

Warum Unternehmer nach Südkorea kommen - und warum nicht

Wenn Sie eine Start-up-Szene fördern, werden sie kommen!

Dies war die Überzeugung der südkoreanischen Regierung, als sie 2012 eine „**Kreativ-Wirtschaftsinitiative**“ einleitete, um eine Start-up-Szene von Grund auf zu fördern.

Korea setzt sich bereits für eine der **weltweit schnellsten Internetgeschwindigkeiten** und Smartphone-Penetrationsraten ein und bewirbt seine marktführenden Unternehmen wie Samsung, LG und Hyundai sowie die riesigen Märkte für Spiele, Schönheitsprodukte und E-Commerce als Testumgebung, um Seoul zum Technologiezentrum Nordostasiens zu machen.

Auf dem Papier geht die Liste weiter. Singapur und Hongkong werden jedoch in der Regel als Standort von ausländischen Unternehmen bevorzugt.

Im wirklichen Leben sind die Bedingungen nicht so rosig. Es gibt **tiefe sprachliche und kulturelle Barrieren**, die ausländische Unternehmen aller Größen daran hindern, in den Markt einzudringen, und sogar lokale Technologie-Giganten wie Kakao, der führende Messenger-Dienstleister, können nicht der Realität entgegenwirken.

Ein Hauptgrund dafür ist, dass der Tech-Industrie eine entscheidende Dimension fehlt, die im Silicon Valley, in Hongkong oder in Singapur zu finden ist: Vielfalt. "Jedes Mal, wenn ich diese [anderen Tech-Hubs] besuchte, stellte ich fest, dass ... das Mischen von Menschen mit unterschiedlichem Hintergrund, unterschiedlichen Rassen und unterschiedlichen Erfahrungen ihnen hilft, innovativer zu denken", sagte Lim Jung-Wook, Geschäftsführer der Startup Alliance. Das verbindet koreanische Start-ups mit anderen Organisationen, sagte er im Jahr 2015. Korea scheint diesem Ruf zu folgen. In den letzten Jahren hat die Regierung die Start-up-Unterstützung für ausländische Unternehmer langsam erhöht, in der Hoffnung, die lokale Start-up-Szene zu diversifizieren und die Globalisierung der eigenen Start-ups zu unterstützen. Das Programm hofft neue Talente aus dem Ausland anzuziehen, um ihr Geschäft auf südkoreanischem Rasen aufzubauen und auszubauen.

Es heißt **K-Startup Grand Challenge** und bietet Ausländern Freiflüge, Büroflächen, Stipendien während des Programms und sogar Bargeld, um am Bewerbungsprozessen teilzunehmen. Laut Veranstalter beendeten 70% der 40 Start-ups, die im letzten Jahr teilgenommen hatten, die Gründung in Korea, während 16 von ihnen immer noch im Land tätig sind. In den weiteren Jahren wurde das Programm ausgeweitet, insbesondere auf solche mit fortgeschrittener Technologie wie Big Data und Internet der Dinge.

Die Reaktionen auf die **Wirksamkeit solcher Programme sind uneinheitlich**. Einerseits könnte es talentierte Unternehmer anziehen, die Korea vorher nicht in Betracht gezogen hätten. "Ohne diese Herausforderung wäre ich wahrscheinlich nicht nach Korea gekommen", sagte Ryan MacArthur, Gründer des Cybersicherheits-Startups Traversal Networks und Teilnehmer im vergangenen Jahr, der mit der Untersuchung Koreas begann, weil Grand Challenge im Gegensatz zu privaten Programmen **kein Eigenkapital in Anspruch nimmt**. Die Durchführung eines solchen Programms unterstreicht jedoch die unzähligen einzigartigen Probleme, mit denen ausländische Unternehmer bei der Einreise nach Korea konfrontiert sind. Einige Unternehmer stellten fest, dass sie **Sprachunterstützung in Vollzeit benötigen**. Networking-Events wären zu formal - im koreanischen Stil. Organisatoren und Unternehmer behaupten, dass die Erwartungen an ein solches Programm nicht übereinstimmen. Und als Regierungsprogramm wirkten die Prozesse bürokratisch - entgegen der Art und Weise, wie schnell agierende Unternehmer, insbesondere aus dem Westen, es gewohnt sind zu operieren. „Da die Leute, die es leiten, keine Unternehmer sind, können sie nur unterstützend tätig sein. **In Bezug auf die Startunterstützung verfügen sie nur nicht über diese DNA**", fügte MacArthur hinzu.

Dennoch haben die Verantwortlichen des Programms ein echtes Interesse daran gezeigt, dass die Startups in Korea erfolgreich sind, sagte Hannah Waitt, CEO des K-Pop Media-Startups

moonROK. "Ich hatte das Gefühl, dass dies ein Regierungsprojekt ist ... aber ich hatte nie das Gefühl, dass unsere Fähigkeit, etwas zu erreichen, behindert wurde", sagte sie. Das Programm half ihnen auch dabei, sich mit einigen **großen Unternehmen zu vernetzen**, die sie sonst nicht kennengelernt hätten, beispielsweise mit führenden Unternehmen in den Bereichen Automobil, Transport, Musik und Unterhaltung sowie mit lokalen Investoren, ganz zu schweigen von den anderen teilnehmenden Start-ups aus der ganzen Welt.

Drakonische Arbeitsgesetze

Trotz ihrer positiven Absichten haben solche Starthilfsprogramme ihre Grenzen. Über die bürokratischen und sprachlichen Hürden hinaus haben drakonische Arbeitsgesetze Unternehmen aller Größenordnungen belastet. Die Regierung hat ein Visa-Beschaffungsprogramm namens **OASIS** ins Leben gerufen, um ausländischen Unternehmern zu helfen, die notwendige Investition von 100.000 US-Dollar zu umgehen, um ein Visum zu erhalten. Einige Unternehmer haben sich jedoch darüber beschwert, dass das Programm überflüssig und bürokratisch ist und drei Wochen bis sechs Monate in Anspruch nimmt, um die Anforderungen zu erfüllen.

Ein weiteres Gesetz, wonach **Unternehmen fünf Koreaner für jeden von ihnen unterstützten Ausländer einstellen müssen**, trifft kleine Unternehmen schwer und ausländische Start-ups noch schwerer.

DJ Kim von Koreas Nationaler Agentur für IT-Branchenförderung (NIPA), die Grand Challenge betreibt, sagt, dass das Programm die OASIS-Anforderungen so schnell wie möglich erfüllen muss, und seine Agentur hat kürzlich die Erlaubnis erhalten, Visa-Empfehlungen für Unternehmer auszustellen, um das Programm insgesamt zu umgehen. In diesem Jahr hat die Regierung die Möglichkeit zur **Aufhebung der Visa-Kontingente** speziell für Start-ups in Erwägung gezogen, damit sie benötigte Bewerber schneller einstellen können. Aber das Einstellungsgesetz ist ein fortwährender Kampf, von dem Kim hofft, dass er von dem neuen Präsidenten, Moon Jae-in überarbeitet und verbessert wird.

Roter Ozean, aber bereiten Sie sich vor, zu schwimmen

Letztendlich ist Korea nicht jedermanns Sache und solche Programme auch nicht. Eugene Kim, CEO von SparkLabs, einem der teilnehmenden Unternehmen sagte, einige Start-ups seien nicht darauf vorbereitet, mit einem lokalisierten Produkt nach Korea zu kommen. Dies ist eine Gefahr für nicht nur kleine ausländische Start-ups, sondern auch große globale Unternehmen, die ein einheitliches Modell entwickeln möchten.

Andere Unternehmen wiederum könnten den Fehler begehen, jemanden nach Korea zu schicken, der kein Koreanisch spricht, um sich mit koreanischen Unternehmen zu treffen.

"Wenn Sie in einen Markt eintreten möchten, brauchen Sie ein lokales Team, das den Markt kennt und vor Ort arbeitet", sagte Kim.

Er sagt, erfolgreiche Start-ups hätten einen aggressiven Plan für den koreanischen Markt und ein sinnvolles Ziel, in Korea oder Asien zu expandieren. "Es ist nicht nur ein Programm für ein kostenloses Flugticket und etwas Geld, um in Asien abzuhängen. Sie sollten ernsthaft Geschäfte in Korea machen", sagte Kim.

Selbst ein vorbereitetes Team ist möglicherweise nicht auf dem richtigen Markt unterwegs. Er sah auch viele frühe Start-ups, die nach grundlegender Lebenserhaltung suchten und keine Kenntnisse darüber hatten, wie man in Korea operiert.

Es gibt eine Sache, von der viele Leute nichts wissen ", fügte MacArthur hinzu. "In Korea leben 50 Millionen Menschen und es ist eine homogene Kultur. Wenn Sie also mit Konsumgütern in Korea Fuß fassen wollen, ist dies ein interessanter Ort für ein Start-up."

Nathan Millard, CEO von G3 Partners, der koreanische Start-ups und die Regierung zum Thema Marketing konsultiert stellt fest, dass viele Unternehmer aus Schwellenländern die IT-Infrastruktur Koreas als idealen Prüfstand ansehen. "Für Unternehmen aus dem Nahen Osten, Afrika und Asien, in denen die Infrastruktur ihr Produkt nicht unterstützen kann, können sie ihre Dienste einfach nicht in ihrem Heimatland bereitstellen, da die Infrastruktur nicht vorhanden ist", sagte er.

Die Übernahme aufkommender Finanztechnologien wie Blockchain und Ethereum, die durch das kürzlich von Samsung SDS eingegangene Engagement für die Enterprise Ethereum Alliance und die Deregulierung des Cloud-Computing unterstrichen wurden, zeigt, dass Korea

bereit ist, sein auf ActiveX basierendes archaisches Bankensystem durch Fintech-Innovationen in die Gegenwart zu versetzen.

Andere Start-ups haben von Herstellern in Korea im Vergleich zu Orten wie Shenzhen, China, eine höhere Qualität und Zuverlässigkeit festgestellt, während Marketing-Start-ups an Koreas boomende E-Commerce-Branche anknüpfen können.

Waite, der mit Investoren in Kontakt treten möchte, die das Ausmaß des K-Pop-Phänomens bereits verstehen merkte an, dass Korea nicht nur in Bezug auf Mode und Popkultur, sondern auch in Bezug auf Technologie eine trendbewusste Gesellschaft ist - auch wenn Korea nicht bekannt ist Start-up oder unternehmerisches Zentrum zu sein, es ist ein großartiger Markt, um ein Produkt oder eine Dienstleistung zu testen.

"Korea's Startup-Investition ist eine relativ neue Sache für das Land, das von Konglomeraten dominiert wird. Das macht es zu einem etwas beängstigenden Umfeld, in dem man ein Unternehmen gründen kann, mit dem man nur schwer konkurrieren kann", sagte Waite. "Aber wenn Korea weiterhin in die Förderung kleiner Unternehmen und das Start-up-Ökosystem investiert, wird es sich langsam aber sicher zu einem Startup-Zentrum in Asien entwickeln".

Quelle: Lisette Voytko, FORBES

Möchten Sie gerne ein Unternehmen in Korea gründen und Sie suchen die richtige Startlösung?
Wir helfen Ihnen gerne bei der Suche nach der richtigen Immobilie und darüber hinaus.