerdings keine dieser Eigenschaften zu. Ganz im Gegenteil: Suh hat die strengen Hierarchien in seinem Unternehmen über Bord geworfen, nimmt sich regelmäßig Zeit für Gespräche mit einfachen Angestellten – und ist sich auch nicht zu schade, das von der eigenen Firma hergestellte Make-up zu testen.

Der studierte Betriebswissenschaftler führt das Kosmetikunternehmen Amore Pacific, den sechstgrößten Konzern Südkoreas. Die Anfänge lassen sich bis in die Küche von Suhs Großmutter zurückverfolgen. Sie verbrachte einst die Nachmittage damit, Haaröl aus Kamelienblüten zu extrahieren, das die Familie an schönheitsbewusste Südkoreanerinnen verkaufte.

Während der Nachkriegsjahre revolutioniert der Suh-Clan die Branche mit einem damals überaus innovativen Geschäftsmodell: Das Unternehmen beschäftigt weibliche Angestellte, die so genannten „Amore Girls“, die von Haus zu Haus ihre Waren feil bieten und die Kosmetikprodukte direkt zu den Konsumentinnen bringen. Damit eröffneten sie unzähligen alleinstehenden Südkoreanerinnen, deren Männer während des Korea-Krieges gefallen waren, eine wirtschaftliche Perspektive.

Bild nur in
Printausgabe
verfügbar

Als Suh Kyung-bae Amore Pacific 1997 von seinem Vater übernimmt, ist er der einzige unter seinen Geschwistern, der Interesse am Familienunternehmen zeigt. Die Geschäftsaussichten sind damals trübe: Nach der Öffnung des Kosmetikmarkts Anfang der Neunziger wird dieser vor allem von europäischen Importprodukten dominiert. Suh bringt jedoch eine neue Firmenphilosophie mit, die er in Anlehnung an sein großes Manageridol, den Nike-Firmengründer Phil Knight, formuliert hat: „Schieb die Schuld niemals auf die anderen. Es gibt weder wachsende noch schrumpfende Branchen, sondern nur wachsende und schrumpfende Firmen. Und wie es deiner Firma geht, ist allein deine Verantwortung.“ So bringt er es im Gespräch mit *Forbes* auf den Punkt.

Suh erkennt früh das Potenzial der wachsenden asiatischen Mittelschicht. Während westliche Kosmetikunternehmen ihre Produkte vornehmlich für weiße Frauen konzipieren, besinnt sich Amore Pacific auf seine koreanischen Wurzeln. Suh entwickelt Cremes und Make-up, die gezielt auf die Hauttypen ostasiatischer Frauen abgestimmt sind. Mit dem aufstrebenden China liegt schließlich der dynamischste Absatzmarkt direkt vor der Haustür. Zudem setzt er als einer der ersten der Branche im großen Stil auf natürliche, traditionell hergestellte koreanische Produkte – wie Ginsengwurzeln, Lotusblüten oder grünen Tee. Auf der Insel Jeju betreibt Amore Pacific gar eine eigene Teeplantage. Ebenfalls reinvestiert das Unternehmen fast 3 Prozent der jährlichen Gewinne in die Forschung. Über 500 Chemiker hat Amore Pacific rund um den Globus angestellt.

Äußerliche Schönheit genießt in Südkorea einen außerordentlich hohen Stellenwert. Das hat auch mit dem jahrtausendealten schamanistischen Volksglauben zu tun, der den Gesichtern der Menschen gewisse Charaktereigenschaften zuordnet. Gerade für Südkoreanerinnen, die in der patriarchalen Gesellschaft stets benachteiligt waren, ist ein makelloses Äußeres sehr wichtig: Es erhöht die Chancen auf dem Arbeitsmarkt und das soziale Ansehen. Nicht zuletzt deshalb hat der südkoreanische Kosmetikmarkt die wohl anspruchsvollsten Kunden – und gleichzeitig die kaufwilligsten.

Der endgültige Durchbruch gelingt Suh Kyung-bae 2008 mit einem Puder, das Sonnenschutz, Feuchtigkeitscreme und Hautgrundierung in einem ist. Seitdem explodieren nicht nur die Unternehmensgewinne, sondern auch Suhs Privatvermögen. 2011 wird er erstmals Dollar-Milliardär. Heute ist der 53-Jährige mit einem Vermögen von 8,6 Milliarden der zweitreichste Südkoreaner überhaupt. 2015 kürt ihn *Forbes* zu Asiens „Unternehmer des Jahres“.

Mit jährlichen Wachstumsraten von 40 Prozent ist China längst zum wichtigsten Auslandsmarkt für Amore Pacific geworden. Zwei Fünftel aller Exporte gehen an den chinesischen Nachbarn – eine Abhängigkeit, die auch eine gewisse Fallhöhe mit sich bringt. Suh Kyung-baes Ziele sind dennoch überaus ambitioniert: Bis 2020 möchte er die Umsätze seines Konzerns verdreifachen. Noch dieses Jahr expandiert er mit Amore Pacific in den Nahen Osten; Lateinamerika wird als nächstes anvisiert.

Fabian Kretschmer berichtet als freier Journalist aus Seoul.

Bild nur in
Printausgabe verfügbar

Cool auf Koreanisch

Justus Krüger | „Hallyu“, die koreanische Kulturwelle, ist nicht zu stoppen. In Seoul produzierte Fernsehserien schlagen Südamerikaner und Araber in ihren Bann, K-Pop lässt chinesische, japanische – und französische – Teenager außer Rand und Band geraten. Und auch südkoreanische Computerspiele erobern die Welt. Was ist das Geheimnis ihres Erfolgs?

Es ist erstaunlich: Südkoreanische Seifenopern wie „Winter Sonata“ und „Was ist die Liebe?“ erzielten höchste Einschaltquoten in Zentralasien und Südamerika, im Mittleren Osten, in China und in Japan. Auch der K-Pop – Popmusik aus Südkorea – triumphiert auf großer Bühne. Die Bands sind big in Japan, daheim sowieso, außerdem in China und in anderen Schwellenländern. Selbst in Europa machen die K-Popper hin und wieder auf sich aufmerksam, vor allen in Frankreich – und das schon, bevor Psy mit seinem Hit „Gangnam Style“ alle YouTube-Rekorde brach.

Den Anfang machte ein Konzert einiger K-Pop-Größen 2011 in Paris. Ihre Plattenlabels hatten dem nur sehr zögerlich zugestimmt, weil sie an den Erfolg nicht so recht glauben mochten. Doch der Auftritt der Südkoreaner wurde

legendär, danach überzog eine ganze Serie von K-Pop-inspirierten Flashmobs das Land. Die französischen Demonstranten imitierten die Tanz-Moves ihrer Lieblingsbands, sangen ihre Lieder vor laufenden Fernsehkameras, sprachen die Journalisten, die über das Phänomen berichteten, auf Koreanisch an und forderten einhellig: „Une deuxième date de concert à Paris!“

Die Fan-Demos wurden auch im südkoreanischen Fernsehen übertragen. Und eine so nachdrücklich vorgetragene Bitte wollten die Plattenfirmen natürlich nicht abschlagen. Die Franzosen bekamen nicht nur ein zweites Konzert, sondern noch ein halbes Dutzend dazu – und alle waren ausverkauft.

Was ist cool an Korea? „Das ist die falsche Frage“, erklärte einer der Fans einem südkoreanischen Fernsehteam, „Korea selbst ist das Coole.“ Das ist offensichtlich keine Einzelmeinung, aber doch eine unbefriedigende Antwort – nicht bloß, weil diese Auskunft nur den schon Bekehrten überzeugen kann. Vor allen Dingen erklärt sie nicht die Plötzlichkeit des Phänomens.

Vom Rock'n'Roll-Verbot zur Soft-Power-Großmacht

1985 dürfte es nur wenige Länder gegeben haben, die als so uncool galten wie Südkorea. Ein kleines, seit vielen Jahrhunderten herumgeschubstes Land, im Schatten seiner großen Nachbarn Japan und China, die es sich immer wieder aufs Neue ihren jeweiligen Imperien einverleibten. Danach folgten Bürgerkrieg, Armut und eine Militärdiktatur, die Rock'n'Roll, lange Haare bei

Rock'n'Roll, lange
Haare und Miniröcke
waren lange verboten

Männern und Miniröcke verbot und auch tatsächlich bestrafte. Das waren nicht gerade günstige Voraussetzungen, um sich zu einer globalen Großmacht in Sachen Soft Power aufzuschwingen. Trotz alledem: 2013 war K-Pop ein Exportschlagger, der in der Außenhandelsstatistik des Landes mit mehr als fünf Milliarden Euro zu Buche schlug. Die Tendenz ist so steil steigend, dass man es amtlicherseits für realistisch hält, diese Zahl bis 2020 zu verdoppeln. Kann sich jemand vorstellen, dass Popmusik aus Deutschland ein ähnlich großes Publikum in Venezuela, Iran oder Japan finden könnte?

Der südkoreanische Erfolg ist beachtlich für ein Land, in dem bis in die achtziger Jahre hinein das öffentliche Gitarrespielen unter Strafe stand. Oder ist vielleicht gerade das der Grund: Nach jahrzehntelangem Druck durch Armut, harte Arbeit und Diktatur nimmt sich jetzt, da der Deckel vom Dampfdrucktopf einmal runter ist, die Kreativität freien Lauf?

Das ist sicher ein, aber längst nicht der einzige Grund. Dafür umweht die Produkte der Hallyu – der „koreanischen Welle“, wie der popkulturelle Expansionsdrang in seinem Heimatland genannt wird – doch ein allzu starker Hauch von Planmäßigkeit. Wer schon einmal ein K-Pop-Video gesehen hat, der weiß, dass darin für Spontaneität kein Platz ist. Gruppen wie Super Junior oder Girls Generation punkten mit Darbietungen, die so auf Hochglanz gebürstet sind wie eine Autoreklame. Nichts bleibt dem Zufall überlassen – was für das Phänomen K-Pop und Hallyu insgesamt gilt.

Wie so oft begann der Welterfolg mit einer Niederlage, die zum Umdenken zwang. Ende der neunziger Jahre hatte Südkorea mehrere Jahrzehnte einer zumindest wirtschaftlich erfolgreichen Entwicklungsdiktatur hinter sich –

und ein ganzes Gebirge von Problemen vor sich. Die großen Unternehmen des Landes wie Samsung, LG und Hyundai stolperten nach einer langen Wachstumsphase über ihren eigenen Expansionsdrang und drohten, während der Asien-Krise in einem Sumpf aus faulen Krediten unterzugehen. In dieser Situation entschied der 1998 ins Amt gewählte Präsident Kim Dae-jung, dass es an der Zeit sei, Popkultur zur Chefsache zu machen und gründete – so richtig nach Pop klingt es nicht – das Amt für kulturelle Inhalte. Es fing recht bescheiden an, mit einem Budget von umgerechnet rund 50 Millionen Euro, das in den folgenden Jahren auf etwa 500 Millionen Euro anwuchs.

An Hallyu sind viele Investoren beteiligt – auch der Staat

Heutzutage kommt auch noch ein Investitionsfonds hinzu, der nicht weniger als eine Milliarde Euro zur Verfügung hat und keinem anderen Zweck dient, als Südkoreas Popkultur Geld zu verschaffen. 20 bis 30 Prozent der Mittel des Fonds kommen vom Staat, der Rest von Investmentbanken und anderen Privatunternehmen wie den Plattenlabels. Auf die Frage, ob Hallyu vielleicht nur eine Mode sei, die so schnell verschwinden könnte wie sie gekommen ist, antwortete Choi Bokeun, der beim Kulturministerium der tatsächlich so genannten Abteilung für popkulturelle Industrie vorsteht, ganz geschäftsmäßig: „Nein. Dafür sind zu viele Investoren daran beteiligt.“

The Color of K-Pop

Aber der amtliche Wille allein kann zum Erfolg nicht reichen. Der Weg zur Hölle ist bekanntlich mit guten Vorsätzen gepflastert, und staatliche Interventionen in die Popmusik enden für gewöhnlich zwar nicht gerade in der Hölle, aber doch immerhin in der Blamage. Was in Südkorea hilft, ist aber die schiefe Professionalität der Produktionsfirmen und die Disziplin, die sie ihren Stars abverlangen können.

Wie also wird ein Star des K-Pop gemacht? Kurz gesagt: Nach bewährten Marketingmethoden, wie sie auch beim Design von Mobiltelefonen funktionieren.

In der Fernsehshow „The Color of K-Pop“ etwa ging es darum, vier Bands zu produzieren, und zwar nach farblichen Vorgaben – daher der Name des Formats. Die zwei Girl-Groups hießen Dazzling Red und Mystic White, die Jungs-Bands Dramatic Blue und Dynamic Black. Gemeinsam sollten sie ein emotionales Spektrum von verführerisch und unschuldig bis zu sensibel und mannhaft abdecken. Über Stimmungslage und Styling der einzelnen Bands war bereits entschieden, bevor die Mitglieder feststanden.

Das ist das normale Verfahren, sagt die Autorin Euny Hong, die mit „The Birth of Korean Cool“ ein Buch über K-Pop geschrieben hat. „Die Musikproduzenten entwerfen ein Produktdesign für die Band, die sie wollen“, so Hong, „bis hin zu den Details des Aussehens, der Kleidung, des Sounds, der Marketingkampagne – und das, bevor sie überhaupt anfangen, die Bandmitglieder auszuwählen.“

Der Export wird dabei von Anfang an mitgeplant, wie bei der Boygroup TVXQ. „Ihre gesamte Marketingstrategie dreht sich darum, in Japan erfolgreich zu sein“, so Hong. Die Jungs-Band Super Junior dagegen ist für den

Export nach China gedacht und hat darum eine Art Unterabteilung mit chinesischen Mitgliedern gegründet.

Langfristige Planung und „Sklavenverträge“

Zur erfolgreichen Planung gehört langfristiges Denken. K-Pop-Stars haben mit ihren Labels Verträge mit Laufzeiten von bis zu 13 Jahren. Ein Großteil dieser Zeit ist oft schon vorbei, bevor das neue Produkt der Öffentlichkeit zum ersten Mal vorgestellt wird. Bis dahin wird eisern trainiert. „Die Vorbereitungen dauern fünf bis sieben Jahre“, sagt Lee Moon-won, Popkritiker und Herausgeber des Magazins *Media Watch* in Seoul. In anderen Ländern wäre es vermutlich unmöglich, Risikokapitalgeber zu finden, die zu solch langfristigen Investitionen im Popbereich bereit wären.

Mindestens ebenso schwer wäre es, angehende Popsternchen, die ein südkoreanisches Trainingsprogramm über sich ergehen lassen würden, anders zu rekrutieren. „Der Erfolg der ganzen Sache hängt davon ab, dass die Performer die richtige Mentalität haben“, sagt Shin Hyung-kwan, Chef

Das Image, roboterhaft zu arbeiten, wird der K-Pop nicht los

von MNET, eine Art südkoreanisches MTV. „Sie ziehen die Sache durch, und wenn es sie umbringt.“ Lee, der Popkritiker, hört das nicht so gern. „Wir werden dieses Image einfach nicht los, dass wir irgendwie roboterhaft arbeiten“, sagt er. Aber auch er ist der Meinung, dass unermüdlicher Fleiß mit zum Kern der Sache gehört.

„Wir Südkoreaner wenden für alles die gleiche Kraft auf, ob die Abschlussprüfungen in der Schule oder die Arbeit im Büro“, so Lee. „Südkorea bedeutet eben einfach harte Arbeit.“ Das ist in der Popmusik nicht anders.

Zum Training gehört nicht nur Singen und Tanzen, sondern auch eine Art moralischer Ausbildung, in der es darum geht, die Stars zu disziplinieren und sie von Sex, Alkohol und Drogen fernzuhalten. Denn im K-Pop gehört ein Böse-Buben-Image nicht zum Repertoire. „Für den Bad Boy gibt es keinen Platz“, sagt Lee. „Es geht darum, mit traditionellen, sozialen Normen konform zu gehen.“ Die Bevormundung geht so weit, dass erfolgreiche K-Popper sich hin und wieder über die „Sklavenverträge“ beschweren und sogar gerichtlich gegen sie vorgehen – meist aber mit mäßigem Erfolg. Der Einfluss der Labels ist so groß, dass Musiker, die aus ihren Bands ausbrechen, damit zugleich ihre Karrieren beenden.

Die Macht der großen Firmen

Die Planungskompetenz und der Einfluss der Labels haben auch etwas damit zu tun, dass beim K-Pop die mächtigsten Firmen des Landes ihre Finger im Spiel haben. So gehört der Musiksender MNET einem Unternehmen namens CJ E&M. Es ist die größte Entertainment-Firma des Landes. Sie gehört ihrerseits zur CJ-Gruppe, die von Samsung gegründet wurde. Offiziell ist CJ zwar inzwischen von Samsung unabhängig. Aber beide Firmen gehören der Familie des Samsung-Gründers Lee Byung-chul.

Das trägt bei vielen Südkoreanern zum mulmigen Gefühl bei, dass die Chaebols zu viel Einfluss auf Wirtschaft und Gesellschaft haben. Die Public-Private-Partnerships à la Südkorea funktionieren allerdings nicht nur in

Sachen Pop, sondern auch im Techbereich und bei den Videospiele, die gewissermaßen das Stiefkind der Hallyu und ebenfalls ein Fall für das Amt für kulturelle Inhalte sind. Die Spiele sind so erfolgreich, dass sie für mehr als die Hälfte der gesamten Hallyu-Umsätze aufkommen.

Mehr noch als im Ausland reüssieren die Spiele daheim. E-Sports – also kompetitives Spielen von Videogames – ist in Südkorea ein Massenphänomen, das seine eigenen Ligas und Stars hervorgebracht hat (siehe auch den Eintrag „E-Sucht“ im Wirtschaftslexikon, S. 33f.). Die besten Spieler können mehrere 100 000 Euro im Jahr verdienen. In den ehrgeizigsten Mannschaften trainieren die Gamer nicht nur gemeinsam, sie wohnen auch mit ihren Teamkollegen in WGs zusammen, die von ihren Sponsoren bezahlt werden, komplett mit Koch, Haushälterin und medizinischer Versorgung. Die Kehrseite ist, dass die Sucht nach E-Sport sich zu einem echten Problem ausgewachsen hat: Gaming ist die Ursache für rund 90 Prozent aller Fälle von Suchtverhalten in Südkorea, schätzt Lee Jae-won, Psychiater im Gangnam Eulji-Krankenhaus. Darum wird der Zugang zu Videospiele immer stärker staatlich kontrolliert.

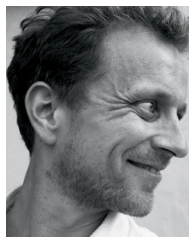
Videogames machen die Hälfte aller Hallyu-Umsätze aus

Die unsichtbare Hand des Staates

Das wird dem eigentlichen K-Pop wohl nicht passieren. Stattdessen legen südkoreanische Beamte erstaunlichen Einfallsreichtum an den Tag, um die Popularität der Bands noch weiter zu steigern – wie bei den geschilderten Flashmobs in Frankreich. Denn so spontan, wie es zunächst den Anschein hatte, waren die Demos für mehr südkoreanische Konzerte in Frankreich nicht.

Ihr Initiator war ein südkoreanischer Staatsbeamter, Choe Jun-ho, seines Amtes Direktor des Koreanischen Kulturzentrums in Paris. Nach dem ersten K-Pop-Konzert – er hatte seine Verbindungen zum Kulturministerium eingesetzt, um das Event auf die Beine zu stellen – nutzte Choe seine E-Mail-Listen aus dem Kulturzentrum, um „spontane“ Kundgebungen in zwölf französischen Städten zu organisieren. Er war es auch, der südkoreanischen Journalisten Tipps gab, wo demnächst etwas passieren würde.

So erfuhren die Chefs der Plattenlabels daheim in Seoul aus den Fernsehnachrichten, dass ein einziges Konzert in Paris einfach nicht genug sei. Dass ein Beamter des Kulturministeriums im Hintergrund ein wenig getrickst hatte, tat nichts mehr zur Sache. Wenn die Motivation stimmt, kann eben auch popkulturelle Planwirtschaft erstaunliche Erfolge erzielen. Und an Elan hat es den Machern und Promotern des K-Pop jedenfalls bislang nicht gefehlt.



Justus Krüger
lebt seit 2005 als
freier Korrespondent
u.a. für die *Neue*
Zürcher Zeitung, *Mare*
und *Geo* in China.

Das IP-Länderporträt ist das Wirtschaftsspecial der INTERNATIONALEN POLITIK. Es erscheint drei Mal im Jahr als Abo-Supplement zur IP. Als Einzelausgabe ist das IP-Länderporträt erhältlich im Bahnhofs- und Flughafenbuchhandel, als App im iTunes Store und im Google Play Store sowie im Internet unter der Adresse www.internationalepolitik.de/abo.

Für wertvolle Anregungen und Kommentare danken wir:

Bernhard Bartsch, Senior Expert im Programm „Deutschland und Asien“ der Bertelsmann Stiftung

Christoph Neidhart, Korrespondent der *Süddeutschen Zeitung* in Tokio. Er hat die Beiträge im Kleinen Wirtschaftslexikon verfasst.

Impressum

Herausgeber

Deutsche Gesellschaft für
Auswärtige Politik e.V.:
Dr. h.c. Hans-Dietrich Genscher †
Dr. Harald Kindermann
Prof. Dr. Joachim Krause
Dr. Arend Oetker
Dr. Daniela Schwarzer

Chefredakteurin

Dr. Sylke Tempel (V.i.S.d.P.)

Redaktion

Dr. Henning Hoff, Uta Kuhlmann-Awad,
Dr. Joachim Staron
Redaktionelle Mitarbeit:
Theresa Lütkefend, Michelle Mühlhausen,
Patrick Nitzschner, Jonas Scharrenbroch
Projektmanagerin: Charlotte Merkl

Redaktionsanschrift

Rauchstraße 17/18 | 10787 Berlin
Tel.: +49 (0)30 25 42 31 46
Fax: +49 (0)30 25 42 31 67
ip@dgap.org

Layout

Thorsten Kirchhoff

Marketing und Anzeigen

DGAP Consulting GmbH
Rauchstraße 17/18 | 10787 Berlin
Stefan Dauwe
dauwe@dgap-consulting.com
Tel.: +49 (0)30 26 30 20 65

Abonnenten-Service interabo GmbH

Aboservice Internationale Politik
Postfach 103245 | 20022 Hamburg
Tel.: +49 (0)30 61 10 55 49 05
Fax: +49 (0)30 61 10 55 49 06
ip@internationalepolitik.de

Druckerei

Media-Print Informationstechnologie GmbH
Eggertstraße 30 | 33100 Paderborn

Pressevertrieb

DPV Deutscher Pressevertrieb GmbH
Nordendstraße 2 | 64546 Mörfelden-Walldorf

Erscheinungsweise

drei Mal jährlich

www.internationalepolitik.de

Vorschau: IP-Länderporträt Italien

erscheint am 24. Februar 2017 mit der IP-Ausgabe März/April 2017