

# Koreanische Unternehmen in Deutschland: Entwicklung und Standortfragen

Ingo Meierhans und Werner Pascha<sup>1</sup>

## **1 Einführung: Wirtschaftspartner Korea – Deutschland**

Fünf Jahre nach der Asienkrise von 1997/98 erscheint offenkundig, dass der Aufstieg der Region zu einer der drei zentralen Säulen der Weltwirtschaft nur kurzfristig abgebremst wurde. Gerade ein Land wie die Republik Korea (im Folgenden: Korea) hat die Chancen eines schmerzhaften, aber in vielen Bereichen höchst effektiven Reformprozesses genutzt, um sich noch besser in der Weltwirtschaft zu positionieren. Daran ändern auch die konjunkturellen Probleme im Jahre 2003 nichts Grundlegendes, die zum Teil auf eine gewisse Überhitzung zurückzuführen sind.

Deutschland und Korea sind enge Wirtschaftspartner, wobei der bilaterale Austausch aber bei weitem nicht das Potenzial zweier so wichtiger OECD-Ökonomien ausschöpft. Südkorea rangiert für die Bundesrepublik immerhin unter den 25 größten Handelspartnern weltweit und nimmt in Asien hinter China und Japan den dritten bzw. vierten Platz ein (Tab. 1).

---

<sup>1</sup> Der vorliegende Beitrag beruht auf einer Untersuchung zum Engagement koreanischer Unternehmen in Deutschland, die vom Duisburger Forschungsinstitut für wirtschaftliche Entwicklungen im Pazifikraum e.V. (FIP) für den Deutsch-Koreanischen Wirtschaftskreis e.V. durchgeführt wurde (DKW 2003). KOTRA Frankfurt, dem Verband koreanischer Unternehmen in Deutschland, der Wirtschaftsförderung Frankfurt, der GfW NRW und darüber hinaus Venadis Theussen sowie Christian Flock ist für die Mitwirkung bei der Datensammlung zu danken. Der besondere Dank der Autoren für die stete Unterstützung und inhaltliche Begleitung gilt Jürgen Wöhler vom DKW. Nähere Informationen bzw. Exemplare der Studie sind über das Frankfurter Büro des DKW erhältlich: Fax (069) 9587-2447.

**Tabelle 1: Deutschlands wichtigste Handelspartner in Asien 2002**

Deutsche Einfuhr	Mrd. EUR	Deutsche Ausfuhr	Mrd. EUR
8. China	21,1	12. China	14,5
10. Japan	19,0	14. Japan	12,2
21. Taiwan	5,7	22. Rep. Korea	5,6
25. Rep. Korea	4,7	29. Taiwan	4,1

Quelle: Statistisches Bundesamt 2003 (vorläufige Ergebnisse).

Auch bei den Direktinvestitionen sind die beiden Länder wichtige Partner. Gerade in und nach der Asienkrise 1997/98 haben deutsche Unternehmen Vertrauen in die koreanische Wirtschaft gezeigt und markant in den Reformprozess hinein investiert. Bereits ein Jahr nach der Krise hatten 50 deutsche Unternehmen Investitionsprojekte im Volumen von jeweils mehr als einer Million US\$ angemeldet (vgl. Goydke 2000: 246). Allein das Investitionsvolumen von 1998 übertraf damit den gesamten bis dahin registrierten deutschen Kapitalexport nach Korea. Der Nachkrisenboom ausländischer Neuengagements in Korea ist zwar inzwischen vorüber, doch hat gerade Deutschland damit einen Quantensprung in der Intensität seiner Wirtschaftsbeziehungen mit Korea vollzogen.

Umgekehrt hatte Koreas Wirtschaft bis zum Ausbruch der Asienkrise nach der Bundesbank-Statistik (Deutsche Bundesbank 2001, 2002) doppelt so viel in Deutschland investiert wie umgekehrt. Die deutsche Investitionswelle von 1998 bis 2000 einerseits und die Konsolidierung der koreanischen Großfirmen andererseits im Zuge der Krise von 1997/98 haben diese Gewichte verschoben.<sup>2</sup>

Vor diesem Hintergrund ist die Frage nach den weiteren Perspektiven der koreanischen Investitionen in der Bundesrepublik von besonderem Interesse, weil jenseits der offiziellen Zentralbankstatistiken<sup>3</sup> relativ wenig über Strukturen und Motive koreanischer Investitionen in Deutschland bekannt ist.

Im Auftrag des Deutsch-Koreanischen Wirtschaftskreises e.V. (DKW) wurde dazu von uns am Duisburger Forschungsinstitut für wirtschaftliche Entwicklungen

<sup>2</sup> Die deutschen Investitionen in Korea weisen nach den Daten der Deutsch-Koreanischen Industrie- und Handelskammer in Seoul per September 2002 einen eindrucksvollen Bestand von 5,2 Mrd. EUR aus.

<sup>3</sup> Abgesehen von den beschränkten Möglichkeiten, mit den sehr allgemeinen Daten zu arbeiten, werden darauf basierende Folgerungen durch Mängel in der Datenerfassung erschwert. So investierte Korea nach koreanischen Daten im Durchschnitt der Jahre 1997 bis 1999 jeweils etwa 47 Mio. US-Dollar in Deutschland, während die deutschen Zahlen durchschnittlich 203 Mio. US-Dollar ausweisen; Basis ist jeweils der World Investment Report der UN.

im Pazifikraum e.V. (FIP) eine empirische Studie erstellt, die sich den folgenden Fragen und Aufgaben widmete:<sup>4</sup>

- Erhebung und Auswertung grundlegender Informationen über die koreanischen Investitionen in Deutschland.
- Untersuchung der Motivstruktur: Warum sind koreanische Investoren nach Deutschland gekommen? Haben sich ihre Erwartungen erfüllt?
- Hinweise zur zukünftigen Entwicklung: Ist mit einer weiteren Zunahme zu rechnen? Wo sind Probleme erkennbar? Gibt es Handlungsbedarf auf deutscher Seite?

Die folgenden Ausführungen konzentrieren sich auf die Standortproblematik des koreanischen Engagements, so weit sie in der Studie erfasst wurde. Warum wurden Deutschland bzw. bestimmte Standorte innerhalb des Landes gewählt? Wie zufrieden ist man? Was ist zukünftig gerade vor dem Hintergrund eines zusammenwachsenden europäischen Wirtschaftsraums zu erwarten? Zur besseren Einordnung ist zunächst allerdings ein kurzer Überblick zum koreanischen Engagement in Deutschland zu geben.

## **2 Koreas Direktinvestitionen in Deutschland**

### *Zeitliche Entwicklung*

Der Grundstein der bilateralen Investitionen wurde 1964 mit der Ansiedlung eines Joint Ventures der Firma Höchst in Korea und der ein Jahr später erfolgten Niederlassung des ersten koreanischen Unternehmens in Hamburg gelegt (vgl. Cherry 2001: 118; Kim 1998: 135). Seit 1974 sind in Europa verstärkt Niederlassungen koreanischer Generalhandels Häuser zu beobachten, die zu dieser Zeit von der koreanischen Regierung besonders gefördert wurden. Es handelte sich meist um Handelsvertretungen der *chaeböl*, d.h. der großen koreanischen Firmenkonglomerate. In

---

<sup>4</sup> Wichtigste Informationsquelle war eine schriftliche Befragung möglichst aller in Deutschland ansässigen Unternehmen mit koreanischer Kapitalbeteiligung (2001/2002). Dazu kamen in Frankfurt am Main, Düsseldorf, Stuttgart und Hamburg durchgeführte Interviews. Drittens wurden andere Quellen ausgewertet, etwa zu koreanischen Investitionen im europäischen Kontext (beispielhaft: Cherry 2001, Choi 1991, Randerson und Dent 1996, Yae 1997) oder zu japanischen Investitionen in Deutschland (GfW 2000). Eine Anfang der 1990er-Jahre an der Universität Duisburg durchgeführte Untersuchung (Korea-Studie I) zum koreanischen Investitionsverhalten in Deutschland war dabei als Referenz besonders hilfreich. Insgesamt 75 der nach unseren Ermittlungen 132 in Deutschland ansässigen koreanischen Unternehmen nahmen an der schriftlichen Umfrage teil. Dies entspricht einer aussagekräftigen Rücklaufquote von rund 57%. Leider haben sich die in den neuen Bundesländern ansässigen Produktionsunternehmen nicht an der Umfrage beteiligt. Somit sind Aussagen über die Standortqualitäten in den neuen Bundesländern nur erschwert möglich.

dieser Phase konzentrierten sich koreanische Unternehmen auf die Erschließung neuer Märkte. Da die rasche Zunahme der Importe aus Korea jedoch mit wachsender Sorge registriert wurde, kam es bis Mitte der 1980er-Jahre auch im produzierenden Bereich zu einem Anstieg der koreanischen Auslandsinvestitionen (vgl. Cherry 2001: 130).

Dieser Anstieg der koreanischen Investitionen im Ausland verstärkte sich seit Mitte der 1980er-Jahre kontinuierlich. Motive sind zum einen die Umgehung von Importbarrieren in wichtigen Industrieländern („Festung Europa“). Entsprechend marktorientierte Direktinvestitionen nach Europa und Deutschland waren dabei auch aus anderen Ländern, etwa Japan, zu beobachten. Ein weiterer, koreaspezifischer Faktor ist die Aufwertung des Won, wobei es 1986 erstmalig zu einem koreanischen Handelsbilanzüberschuss kam. Die wachsenden Exporte wurden verteuert, gleichzeitig wurden aber Investitionen in die Zielländer des US-Dollar- und DM-Raumes verbilligt. Die Bestrebungen der Unternehmen wurden von Seiten der koreanischen Regierung mit einer (weiteren) Vereinfachung des Genehmigungsverfahrens für Auslandsinvestitionen unterstützt (vgl. Cherry 2001). Auch in Deutschland waren höhere koreanische Kapitalzuflüsse deutlich wahrnehmbar. Die Ansiedlungen nach 1985 machen insgesamt 78% aller koreanischen Unternehmen in Deutschland aus.

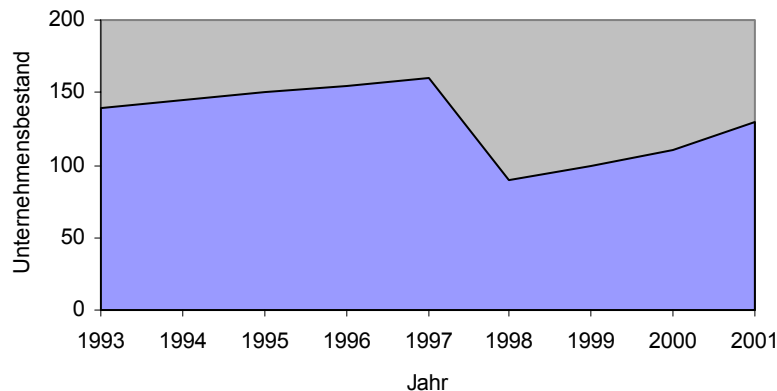
Mit der Finanzkrise in Asien Ende 1997/98 begann eine schwierige Zeit für die koreanischen Unternehmen in Deutschland. Über die Zahl der aufgegebenen Präsenzen in Deutschland gibt es nur Schätzungen. Immerhin deuten die vorhandenen Angaben auf eine starke Umschichtung des koreanischen Unternehmensbestandes in Deutschland hin.

Nach unserer Erhebung erreichte die Zahl der koreanischen Unternehmen im Jahr 2001 mit 132 fast den Stand von 1993. Damals bestanden jedoch erst 40% der heute tätigen Unternehmen. 60% wurden also im folgenden Zeitraum bis 2001 gegründet. Die Kapitalverflechtungsstatistik der Bundesbank registriert im Übrigen eine Abnahme der Zahl der koreanischen Firmen in Deutschland zwischen 1997 und 1999 um 23 Prozentpunkte (vgl. Deutsche Bundesbank 2001: 60). Da jedoch zwischen 1993 und 1997 die Unternehmenszahl um 33 Prozentpunkte zugenommen hatte,<sup>5</sup> scheint eine Unternehmensfluktuation von ca. 60% zwischen 1993 und 2001 realistisch (Abb. 1).

---

<sup>5</sup> Auf der Basis von Elvenkemper, Pascha und Rörig (1993) (Korea-Studie I) für 1993 und Kim (1998) für 1997.

**Abbildung 1: Geschätzter Verlauf des koreanischen Unternehmensbestandes in Deutschland 1993-2001**



Quelle: DKW 2003.

### *Umsatzentwicklung*

Im Jahr 2001 erwirtschafteten die in Deutschland ansässigen koreanischen Unternehmen nach dem Ergebnis der DKW-Studie einen Gesamtumsatz von hochgerechnet<sup>6</sup> gut 8,4 Mrd. EUR. Der von der Bundesbank ermittelte Jahresumsatz der koreanischen Unternehmen in Deutschland für 1999 beträgt gut 6,1 Mrd. EUR (vgl. Deutsche Bundesbank 2002: 60).<sup>7</sup> Bei beiden Werten ist zu beachten, dass die Aktivitäten der Representative Offices nicht berücksichtigt werden können: Sie erzielen nämlich keine eigenen Umsätze, sondern vermitteln Aufträge ans Mutterhaus, die dann (nur) in der deutschen Importstatistik aufscheinen.

### *Zielmärkte*

Die mit 37% größte Gruppe koreanischer Unternehmen in Deutschland zielt auf die Märkte in Deutschland, der Europäischen Union und Osteuropas. Es folgt ein knap-

<sup>6</sup> Dabei werden die Angaben der Unternehmen, die im Rahmen der Umfrage die entsprechende Frage beantwortet haben, auf die Gesamtzahl der für Deutschland ermittelten Unternehmen hochgerechnet. Die Schätzung ist auch deshalb als nur grob anzusehen, weil sich die Unternehmensangaben auf Umsatzgrößenklassen beziehen.

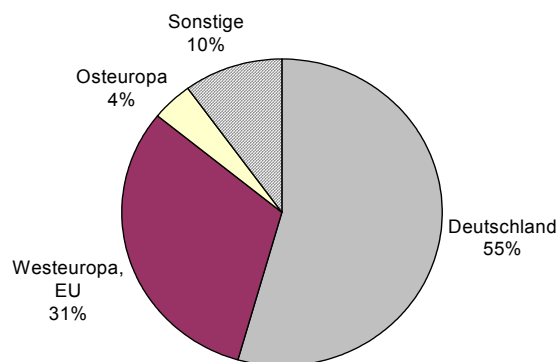
<sup>7</sup> Die Vergleichbarkeit zwischen der Kapitalverflechtungsstatistik der Bundesbank und den in der DKW-Studie ermittelten Zahlen wird dadurch gemindert, dass die Bundesbank abhängige Holdinggesellschaften ausschließt und Gemeinschaftsunternehmen den beteiligten Ländern zurechnet.

pes weiteres Viertel, das sich nur auf Deutschland und die EU konzentriert. 18% gaben an, dass sie neben Deutschland, der EU und dem östlichen Europa noch weitere Märkte bedienen. Nur 5% der Unternehmen konzentrieren sich allein auf den deutschen Markt (vgl. DKW 2003: 32).

Stellt man diese Zahlen in Relation zu den erzielten Umsätzen, ergibt sich folgendes Bild: 55% der Unternehmen erzielen den größten Anteil ihres Umsatzes in Deutschland, 31% in der EU (bzw. Westeuropa), 4% in Osteuropa und 10% in sonstigen Ländern<sup>8</sup> (Abb. 2).

Insgesamt ergibt sich, dass Deutschland bei mehr als der Hälfte der Firmen der eindeutige Marktschwerpunkt ist. Allerdings werden von Deutschland aus auch andere Märkte bedient bzw. betreut. Das gilt vor allem für die noch „jungen“ Märkte Osteuropas, die für mehr als die Hälfte der Unternehmen relevant sind (vgl. DKW 2003: 32), auch wenn sie noch keinen markanten Umsatzbeitrag leisten (Abb. 2). Offenbar bedienen viele Unternehmen den europäischen Markt von Deutschland aus, was im Folgenden genauer untersucht werden soll.

**Abbildung 2: Marktschwerpunkte koreanischer Unternehmen (umsatzgewichtet)**



Quelle: DKW 2003.

<sup>8</sup> Es wurden die regionalen Umsatzanteile gemessen am Gesamtumsatz der Unternehmen erfasst. Diese wurden jedoch nicht nach Gesamtumsatz der Unternehmen gewichtet, da als Annäherung nur Umsatzintervalle zur Verfügung gestanden hätten.

### *Beschäftigung*

Insgesamt beschäftigen die koreanischen Unternehmen, die an der Umfrage teilgenommen haben, 2.395 Mitarbeiter. Hochgerechnet auf alle koreanischen Unternehmen in Deutschland ergibt sich eine Beschäftigtenzahl von rund 4.300. Die von der Bundesbank für das Jahr 2000 ermittelte Zahl von ca. 4.000 Mitarbeitern (vgl. Deutsche Bundesbank 2002: 60) kann also von der Größenordnung her bestätigt werden.

Die Korea-Studie I war 1993 zu dem Ergebnis gekommen, dass damals nur rund 1.200 Mitarbeiter beschäftigt wurden. Eine mögliche Erklärung für die deutliche Differenz zu den heutigen Zahlen dürfte darin zu finden sein, dass 1992 und 1994 mitarbeiterstarke Produktionsbetriebe in den neuen Bundesländern gegründet wurden; sie waren in den Werten von 1993 noch nicht bzw. kaum berücksichtigt. Ungeachtet der Asienkrise ist das Engagement also nicht eingebrochen. Zwischenzeitliche Verluste wegen des krisenbedingten Rückzugs einiger Unternehmen (Abb. 1) wurden kompensiert, sodass der Belegschaftsstand heute mehr als dreimal so hoch ist wie zu Beginn der 1990er-Jahre.

Trotz dieser positiven Entwicklung ist festzuhalten, dass der Beschäftigungseffekt für den deutschen Arbeitsmarkt bisher marginal geblieben ist, die quantitative Bedeutung also sehr begrenzt ist. Direktinvestitionen der drittgrößten asiatischen Volkswirtschaft in Deutschland sind jedoch *qualitativ* bedeutsam, da ein intensiver wirtschaftlicher Austausch zwischen fortgeschrittenen Ökonomien trotz der Globalisierung der Wirtschaftsströme auf enge Führungsvorteile angewiesen ist.

Ein weiterer Aspekt des koreanischen Engagements in Deutschland ist das Verhältnis von deutschen und koreanischen Mitarbeitern. Der Anteil letzterer liegt insgesamt bei rund 17%. Dies mag relativ groß erscheinen, ergibt sich aber aus der hohen Zahl kleiner Vertriebs- und Handelsbüros, die maßgeblich mit koreanischen Entsandkräften besetzt sind. Beachtlich ist der oft hohe Anteil von Mitarbeitern koreanischer oder halbkoreanischer Abstammung, der in Interviews verschiedentlich betont wurde. Dies gilt insbesondere auch am Standort Frankfurt am Main mit seiner großen koreanischen Community. In einem Dienstleistungsunternehmen sind beispielsweise die Hälfte der deutschen Belegschaft Halbkoreaner.

Das Potenzial, das diese koreastämmigen Mitbürger darstellen, ist bisher weitgehend unbeachtet geblieben. Dies erscheint nicht angemessen, wenn man etwa an die große Bedeutung asiastämmiger Mitarbeiter in US-amerikanischen Unternehmen denkt, die zu einer Intensivierung der Beziehungen nicht unwesentlich beitragen. Aus persönlichen Erfahrungen an der Universität Duisburg würden wir schließen, dass Kinder koreastämmiger Eltern oder eines koreanischen Elternteils nur sporadisch und zufällig in die Rolle finden, ihren persönlichen Hintergrund als positiven Beitrag in die Berufsfindung einzubringen. Entsprechende Angebote, solche Schritte zu durchdenken oder vorzubereiten, gibt es unseres Wissens leider nicht. Dabei sollen mögliche Probleme für die Jugendlichen, einen Brückenschlag zwischen zwei sehr unterschiedlich internalisierten Kulturen zu unternehmen, hier nicht verkannt werden.

### 3 Standortfragen koreanischer Unternehmen

#### *Europa und insbesondere Deutschland als Standorte*

Korea hat inzwischen über 50 Mrd. US-Dollar im Ausland investiert. Die größten Positionen machen die USA, China und die anderen Länder Asiens aus. Ganz Europa ist inzwischen weniger bedeutsam als das Nachbarland China, in das Korea nach Aufnahme der diplomatischen Beziehungen massiv investiert hat. Innerhalb Europas konkurriert die Bundesrepublik mit Großbritannien und den Niederlanden, wobei Deutschland zumindest bezüglich der Zahl der Projekte einen Spitzenwert erreicht.<sup>9</sup> Überraschend ist das relativ starke Engagement in Ost- und Zentraleuropa; hierauf wird noch zurückzukommen sein.

**Tabelle 2: Koreanische Auslandsinvestitionen per Dezember 2002**

	<b>Anzahl</b>	<b>Betrag in Mio. US\$</b>
Asien ohne China	4.015	12.117
China	8.517	9.085
Europa ohne Top 10	116	591
Niederlande	47	2.365
Großbritannien	110	1.565
Polen	51	1.002
Deutschland	151	952
Frankreich	60	362
Russland	155	307
Rumänien	7	283
Ukraine	5	241
Italien	22	199
Ungarn	17	154
Mittlerer Osten	67	339
Amerika ohne USA	664	5.612
USA	3.208	11.555
Ozeanien	593	2.610
Afrika	131	918
<b>Summe</b>	<b>17.936</b>	<b>50.258</b>

Anmerkung: Daten auf der Basis akzeptierter Direktinvestitionen.

Quelle: Export-Import Bank of Korea 2003.

<sup>9</sup> Die Wertgrößen für Großbritannien, die Niederlande und Polen sind höher, insbesondere aufgrund des Engagements in der verarbeitenden Industrie. Insbesondere die Angaben für die Niederlande dürften aber zum Teil rechentechnischer Natur sein und mit Besteuerungsfragen in Zusammenhang stehen.



Bezüglich der Standortwahl innerhalb Deutschlands gibt es einen starken Zusammenhang dieser Entscheidung mit dem Gründungszeitpunkt. Darauf konnte bereits 1993 in der Duisburger Korea-Studie I (Elvenkemper et al. 1993) hingewiesen werden. Hamburg war bis 1974 als Seehafen der bevorzugte Standort für die auf dem Seeweg transportierten Waren (Textilien/Schuhe), auf welche die koreanischen Handelshäuser damals ausgerichtet waren. Anfang der 1980er-Jahre lag das Hauptaugenmerk koreanischer Unternehmen auf Düsseldorf. Der Grund liegt in der Errichtung erster Produktionsbetriebe sowie einer Schwerpunktverlagerung der koreanischen Exportwirtschaft von der Leicht- auf die Schwerindustrie (vgl. Kim 1998: 137). Für Düsseldorf sprach vor allem die Nähe zum Ruhrgebiet als wichtigem Ballungsraum und als Standort montanindustrieller Großbetriebe. Möglicherweise haben die Präsenz anderer ostasiatischer (japanischer) Unternehmen und die Anwesenheit koreastämmiger Mitbürger (ehemalige Bergleute, Krankenschwestern) mit ihrer entsprechenden Infrastruktur den Weg an den Rhein ebenfalls erleichtert.

Schon Mitte der 1980er-Jahre wurde Frankfurt am Main jedoch zum Standort Nummer 1. Der Grundstein dazu wurde 1970 mit Gründung der ersten koreanischen Bankniederlassung in Frankfurt gelegt, nachdem bis dahin Hamburg alleiniger Standort der koreanischen Außenhandelsbank gewesen war. Frankfurt am Main ist bis heute der attraktivste deutsche Standort aus koreanischer Sicht geblieben. Alle in Deutschland tätigen koreanischen Finanzinstitute haben als Sitz Frankfurt am Main gewählt. Nicht zu unterschätzen ist die Rolle des Flughafens Frankfurt am Main mit seinen Direktflugangeboten nach Korea und einem zentralen Zugang zur deutschen Binnenlogistik. Es gibt eine gut ausgebaute Infrastruktur mit Lebensmittelgeschäften, Restaurants und anderen Einrichtungen, die das tägliche Leben nicht zuletzt auch für mitreisende Familien sehr erleichtert. Auf diesen „Soft-Faktor“, der eine große Standorttreue durch sich selbst verstärkende und stabilisierende Netzwerkevorteile hervorruft, wird in Gesprächen immer wieder hingewiesen.

In den letzten Jahren kam es, wie in Abschnitt 2 bereits diskutiert, zu einer verstärkten Fluktuation (Unternehmensgründungen und -austritte) koreanischer Unternehmen in Deutschland. Dies hat auch Veränderungen in der räumlichen Struktur der koreanischen Unternehmen bewirkt (Tab. 3). Seit 1993 stieg der Anteil der in Frankfurt am Main ansässigen Unternehmen trotz der seit 1998 erfolgten Schließung mehrerer Bankfilialen von 48% auf 60% und der in Hamburg ansässigen Unternehmen von 10% auf 25%. Es konnte dabei kein signifikanter Zusammenhang zu einer Veränderung der vorrangigen Unternehmensaktivitäten festgestellt werden.

In der regionalen Verteilung der Arbeitsplätze liegt Hessen mit rund 47% deutlich an der Spitze. An der zweiten Stelle folgt Berlin, was durch das dort ansässige Produktionsunternehmen mit ungefähr 1.000 Mitarbeitern zu erklären ist. Das gleiche gilt für Sachsen-Anhalt, das mit 16,5% der Beschäftigten an der dritten Stelle liegt und ebenfalls ein Produktionsunternehmen aufweist. Knapp dahinter folgt Hamburg als Deutschlands wichtigster Überseehafen. Der geringe Anteil Nordrhein-Westfalens (4,5%) ist auffallend, da dort immerhin 15% der koreanischen Unternehmen angesiedelt sind; ausschlaggebend ist der hohe Anteil kleinerer Handels- und Vertriebsbüros aus Korea in diesem Bundesland.

**Tabelle 3: Standorte koreanischer Unternehmen innerhalb Deutschlands<sup>a)</sup>**

Bundesland	Korea-Studie I (1993) <sup>b)</sup>		Kim Hung-Hyon (1998) <sup>c)</sup>		DKW 2003 (2001/02)	
	Anzahl (Hochrechnung)	Anteil in Prozent	Anzahl	Anteil in Prozent	Anzahl	Anteil in Prozent
Baden-Württemberg					3	2,3
Berlin					3	2,3
Brandenburg					1	0,8
Hamburg	5 (15)	10,0	20	12,5	20	15,2
Hessen	24 (74)	48,0	100	62,5	80	60,6
Niedersachsen/Bremen					4	3,0
Nordrhein-Westfalen	16 (49)	32,0	40	25,0	20	15,2
Sachsen-Anhalt					1	0,8
<b>Summe</b>	<b>45 (138)</b>	<b>(*) 90,0</b>	<b>160</b>	<b>100,0</b>	<b>132</b>	<b>100,0</b>

Anmerkungen und Quellen:

- Elvenkemper, Pascha und Rörig (1993) und Kim (1998) nehmen Bezug auf Frankfurt am Main (hier Hessen) und Düsseldorf (hier Nordrhein-Westfalen). Jedoch kann auch bei der Studie DKW 2003 davon ausgegangen werden, dass die entsprechenden Zahlen für die Bundesländer größtenteils Düsseldorf bzw. Frankfurt zugerechnet werden können.
  - Die genannten Unternehmenszahlen beziehen sich nur auf die Teilnehmer der Umfrage; die Angaben in Klammern sind hochgerechnet auf die 154 koreanischen Unternehmen, die 1993 in Deutschland identifiziert werden konnten.
  - Vgl. Kim (1998: 147), wobei keine weiteren Standortwerte angegeben sind.
- (\*) In der Korea-Studie I wurde explizit nur nach den Standorten Düsseldorf, Frankfurt am Main und Hamburg gefragt, so dass die restlichen 10% nicht zuzuordnen sind.

Quelle: DKW 2003.

Auffällig ist die relativ geringe Bedeutung ostdeutscher Standorte. Dies gilt insbesondere in Relation zu den hohen Erwartungen, mit denen in den 1990er-Jahren koreanische Investoren umworben wurden. Wegen einer zu geringen Teilnahme an der Umfrage konnten leider keine belastbaren Aussagen zu den Gründen gewonnen werden. Auf der Basis einzelner Gespräche ergibt sich jedoch, dass die Erwartungen der Investoren hinsichtlich Kosten, harter und weicher Infrastruktur sowie hinsichtlich einer kooperativen Atmosphäre zumeist nicht hinreichend erfüllt werden konnten.

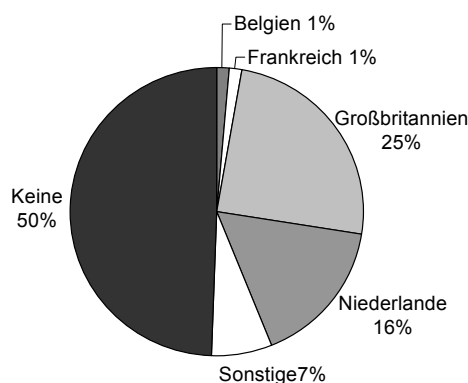
#### *(Frühere) Standortalternativen*

Der aus deutscher Sicht wesentlichen Frage, welche Standorte die koreanischen Unternehmen aus welchen Gründen gewählt haben, soll im Folgenden genauer nachgegangen werden. Danach werden wir uns der Frage zuwenden, wie die Firmen ihre damalige Entscheidung aus heutiger Sicht beurteilen.

Rund die Hälfte der befragten Unternehmen gibt zu Protokoll, dass zum Zeitpunkt der Ansiedlungsentscheidung keine Standortalternative in einem anderen

Land bestanden habe (Abb. 3). Bei einem Viertel der Befragten wurde Großbritannien als Alternative genannt, bei 16% die Niederlande. Anscheinend konnte Deutschland entscheidende, schwer zu überbietende Vorteile zumindest im europäischen Raum auf sich vereinigen. Dies vergrößert in einem inzwischen kompetitiveren Umfeld jedoch die Gefahr, rechtzeitige Anpassungen zu vernachlässigen.

**Abbildung 3: Mögliche Standortalternativen zum Zeitpunkt der Ansiedlung**

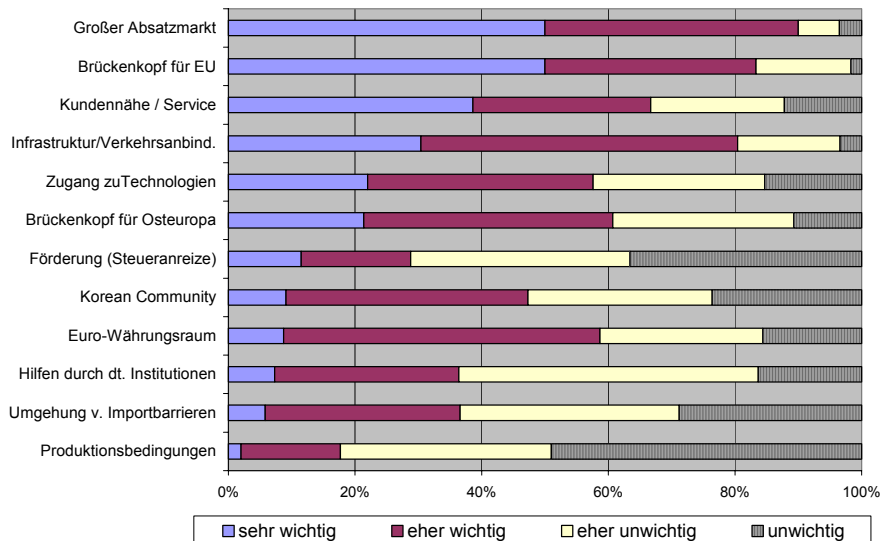


Quelle: DKW 2003.

Es ist von daher angezeigt, die von den koreanischen Firmen gesehenen Gründe für eine dauerhafte Präsenz in Deutschland differenziert zu betrachten (Abb. 4). Als wichtigster Grund wird von der Hälfte der befragten Unternehmen der große deutsche Absatzmarkt genannt. Unter Einschluss der Unternehmen, die diesen Grund als „eher wichtig“ einschätzen, war der Absatzmarkt für rund 90% der koreanischen Unternehmen der wichtigste Ansiedlungsfaktor.

Der zweitwichtigste Grund war bzw. ist die Brückenkopffunktion bezüglich der EU, die von 50% der Unternehmen als „sehr wichtig“ und von weiteren 35% als „eher wichtig“ eingeschätzt wurde. In diesen Zusammenhang gehört inzwischen auch die Zugehörigkeit zum Euro-Währungsraum, die von immerhin noch 50% als ein „eher wichtiger“ Grund für den Markteintritt angegeben wird. Der europäische Hauptkonkurrent in Bezug auf koreanische Ansiedlungen, nämlich Großbritannien, gehört dem Euro-Raum gerade nicht an.

Weitere häufiger genannte Faktoren sind die Kundennähe und die Infrastruktur. Ungefähr gleichauf folgen der Zugang zu Technologien und die Brückenkopffunktion für Osteuropa. Importbarrieren spielen eine eher weniger große Rolle, auch wenn 37% dieses Argument – im Rückblick – als zumindest „eher wichtig“ einstufen.

**Abbildung 4: Gründe der Standortwahl Deutschland**

Quelle: DKW 2003.

Die Resultate der aktuellen Untersuchung bestätigen damit im Wesentlichen die 1993 durchgeführte Studie (vgl. Elvenkemper et al. 1993: 14). Schon damals wurde die „Marktnähe“ als Hauptgrund für die Ansiedlung in Deutschland genannt (52%), Importheimnisse hingegen nur in 4% der Fälle.

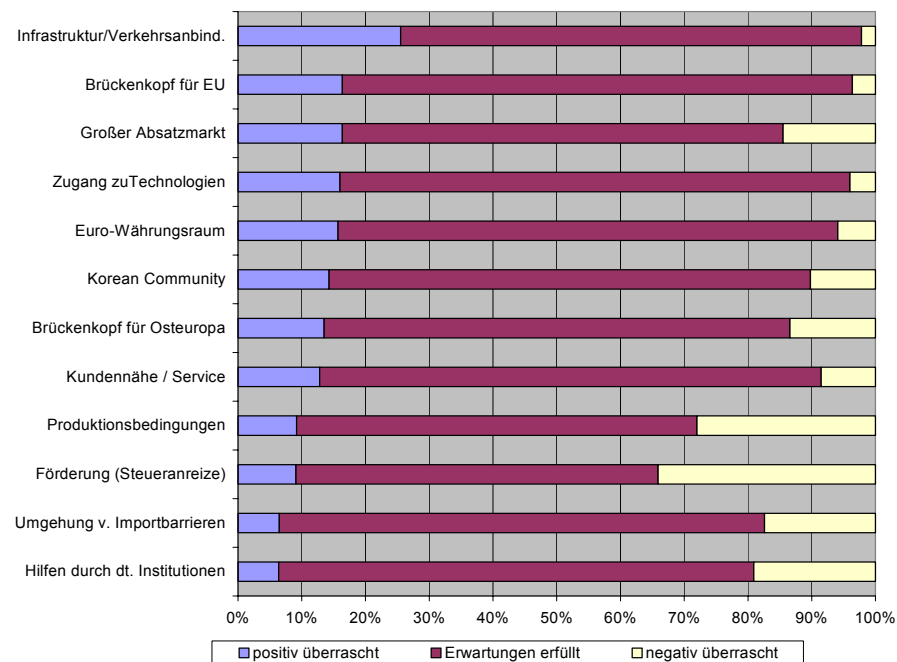
Zusammengefasst gilt Deutschland also nach wie vor als attraktiver Markt, nicht jedoch als vorteilhafter Produktionsstandort. Zusätzliche Attraktivität bezüglich anderer Investitionsmotive, etwa bezüglich des Zugangs zu neuen Technologien, ist kaum hinzugewonnen worden. Der Standort steht und fällt mit seinem Potenzial als Absatzmarkt im Herzen des einkommensstarken Mittel- und Westeuropas. Ansonsten wird er noch von den Beharrungskräften aus den bereits bestehenden Investitionen („Netzwerkeffekte“) gestützt.

#### *(Heutige) Zufriedenheit mit der Standortwahl*

Inwiefern hat der Standort Deutschland die Erwartungen der koreanischen Unternehmen aus heutiger Sicht erfüllt? Auf der Basis der Umfrage (Abb. 5) sind die koreanischen Unternehmen größtenteils zufrieden bis sehr zufrieden. So haben sich in Bezug auf alle genannten Markteintrittsgründe die Hoffnungen mehrheitlich erfüllt. Positiv wurde ein Viertel der Unternehmen von der Infrastruktur und Verkehrsanbindung überrascht. Negative Überraschungen gab es bei Fördermöglichkeiten und Steueranreizen (34%) sowie bei den Produktionsbedingungen (28%). In

beiden Fällen ist der Anteil der negativ überraschten Firmen wesentlich größer als derjenige der positiv überraschten (<10%).

**Abbildung 5: Bewertung der Markteintrittsgründe aus heutiger Sicht**



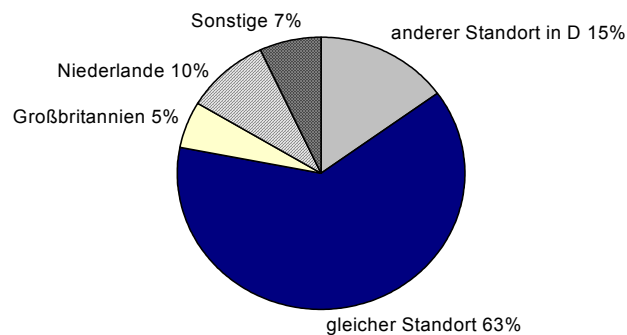
Quelle: DKW 2003.

Daneben wurden die Unternehmen befragt, für welchen Standort sie sich entscheiden würden, falls sie *heute* die Ansiedlungsentscheidung (nochmals) zu treffen hätten. 63% der befragten Unternehmen gaben an, dass sie sich wieder für ihren jetzigen Standort in Deutschland entscheiden würden, während 15% einen anderen Standort in Deutschland wählen würden (Abb. 6). Unternehmen, die den Standort innerhalb Deutschlands wechseln würden, sind vor allem in NRW und Baden-Württemberg angesiedelt. Gemessen an der hohen Zahl der Unternehmen in Hessen ist der Anteil der Unternehmen, die heute einen anderen Standort als Hessen wählen würden, mit 27% sehr gering.

Immerhin 10% der Unternehmen gaben an, dass die Niederlande aus heutiger Sicht ein attraktiverer Standort seien. Großbritannien wäre nur für 5% der Unternehmen zum jetzigen Zeitpunkt interessanter (vgl. DKW 2003: 30). Dies ist umso bemerkenswerter, als die Insel bis in die 1990er-Jahre zahlreiche Projekte und

auch Großinvestitionen aus Korea anziehen konnte. Es ist nahe liegend, dass die Nichtteilnahme am Euro-Währungsraum einen beachtlichen Anteil an dieser auffallenden Verschiebung hat. Zur weiteren Klärung wäre jedenfalls eine ähnliche Umfrage bei den in Großbritannien ansässigen koreanischen Unternehmen von Interesse.

**Abbildung 6: Welchen Standort würden Sie heute wählen?**



Quelle: DKW 2003: *Die Präsenz koreanischer Unternehmen in Deutschland – eine empirische Untersuchung*, bearbeitet von Werner Pascha und Ingo Meierhans.

#### *Der „Standort Deutschland“ in der direkten Beurteilung*

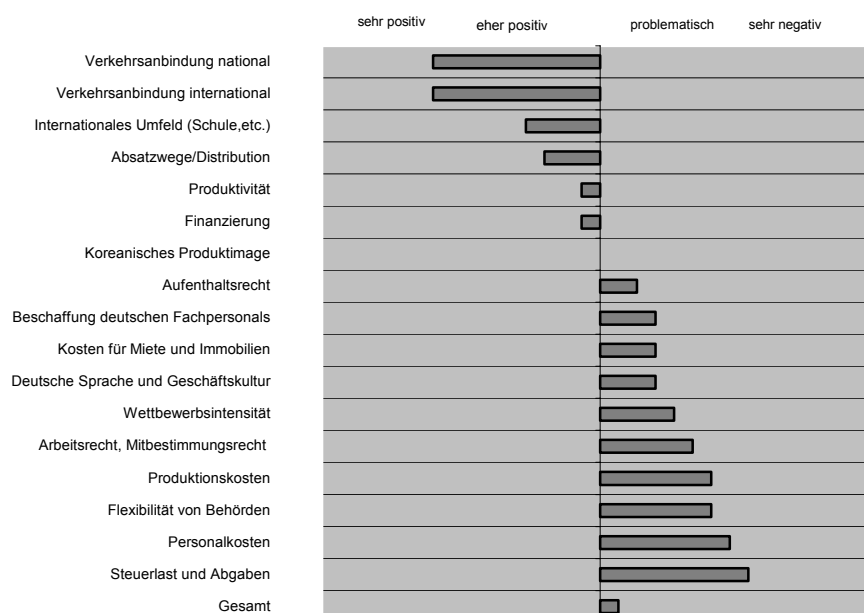
Aufgrund der Wichtigkeit der Standortthematik wurde direkt gefragt, wie relevante Standortfaktoren der Bundesrepublik Deutschland aus Sicht der koreanischen Unternehmen bewertet werden (Abb. 7).

Häufig als negativ genannte Faktoren sind neben der Steuer- und Abgabenlast die Personalkosten. Als problematisch gelten auch die (sonstigen) Produktionskosten und die Flexibilität der Behörden. Die Produktionskosten sind insofern von geringerer Bedeutung, als der Anteil der produzierenden Unternehmen gerade 3% beträgt. Es fragt sich allerdings, ob marginal kostengünstigere Produktionsbedingungen diesen Anteil markant erhöhen könnten.

Ein weiterer Faktor, der oft als problematisch benannt wurde, ist das Arbeits- und Mitbestimmungsrecht. In den Interviews wurde wiederholt moniert, dass das deutsche Arbeitsrecht zu kompliziert und inflexibel sei. Es stelle für in Deutschland unerfahrene Unternehmen ein großes Problem dar. Die nationale und internationale Verkehrsanbindung sowie das internationale Umfeld (internationale Schulen, Verfügbarkeit asiatischer Lebensmittel etc.) werden als gut bzw. eher positiv eingestuft. Weitere (eher) positive Standortfaktoren sind neben den Absatzwegen auch die Finanzierungsmöglichkeiten und die Arbeitsproduktivität. Die deutsche Sprache und

die Geschäftskultur werden (nur) in Einzelfällen negativ bewertet. In den Interviews wurde oft angemerkt, dass es kaum Probleme bezüglich des deutschen Fachpersonals gebe, da die Kommunikation oft problemlos auf Englisch geführt werden könne. Allerdings sei die Kommunikation mit dem öffentlichen Bereich schwierig, da selten das Englische benutzt werden könne und Formulare nur auf Deutsch vorlägen.

**Abbildung 7: Beurteilung der Standortfaktoren in Deutschland**



Anmerkung: Skala von 1 = sehr positiv bis 4 = sehr negativ.  
Quelle: DKW 2003.

Die Antworten bestätigen die schon zu anderen Standortfragen identifizierten Ergebnisse und liegen angesichts der generellen öffentlichen Diskussion zum „Standort Deutschland“ im Rahmen der Erwartungen. Bei den für die Marktbearbeitung zentralen Faktoren erreicht die Bundesrepublik akzeptable Werte. Die Organisation der Arbeitgeber-Arbeitnehmer-Beziehungen nach dem Mitbestimmungsprinzip stößt auf Vorbehalte, da koreanische Manager aus ihrer Heimat andere Strukturen gewöhnt sind.

Relativ massive Kritik wird am öffentlichen Sektor geäußert, sowohl hinsichtlich der Besteuerung, der Regulierung, als auch in Bezug auf das alltägliche Verwaltungshandeln. Einzelne lokale Verwaltungen wurden in den Interviews allerdings als

positive Ausnahmen genannt, was sich für die Einschätzung der Standortqualität und allfällige Standortentscheidungen durchaus auswirken kann.

### *Regionale Hierarchien koreanischer Unternehmen in Europa*

In einer traditionellen Sicht werden die Standortentscheidungen eines ausländischen Investors isoliert betrachtet. Es wird also implizit davon ausgegangen, dass die Entscheidung zwischen den Standorten X und Y von den relativen Vorteilen (und Nachteilen) von X und Y abhängt. In einer globalisierten Welt findet sich jedoch eine zunehmend komplexe Arbeitsteilung auf nationaler, regionaler und multilateraler Ebene, von Fall zu Fall noch ergänzt um die Problematik hybrider Organisationsformen (wie Joint Ventures) zwischen Markt und vollständig internalisierter Firmenhierarchie. Die Wahl zwischen X und Y hängt also auch von möglichen Z ab bzw. von früheren, in X oder Y bereits geschaffenen Strukturen.

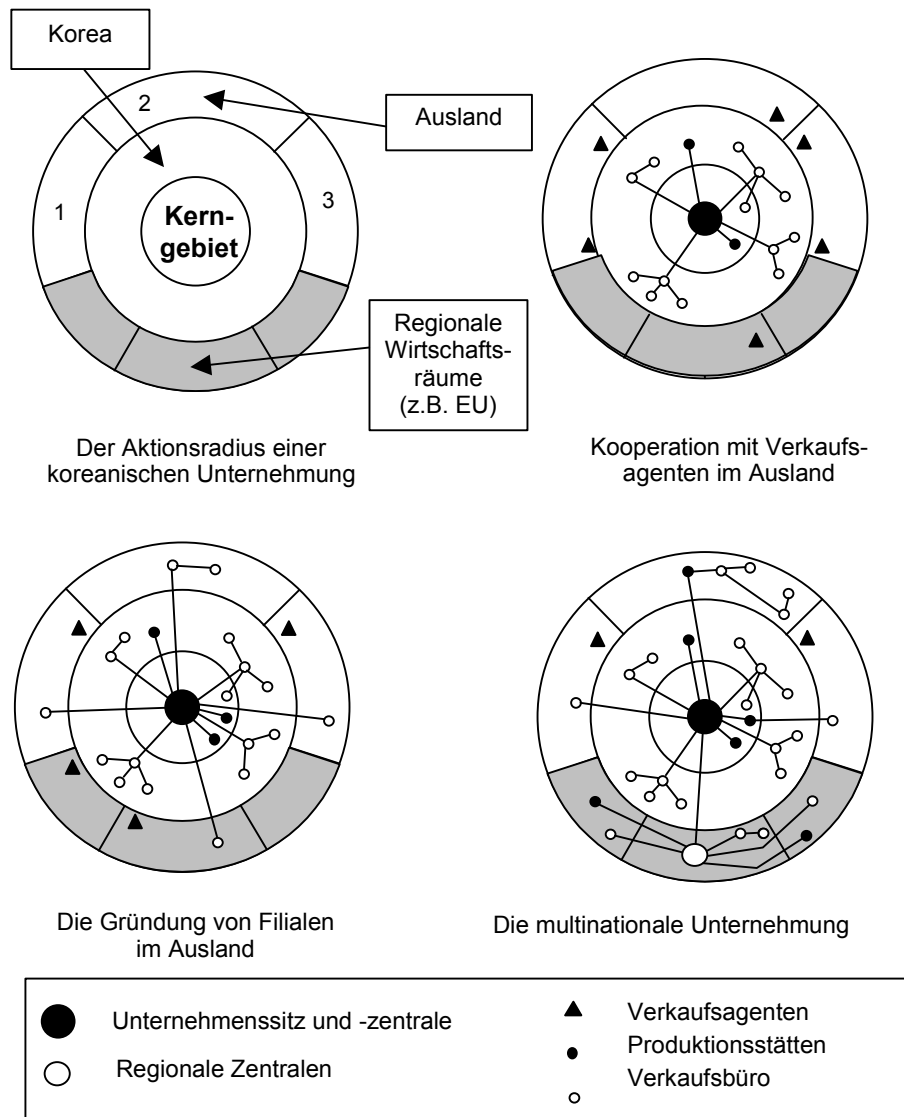
Um diesen Zusammenhang anzugehen, haben wir insbesondere die Bedeutung von Europazentralen koreanischer Unternehmen untersucht. Ein solcher Ansatz bedarf einer gewissen Vorklärung, um die im Rahmen der Umfrage notwendigerweise einfach gehaltenen Fragen angemessen einordnen zu können. Laut der verfügbaren Literatur bilden sich im Zuge der Globalisierung der Märkte spezifische Gründungsabfolgen und Unternehmenshierarchien innerhalb der Direktinvestitionen eines Unternehmens aus (vgl. z.B. Hakanson 1979: 131-135). Der erste Schritt sind häufig Handelsvertretungen. Diese werden dann durch Repräsentanzen bzw. Verkaufsbüros ersetzt oder ergänzt. Als dritter Schritt kommt es zur Errichtung von Produktionsstätten in Ländern mit hohen Handelsschranken und/oder hohem Marktpotenzial. Diese können dann Ausgangspunkt für weitere Verkaufsbüros und Aktivitäten in anderen Ländern sein.

Bezogen auf Korea und die EU kann vermutet werden, dass die Unternehmen nicht gleichzeitig und parallel in verschiedene Mitgliedsländer investieren, sondern sukzessive die Beziehung Korea-Europa ausbauen.<sup>10</sup> Das erste Verkaufsbüro in der EU entwickelt sich zu einem neuen, regionalen „Kern“, von dem aus andere EU- bzw. europäische Länder erschlossen werden. Aus dem zunächst errichteten Verkaufsbüro wird das Regional Headquarter. Später bieten sich lokalisierte Verkaufsniederlassungen an, um auf marktliche Spezifika innerhalb Europas besser eingehen zu können; auch können verschiedene Unternehmensfunktionen im Umfeld des regionalen „Kerns“ unter Berücksichtigung der lokalen komparativen Vorteile verteilt werden. Dieses Vorgehen ist jedoch nur für Unternehmen interessant, welche die fortgeschrittene Phase der Expansion abgeschlossen haben und eine entsprechende Größe aufweisen (vgl. Abb. 8).

<sup>10</sup> Vgl. auch die Argumentation in Cherry (2001). Randerson und Dent (1996) argumentieren, dass die koreanischen Unternehmen in Europa anders als die japanischen noch nicht die Phase einer „simple globalisation“ (S.66) überwunden hätten; diese Sicht scheint inzwischen jedoch überholt (so auch Theussen 2002).



**Abbildung 8: Modell der räumlichen Ausdifferenzierung der koreanischen Unternehmenspräsenz**

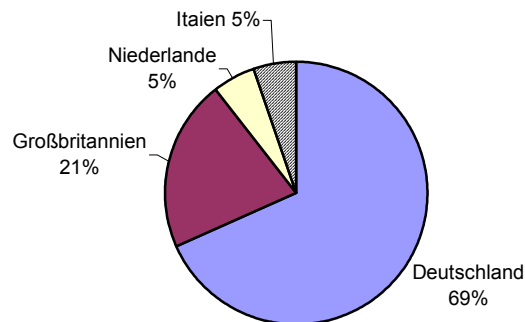


Quelle: In Anlehnung an Hakanson 1979.

Die Untersuchung des DKW lässt erkennen, dass sich koreanische Unternehmen auf unterschiedlichen Internationalisierungsstufen in Deutschland angesiedelt haben. So kann ein Großteil den Handelsvertretungen zugerechnet werden. Weiterhin sind eine Vielzahl von Repräsentanzen und Verkaufsbüros erfasst. Darüber hinaus haben sich jedoch auch komplexere Muster einer regionalen Standortdifferenzierung herausgebildet.<sup>11</sup>

In den im Rahmen der Studie durchgeführten Interviews ließ sich vielfach eine arbeitsteilige Standortstrategie dokumentieren. Auch laut schriftlicher Umfrage gaben 19 der 75 Unternehmen an, eine Europazentrale zu besitzen (Abb. 9). In zwei Drittel der Fälle ist diese in Deutschland angesiedelt. Großbritannien folgt mit 21% der Nennungen. Dieses Ergebnis kann jedoch nur mit Einschränkungen interpretiert werden, da sich die Umfrage nur auf Unternehmen bezieht, die in Deutschland ansässig sind. Der Anteil der Headquarters in London dürfte in Wirklichkeit höher liegen als die hier ermittelte Zahl.

**Abbildung 9: Europazentralen koreanischer Unternehmen**



Quelle: DKW 2003.

Insgesamt bestätigt sich allerdings, dass Deutschland zumindest innerhalb Kontinentaleuropas als „Zentrale“ genutzt wird, d.h., dass Verwaltungs- und Steuerungsfunktionen vielfach von Deutschland aus wahrgenommen werden. Für die Produktion wird jedoch häufig auf Standorte in der europäischen Peripherie zurückgegriffen. Mit zunehmender Reife des koreanischen Engagements in Europa werden die ersten bzw. „alten“, häufig deutschen Standorte durch neue Gründungen in der europäischen Peripherie ergänzt.

<sup>11</sup> Entsprechende Parallelen finden sich auch im Vergleich mit japanischen Unternehmen in Deutschland bzw. Europa; vgl. Theussen (2002).

Dies bedeutet, dass eine zukünftige Gründungsdynamik koreanischer Niederlassungen nicht in Deutschland, sondern eher in anderen Ländern Europas zu beobachten sein dürfte. Ein Indiz ist, dass nur 4% der in Deutschland angesiedelten koreanischen Unternehmen das zunehmend interessante Osteuropa als Marktschwerpunkt angeben (Abb. 2), aber 13% in Osteuropa investieren wollen und in Deutschland keine weiteren Expansionspläne hegen (vgl. DKW 2003: 38). In diesem Zusammenhang sei daran erinnert, dass sich Ost- und Mitteleuropa in den vergangenen Jahren innerhalb Europas bereits zu einem ausgeprägten koreanischen Investitionsschwerpunkt entwickelt haben. Vier der Top-10-Länder gehören dieser Region an, mit Polen auf Rang 4 und vom Investitionsvolumen her nur noch knapp hinter Deutschland (Tab. 2).

#### **4 Zukünftiges Engagement der koreanischen Unternehmen**

Trotz dieser – aus deutscher Sicht – skeptischen Einschätzung der weiteren Gründungsdynamik fallen die Auskünfte bezüglich eines weiteren Engagements koreanischer Unternehmen in Deutschland erfreulich positiv aus. Mehr als die Hälfte der Unternehmen plant weitere Investitionen, und nur 1% will sein Engagement reduzieren (vgl. DKW 2003: 38). Wie lässt sich dieses Antwortprofil interpretieren, ist es nur Ausdruck von Höflichkeit?

Für die zukünftige Entwicklung dürfte eine Rolle spielen, dass Koreas erfolgreiche Weltunternehmen ihre Präsenz in Europa zunehmend räumlich ausdifferenzieren. Ein gewisser Ausbau des Deutschlandengagements ist im Rahmen einer hierarchisierten Europastrategie durchaus konsequent. Dann nämlich, wenn der Umsatz aufgrund von Markterfolgen wächst und/oder Headquarter-Aufgaben in einem zunehmend ausdifferenzierten regionalen Firmenverbund wahrgenommen werden. Für solche Aufgaben haben sich, wie bereits festgestellt, die Erwartungen an den Standort Deutschland im Wesentlichen erfüllt.

Vor allem die jüngeren koreanischen Niederlassungen sehen einen weiteren Ausbau ihres Engagements vor. Dabei wird vor allem an eine zusätzliche Investition am einmal gewählten Standort gedacht. Gerade der Schwerpunktstandort Frankfurt am Main erweist sich dabei als besonders stabil (vgl. ebd.). Jedoch ist davon auszugehen, dass etwa der Großteil produktionsorientierter Neuengagements außerhalb der deutschen Grenzen stattfinden wird. Dies würde der Logik einer regionalen Standortdifferenzierung entsprechen. Neue bzw. ergänzende Standortengagements liegen dabei weniger im westlichen, sondern im östlichen Europa, im Übrigen freilich nicht zuletzt außerhalb des Großraums Europa.

Mittelfristig wird das wachsende Marktpotenzial anderer europäischer Länder an Bedeutung gewinnen, für die Produktion ist Deutschland ohnehin nicht relevant, und in Bezug auf F&E konnte noch kein besonders starkes Investitionsmotiv identifiziert werden. Trotzdem ist es sinnvoll, wenn die Deutsch-Koreanische Industrie- und Handelskammer Seoul in einem Papier vom Februar 2003 Investitionschancen „in

den Bereichen der Bio-, Umwelt-, Gen-, Informations-, Weltraum- und Nanotechnologie“ (DKIHK 2003: 10) sieht. Einerseits besitze Deutschland in einigen dieser Bereiche Erfahrung und Wissen, andererseits habe die koreanische Regierung eine deutliche finanzielle Förderung dieser Bereiche vorgesehen. Zur Wahrnehmung solcher Potenziale sind aber als Erkenntnis dieser Studie die eigenen, deutschen Standortvorteile wesentlich zu stärken, um nicht relativ gegenüber den Mitbewerbern zurückzufallen. Aus Sicht der koreanischen Investoren geht es dabei – neben den Produktionskosten – insbesondere um eine Reform des öffentlichen Sektors, und zwar hinsichtlich Steuern, Regulierung, Arbeitsrecht und Verwaltungshandeln.

## 5 Fazit

Jenseits derjenigen Faktoren, die Deutschland als marktorientierten Investitionsstandort interessant machen, schneidet das Land keineswegs überzeugend ab. Neben den Kosten seien als Stichworte nochmals die Rolle des Staates und die Arbeitsbeziehungen benannt (Abb. 7). Von daher müssen Bund, Länder und Gemeinden weitere Anstrengungen unternehmen, um ihre Rolle als ein bevorzugter koreanischer Investitionsstandort in Europa zu festigen.

Bisher schützt das erreichte Niveau nicht zuletzt ein Agglomerations- und Hystereseeffekt. Dass eine starke Position aber gefährdet sein kann, wenn sich Vor- und Nachteile nachhaltig verschieben, belegt neuerdings der merklich gesunkene Stellenwert Großbritanniens. Auch die Tatsache, wie rasch China zum koreanischen Investitionsziel Nummer 2 nach den USA aufsteigen konnte und wie deutlich – auf einem allerdings niedrigeren Niveau – bereits das Engagement im „neuen“ Ost- und Mitteleuropa ist, belegt die atemberaubende Geschwindigkeit der Entfaltung koreanischer Investitionsstrategien.

Koreas Wirtschaft und seine Unternehmen werden zunehmend stärker, die mit einer Europapräsenz verbundenen Interessen vielfältiger, höherwertiger, anspruchsvoller. In forschungs- und entwicklungsorientierten Direktinvestitionen liegt beispielsweise noch ein erhebliches Potenzial. Deutschland und Korea bringen sich traditionell große Sympathie entgegen. Beide haben in der Nachkriegszeit ein fulminantes „Wirtschaftswunder“ erlebt, beide aber auch den Schmerz einer geteilten Nation erfahren. Solche Gemeinsamkeit schafft den Raum für fruchtbare Zusammenarbeit. Die ökonomischen Rahmenbedingungen müssen dabei aber ebenfalls stimmen, und dazu ist noch einiges zu leisten.

### Literaturverzeichnis

- Cherry, Judith (2001), *Korean Multinationals in Europe*, Richmond: Curzon Press  
 Choi, Ki-Chul (1992), *Koreanische Direktinvestitionen in Europa- Insbesondere in der Bundesrepublik Deutschland*, Göttingen: Cuvillier Verlag  
 Deutsche Bundesbank (2002), *Kapitalverflechtung mit dem Ausland*, Frankfurt am Main

- DKIHK (Deutsch-Koreanische Industrie- und Handelskammer) (2003), *Koreanische Investitionen im Ausland – ein länder- und branchenspezifischer Überblick*, Seoul
- DKW (Deutsch-Koreanischer Wirtschaftskreis e.V.) (2003), *Die Präsenz koreanischer Unternehmen in Deutschland – eine empirische Untersuchung*, bearbeitet von Werner Pascha und Ingo Meierhans, Frankfurt am Main
- Elvenkemper, Matthias, Werner Pascha und Annegret Rörig (1993), *Koreanische Unternehmen in Deutschland. Ergebnisse einer Umfrage*, Duisburger Arbeitspapiere zur Ostasienwirtschaft Nr.2/1993, Duisburg
- Export-Import Bank of Korea (2003), *Overseas Direct Investment Statistics Yearbook*, März 2003
- GfW (Gesellschaft für Wirtschaftsförderung Nordrhein-Westfalen mbH) (2000), *Japanische Unternehmen in der Bundesrepublik Deutschland: Eine empirische Untersuchung*, bearbeitet von Werner Pascha, Winfried Flüchter, Silke Bromann und Guido Hofmann, Düsseldorf
- Goydke, Tim (2000), „Die Auswirkungen der Koreakrise auf die Geschäftstätigkeit deutscher Unternehmen – Eine empirische Untersuchung“, in: Patrick Köllner (Hrsg.): *Korea 2000 – Politik, Wirtschaft, Gesellschaft*, Hamburg, Institut für Asienkunde, S.244-254
- Hakanson, Lars (1979), „Towards a Theory of Location and Corporate Growth“, in: Frederick E. Ian Hamilton und Godfrey Linge (Hrsg.), *Spatial Analysis, Industry and the Industrial Environment*, Vol.1, Chichester u.a.: John Wiley & Sons, S.115-154
- Kim, Hung-Hyon (1998), *Deutsche und Koreaner: Gemeinsamkeiten und Gegensätze*, Seoul: Dongwoo Verlag
- Randerson, Claire und Christopher Dent (1996), „Korean and Japanese Foreign Direct Investment in Europe: An Examination of Comparable and Contrasting Patterns“, in: *Asian Studies Review* 20, 2, S.45-69
- Statistisches Bundesamt (2003), „Rangfolge der Handelspartner im Außenhandel der Bundesrepublik Deutschland 2002“, [www.destatis.de/download/d/aussh/rang2.pdf](http://www.destatis.de/download/d/aussh/rang2.pdf), Aufruf am 5.5.2003
- Theussen, Venadis (2002), „Regionale Standortdifferenzierung von japanischen und koreanischen Großunternehmen in Europa“, unveröffentlichte Diplomarbeit, Universität Duisburg
- Yae, Byung-Hwan (1997), *Die Handelsbeziehungen zwischen Deutschland und Korea nach dem zweiten Weltkrieg*, Stuttgart: Steiner

ISSN 1432-0142  
ISBN 3-88910-296-4

Copyright Institut für Asienkunde  
Hamburg 2003

Manuskriptbearbeitung: Vera Rathje  
Satz und Textgestaltung: Siegrid Woelk  
Gesamtherstellung: einfach-digital print edp GmbH, Hamburg

<p><b>Korea 2003. Politik, Wirtschaft, Gesellschaft</b> / hrsg. von Patrick Köllner. – Hamburg : IFA, 2003. – 315 S. ISSN 1432-0142 ISBN 3-88910-296-4</p>
--



VERBUND STIFTUNG  
DEUTSCHES ÜBERSEE-INSTITUT  
Mitglied der Leibniz-Gemeinschaft

Das Institut für Asienkunde bildet zusammen mit dem Institut für Allgemeine Überseeforschung, dem Institut für Afrika-Kunde, dem Institut für Iberoamerika-Kunde und dem Deutschen Orient-Institut den Verbund der Stiftung Deutsches Übersee-Institut in Hamburg.

Aufgabe des Instituts für Asienkunde ist die gegenwartsbezogene Beobachtung und wissenschaftliche Untersuchung der politischen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Entwicklungen in Asien.

Das Institut für Asienkunde ist bemüht, in seinen Publikationen verschiedene Meinungen zu Wort kommen zu lassen, die jedoch grundsätzlich die Auffassung des jeweiligen Autors und nicht unbedingt die des Instituts darstellen.

Nähere Informationen zu den Publikationen sowie eine Online-Bestellmöglichkeit bietet die Homepage: [www.duei.de/ifa](http://www.duei.de/ifa).

Alle Publikationen des Instituts für Asienkunde werden mit Schlagwörtern und Abstracts versehen und in die kostenfrei recherchierbare Literaturdatenbank des Fachinformationsverbundes Internationale Beziehungen und Länderkunde ([www.duei.de/dok](http://www.duei.de/dok)) eingegeben.

Anfragen zur Asienliteratur richten Sie bitte an die Übersee-Dokumentation (Tel.: 040/42825-598 – Fax: 040/42825-512 – E-Mail: [dok@duei.de](mailto:dok@duei.de)).