



Bundesministerium
für Ernährung
und Landwirtschaft



Der Fleischmarkt in Südkorea

Marktstudie im Rahmen der Exportangebote für die Agrar- und
Ernährungswirtschaft / Oktober 2022

Inhaltsverzeichnis

Kapitel 4.5 wurde in 4.4 Inhaltsverzeichnis	3
Tabellenverzeichnis	5
Abbildungsverzeichnis	5
Abkürzungsverzeichnis	6
1. Executive Summary	7
2. Einleitung	8
3. Gesamtwirtschaftlicher Überblick	9
3.1 Länderkurzinformationen	9
3.2 Wirtschaftslage und Aussichten	11
3.3 Business-Etikette	15
4. Marktdaten	18
4.1 Kennzahlen des Fleischmarkts nach Tierarten	18
4.2 Beschreibung des Marktes für Fleisch und Verarbeitungserzeugnisse aus Fleisch	19
4.2.1 Der Markt für Rindfleisch	19
4.2.2 Der Markt für Schweinefleisch	20
4.2.3 Der Markt für Geflügelfleisch	23
4.3 Beschreibung der Absatzwege	26
4.3.1 Vertrieb über einen Vertriebshändler/Generalimporteur	27
4.3.2 Direktverkauf an südkoreanische Lebensmitteleinzelhändler wie Lotte oder Shinsegae	27
4.3.3 Direktverkauf über das grenzüberschreitende E-Commerce-Programm Coupang	28
4.4 Regionale Marktbesonderheiten	29
5. Außenhandel	30
5.1 Lieferländer	30
5.2 Import- und Distributionsprozedere	31
5.3 Lebensmittelsicherheit und Rechtsvorschriften	34
5.4 Kennzeichnungsvorschriften	36
5.4.1 Das System der Rückverfolgbarkeit von Rindfleisch	37
5.4.2 Das System der Rückverfolgbarkeit von Schweinefleisch	38
5.4.3 Etikettierung	38
5.5 Zollprozeduren und Zollsätze	38
6. Übersicht über wichtige Messen und Kontakte	40
6.1 Fachmessen	40
6.2 Verbände/Institutionen/Öffentliche Einrichtungen/Presse	41
6.3 Verarbeitungsindustrie	43
6.4 Importeure/Distributoren/Handel	45
7. Marktpotenzial pro Warengruppe	48

7.1 Marktpotenzial Rind	48
7.2 Marktpotenzial Schwein	48
7.3 Marktpotenzial Geflügel.....	48

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Wirtschaftsdaten kompakt – Südkorea im Vergleich zu Deutschland.....	12
Tabelle 2: Kennzahlen des Fleischmarktes.....	18
Tabelle 3: Rindfleischimporte nach Herkunftsländern im Zeitraum 2019 – 2021.....	20
Tabelle 4: Schweinefleischimporte nach Herkunftsländern im Zeitraum 2019 – 2021	21
Tabelle 5: Durchschnittspreis pro kg für Schweinefleischimporte 2019 – 2021, in USD.....	22
Tabelle 6: Importe von Schweinefleischteilen 2018 – 2021, in t.....	22
Tabelle 7: Hühnerfleischimporte nach Herkunftsländern im Zeitraum 2020 – 2021.....	26

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Karte von Südkorea.....	9
Abbildung 2: Bevölkerungspyramide Südkorea (2022)	10
Abbildung 3: Verbraucherpreis für Hühnerfleisch pro kg, in KRW	24

Abkürzungsverzeichnis

APQA	Animal and Plant Quarantine Agency (Behörde für Tier- und Pflanzenquarantäne)
ASP	Afrikanische Schweinepest
BIP	Bruttoinlandsprodukt
BMEL	Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft
BOK	Bank of Korea (Südkoreanische Zentralbank)
bspw.	beispielsweise
bzw.	beziehungsweise
d. h.	das heißt
EU	Europäische Union
GATT	General Agreement on Tariffs and Trade (Allgemeines Zoll- und Handelsabkommen)
ha	Hektar
KAPE	Korea Institute for Animal Products Quality Evaluation (Südkoreanisches Institut für die Qualitätsbewertung tierischer Erzeugnisse)
KCS	Korea Customs Service (Südkoreanische Zollbehörde)
kg	Kilogramm
KRW	Südkoreanischer Won
Mio.	Millionen
MFDS	Ministry of Food and Drug Safety (Ministerium für Lebensmittel- und Arzneimittelsicherheit)
Mrd.	Milliarden
OECD	Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung
RCEP	Regional Comprehensive Economic Partnership Agreement (Regionalen umfassenden Wirtschaftspartnerschaft)
t	Tonnen
Tsd.	Tausend
u. a.	unter anderem
USD	US-Dollar
USDA	United States Department of Agriculture (Landwirtschaftsministerium der Vereinigten Staaten von Amerika)
v. a.	vor allem
vgl.	vergleiche
WTO	World Trade Organization (Welthandelsorganisation)
z. B.	zum Beispiel

1. Executive Summary

Südkorea zählt zu den wichtigen Industrie- und Handelsnationen im asiatischen Raum. Seit dem Ende des Koreakrieges im Jahr 1953 hat es sich vom Empfängerland internationaler Entwicklungsgelder zu einer aufstrebenden High-Tech-Nation entwickelt, die internationale Maßstäbe setzt. Zudem gehört Südkorea heute zu den sechs größten Nahrungsmittelimporteuren weltweit, was mit der geringen Größe landwirtschaftlicher Nutzflächen und einem strukturellen Wandel in Richtung „Verwestlichung“ der Ernährungsgewohnheiten zusammenhängt. Kombiniert mit einem steigenden Pro-Kopf-Konsum an Fleischprodukten verfügt der südkoreanische Markt über Absatzpotential für deutsche Fleischproduzenten.

Die meisten der beliebtesten südkoreanischen Gerichte sind stark fleischlastig. Fleisch ist in den meisten südkoreanischen Gerichten enthalten und hat in der südkoreanischen Gesellschaft einen hohen Stellenwert. Der Gesamtabsatz von Fleisch in Südkorea belief sich im Jahr 2020 auf 2,2 Mio. t und wird voraussichtlich bis 2025 weiter steigen. Rund die Hälfte des Fleischabsatzes entfällt auf Schweinefleisch, gefolgt von Geflügel-, Rind- und Kalbfleisch.

Südkoreanische Verbraucher weisen ein hohes Interesse an sicheren, gesunden und funktionellen Lebensmitteln („functional food“) auf. Die Nachfrage nach Bio- und Wellness-Produkten hat durch die Pandemie und unter älteren Konsumenten noch zugenommen. Auch steigt die Nachfrage nach internationalen Nahrungsmitteln.

Mit der Öffnung des südkoreanischen Marktes im September 2022 für Einfuhren von Schweinefleisch und Geflügel aus der EU verbessern sich die Aussichten deutscher Exporteure auf dem südkoreanischen Markt. Für einen erfolgreichen Markteintritt ist allerdings unabdingbar, eine klare und konsistente Markenpositionierung umzusetzen, gut durchdachte Marketingkampagnen zu realisieren und zunehmend relevante Vertriebskanäle wie den E-Commerce zu berücksichtigen. Südkorea ist ein ausgereifter Markt mit einer exzellenten Infrastruktur, den kleinere deutsche Produzenten am besten über einen lokalen Importeur mit passendem Netzwerk und Lagermöglichkeiten sowie Know-how im Bereich Einfuhrlizenzen oder Containereinfuhr betreten.

Die steigenden Einkommen der südkoreanischen Verbraucher, ihr hohes Interesse an innovativen und hochwertigen Lebensmitteln, ihre ausgereifte digitale Kompetenz und entsprechende Affinität für professionell umgesetzte Werbekampagnen qualifiziert das Land zu einem der aktuell spannendsten Absatzmärkte für Fleischprodukte aus Deutschland.

2. Einleitung

Schwerpunkt der vorliegenden Veröffentlichung ist die Darstellung von Marktstrukturen inklusive produktspezifischer Informationen, Darstellung von Wertschöpfungsketten, Differenzierung zentraler Marktakteure und Aufzeigen konkreter Marktpotenziale. Eine Listung von Abnehmeradressen und Kontakten im B2B-Bereich rundet die Recherche ab.

Kapitel eins gibt einen prägnanten gesamtwirtschaftlichen Überblick inklusive Länderkurzinformationen, Informationen zum politischen System und Wirtschaftslage, sowie Bevölkerung und Wohlstandsentwicklung. Kapitel zwei behandelt als Hauptteil der Studie den Markt für Fleisch und beinhaltet produktspezifische Informationen zu Eigenproduktion, Verbrauch, Ein- und Ausfuhren sowie Verbrauchernachfrage und Verzehrgeohnheiten. Ergänzend werden Orientierungspreise der Produkte im Markt und Distributionswege aufgeführt. Das fünfte Kapitel widmet sich hier anschließend rechtlichen Regelungen zum Import. In Kapitel sechs wird ein umfassendes Adressmaterial, respektive Kontaktinformationen zu Importeuren, Distributoren und Herstellern, Groß- und Einzelhandel, HoReCa, Behörden und Organisationen, dargestellt und Hinweise zu zentralen Messen und Branchenveranstaltungen in Südkorea gegeben. Im letzten Kapitel der Studie werden resümierend konkrete Marktchancen aufgezeigt, um deutsche Unternehmen bei der Einschätzung und Planung ihrer Exportgeschäfte zu unterstützen.

3. Gesamtwirtschaftlicher Überblick

3. Gesamtwirtschaftlicher Überblick

3.1 Länderkurzinformationen



Abbildung 1: Karte von Südkorea

Quelle: Kooperation International

Südkorea (Republik Korea, Daehan Minguk) ist ein ostasiatischer Staat auf der südlichen Hälfte der koreanischen Halbinsel. Das Land grenzt im Norden an Nordkorea und liegt zwischen dem chinesischen Festland und dem japanischen Archipel (vgl. Abbildung 1). Mit einer Gesamtfläche von ca. 100 Tsd. km² entspricht das Land grob einem Viertel der Fläche der Bundesrepublik Deutschland. Die Bevölkerung ist vorrangig in den flachen Ebenen der West- und Südküste angesiedelt, da etwa 70 % des Landes aus Gebirgszügen besteht. Rund die Hälfte der fast 52 Mio. Einwohner Südkoreas wohnt in der Metropolregion rund um die Hauptstadt und das Wirtschaftszentrum Seoul. Von den ca. 3,5 Tsd. vorgelagerten Inseln sind etwa 200 bewohnbar. Mit einer Bevölkerungsdichte von ca. 514,8 Einwohnern/km² lebt

3. Gesamtwirtschaftlicher Überblick

mehr als 80 % der Bevölkerung in einer Stadt. Geschätzt wird, dass das Bevölkerungswachstum 2022 bei 0,24 % liegen wird.¹²

Die südkoreanische Zentralbank (Bank of Korea; BOK) erwartet, dass Südkorea Japan noch vor 2045 als älteste Gesellschaft der Welt überholt haben wird, weil Südkoreas Fertilitätsrate „schneller sinkt als erwartet“. Die Lebenserwartung der Frauen beträgt aktuell 85 Jahre, die der Männer 79 Jahre. Nur 1,1 Kinder bekommt eine Südkoreanerin durchschnittlich im Laufe ihres Lebens; weltweit liegt der Wert bei 2,4. Perspektivisch stellt dieser Umstand insbesondere das südkoreanische Gesundheitssystem vor ein ernsthaftes Problem (vgl. Abbildung 2).³

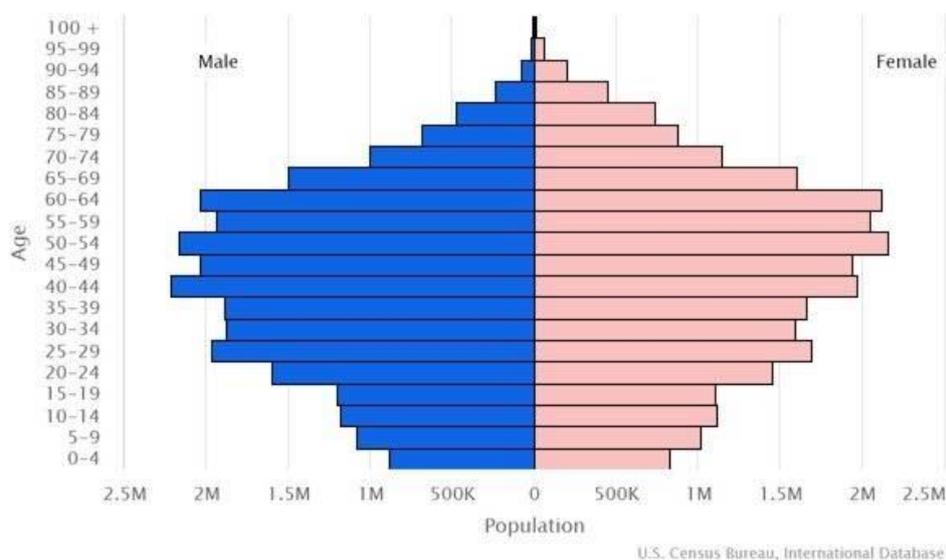


Abbildung 2: Bevölkerungspyramide Südkorea (2022)

Quelle: CIA World Factbook.

Südkorea ist eine Republik mit Präsidentialverfassung. Das politische System weist besonders dem Präsidenten eine sehr starke Stellung zu. Der amtierende Präsident Yoon Suk-yeol wurde 2022 für fünf Jahre direkt gewählt, darf aber nicht erneut kandidieren. Premier- und weitere Minister sind dem Präsidenten deutlich untergeordnet. Das Ein-Kammer-Parlament („Guk Hoe“) ist um Unabhängigkeit von der Regierung bemüht, die Mehrheitssicherung durch Koalitionen unüblich.⁴

¹ CIA (2022): Korea, South, unter <https://www.cia.gov/the-world-factbook/countries/korea-south/>, aufgerufen am 20.10.2022

² GTAI (2022): Südkorea, unter https://www.gtai.de/resource/blob/15104/55b469d8b91c0af4f2ae3ac178ffe62b/GTAI-Wirtschaftsdaten_Mai_2022_Suedkorea.pdf, aufgerufen am 21.10.2022

³ Süddeutsche Zeitung (2021): Im Land der Betagten, unter <https://www.sueddeutsche.de/politik/sued-korea-bevoelkerung-alt-1.5286312>, aufgerufen am 21.10.2022

⁴ Auswärtiges Amt (2022): Republik Korea (Südkorea): Politisches Porträt, unter <https://www.auswaertiges-amt.de/de/aussenpolitik/laender/korea-republik-node/politisches-portraet/216164>, aufgerufen am 17.10.2022

3. Gesamtwirtschaftlicher Überblick

Die Bevölkerung wird als überwiegend monoethnisch bezeichnet, 2015 waren 56 % der Südkoreaner religionslos, 28 % Christen (knapp 20 % der Bevölkerung evangelisch) und fast 16 % Buddhisten. Die Amtssprache ist Koreanisch, aber Englisch ist als Geschäftssprache relativ weit verbreitet.⁵

Südkorea zählt zu den wichtigen Industrie- und Handelsnationen in Asien und kann auf eine rasante Entwicklung seit dem Ende des Koreakriegs 1953 zurückblicken. Vom Empfänger von Entwicklungshilfe wandelte es sich zu einem wichtigen Geberland, das die regelbasierte internationale Ordnung unterstützt und als High-Tech-Land Maßstäbe setzt. Es gibt eine lebendige Presselandschaft, selbstbewusste Intellektuelle und ein starkes Nationsbewusstsein. Südkoreanische Kultur wird zunehmend erfolgreich durch Kulinarik, K-Pop und Filme in weiten Teilen der Welt verbreitet.⁶

Im sogenannten Legatum Prosperity Index belegte Südkorea im Jahr 2021 Platz 29 von 167 (Deutschland lag hier auf Platz neun). Das Land schneidet in den Bereichen Bildung und Gesundheit am besten ab, ist aber beim Sozialkapital am schwächsten. Die größte Verbesserung im Vergleich zu vor zehn Jahren gab es bei der persönlichen Freiheit.⁷ Im Better Life Index der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) schneidet Südkorea im Vergleich zu anderen Ländern in einigen Messgrößen der Lebensqualität gut ab. Seine Werte liegen über dem Durchschnitt in den Bereichen Zivilengagement, Bildung, Beschäftigung und Sicherheit. Unterdurchschnittlich allerdings sind sie in Bezug auf Einkommen und Vermögen, subjektives Wohlbefinden, Umwelt, Gesundheit, soziale Beziehungen und Work-Life-Balance. Die Menschen in Südkorea sind mit ihrem Leben im Allgemeinen etwas weniger zufrieden als der Durchschnitt der OECD-Bürger. Auf einer Skala von 0 bis 10 bewerten sie ihre Lebenszufriedenheit mit 5,8. Der OECD-Durchschnitt liegt bei 6,7.⁸

3.2 Wirtschaftslage und Aussichten

Die Wirtschaft Südkoreas gehört zu den erfolgreichsten Volkswirtschaften der Welt, sie wird grundsätzlich als freie Marktwirtschaft eingestuft. Das Land ist vergleichsweise gut durch die Coronakrise gekommen, vor allem dank des ausbalancierten Pandemiemanagements. Das Bruttoinlandsprodukt (BIP) sank daher 2020 real lediglich um 0,9 %. Dank dieses im internationalen Vergleich guten Ergebnisses schob sich das Land bei der Wirtschaftsleistung auf Rang zehn weltweit noch vor Länder wie Russland und Brasilien. Mit einem Wachstum von real 4 % im Jahr 2021 hielt es diese Position.

⁵ CIA (2022): Korea, South, unter <https://www.cia.gov/the-world-factbook/countries/korea-south/>, aufgerufen am 20.10.2022

⁶ Auswärtiges Amt (2022): Republik Korea (Südkorea): Politisches Porträt, unter <https://www.auswaertiges-amt.de/de/aussenpolitik/laender/ko-rearepublik-node/politisches-portraet/216164>, aufgerufen am 22.10.2022

⁷ The Legatum Prosperity Institute (2021): South Korea, unter <https://www.prosperity.com/globe/south-korea>, aufgerufen am 08.12.2021

⁸ OECD Better Life Index (2021): Korea, unter <https://www.oecdbetterlifeindex.org/de/countries/korea-de/>, aufgerufen am 08.12.2021

3. Gesamtwirtschaftlicher Überblick

Hauptgrund für diese positive Entwicklung war die starke Entwicklung im verarbeitenden Gewerbe. Dessen Wertschöpfung lag im 1. Quartal 2022 rund 11,4 % über dem Niveau des 1. Quartals 2019, dem Vergleichsquartal vor der Covid-19-Pandemie. Exportorientierte Branchen wie die Halbleiterindustrie führten das Land schnell wieder aus dem Abschwung heraus. Allerdings machen sich inzwischen auch in Südkorea Lieferkettenprobleme bemerkbar, u. a. in der Automobilindustrie. Zudem dämpft die schwächer als ursprünglich erwartete Entwicklung der Weltkonjunktur die Möglichkeiten für das Wachstum der exportorientierten Volkswirtschaft Südkoreas.

Für das Gesamtjahr 2022 erwartet die BOK beim BIP ein reales Plus von 2,7 %. Da das Wachstum im 1. Quartal 2022 nach vorläufigen Angaben bei 3,1 % lag, würde das eine Zunahme von etwa 2,5 % in den weiteren Quartalen bedeuten. Für 2023 rechnet die BOK mit einem Plus von 2,4 %, der Internationaler Währungsfonds hat mit 2,5 % eine ähnliche Prognose.

Tabelle 1: Wirtschaftsdaten kompakt – Südkorea im Vergleich zu Deutschland

	Südkorea	Deutschland
BIP (2021, nominal, in Mrd. USD)	1.799	4.220
BIP / Kopf (2021, in USD)	34.801*	50.802
Inflationsrate (2021, in %)	2021: 2,5	2021: 3,1
Arbeitslosenquote (2021, in %)	2021: 3,7	2021: 3,5
Corruption Perceptions Index 2021	Rang 32 von 180 Ländern	Rang 10 von 180 Ländern
Sustainable Development Goals Index 2021	Rang 28 von 165 Ländern	Rang 4 von 165 Ländern
Global Competitiveness Index 2022	Rang 27 von 63 Ländern	Rang 15 von 63 Ländern
Währung	Südkoreanischer Won (KRW); 1 KRW = 100 Chon	Euro (EUR)
	Kurs (März 2022): 1 EUR = 1.360 KRW bzw. 1 USD = 1.225 KRW	

* vorläufige Angabe, Schätzung bzw. Prognose

3. Gesamtwirtschaftlicher Überblick

Quelle: Eigene Darstellung nach GTAI, World Bank, Transparency International, Sustainable Development Report.

Während Branchen wie die Halbleiterindustrie, Pharmaindustrie, Stahlindustrie und der E-Commerce gut laufen und der Schiffbau sich erholt, ist die Stimmung im verarbeitenden Gewerbe insgesamt etwas schlechter als vor dem Krieg in der Ukraine. Durch Lockerungen der pandemiebedingten Auflagen beim Social Distancing dürften sich jedoch wichtige Dienstleistungsbereiche wie vor allem das Hotel- und Restaurantgewerbe und der internationale Personentransport erholen. Damit würden sie zur Stabilisierung der Konjunktur beitragen.⁹

Die südkoreanische Regierung verkündete in der Coronakrise zur Stärkung der Wirtschaft einen „New Deal“. Südkorea plant für den New Deal Ausgaben von rund 137 Mrd. US-Dollar (USD) bis 2025. Von den vorgesehenen Mitteln sollen 50 Mrd. USD auf den Digital New Deal, knapp 63 Mrd. USD auf den Green New Deal und reichlich 24 Mrd. USD auf den Ausbau des sozialen Sicherheitsnetzes entfallen. Die meisten staatlichen Gelder sollen in die Sammlung großer Datenmengen, für umweltfreundliche Fahrzeuge, für die Digitalisierung der Infrastruktur, die Produktion grüner Energie und den Einsatz Künstlicher Intelligenz im öffentlichen Sektor fließen.¹⁰

Südkorea ist noch dabei, sein Sozialsystem auf OECD-Standards auszuweiten. Insbesondere die Altersarmut ist ein Problem, da die ältere Generation nicht lange genug die Möglichkeit hatte, in das öffentliche Rentensystem einzuzahlen, um angemessene Leistungen zu erhalten. Beschäftigten im informellen Sektor, darunter viele ältere Menschen, haben nicht den gleichen Anspruch auf Sozialleistungen wie reguläre Beschäftigte. Viele haben keinen Anspruch auf Arbeitslosen-, Kranken-, Renten- und Gesundheitsleistungen oder müssen mehr zahlen als Menschen, die in der formellen Wirtschaft arbeiten.¹¹

Im 1. Quartal 2022 stieg der private Konsum real um 4,5 % gegenüber dem entsprechenden Vorjahreszeitraum. Für das Gesamtjahr 2022 prognostiziert die BOK einen Zuwachs um 3,7 %. Hier bestehen noch Nachholeffekte aus der Covid-19-Pandemie. Daher wirkt der Konsum stabilisierend auf die Konjunktur. Für 2023 erwartet die BOK ein reales Plus von 2,7 %. Der von der BOK erhobene Composite Consumer Sentiment Index fiel im Mai 2022 auf 103 Punkte. Das bedeutet, dass die Konsumenten weiterhin eher optimistisch sind. Im November 2021 war der Index mit 108 Punkten allerdings noch höher. Die Beschäftigung lag

⁹ GTAI (2022): Südkoreas Wirtschaft wächst 2022 langsamer, unter <https://www.gtai.de/de/trade/suedkorea/wirtschaftsumfeld/suedkoreas-wirtschaft-waechst-2022-langsamer-253050>, aufgerufen am 23.10.2022

¹⁰ GTAI (2020): Regierung konkretisiert New Deal, unter <https://www.gtai.de/de/trade/suedkorea/wirtschaftsumfeld/regierung-konkretisiert-new-deal-536746>, aufgerufen am 23.10.2022

¹¹ BTI (2022): South Korea Country Report 2022, unter <https://bti-project.org/en/reports/country-report/KOR#pos0>, aufgerufen am 24.10.2022

3. Gesamtwirtschaftlicher Überblick

im April 2022 um mehr als eine Mio. Personen über dem Niveau von April 2019, dem gleichen Monat vor der Covid-19-Pandemie. Die BOK hat im Mai 2022 nochmal die Zinsen erhöht, um die Inflation und die Verschuldung der privaten Haushalte einzudämmen.

Im Jahr 2021 erreichte Südkoreas Außenhandel ein neues Rekordhoch. In den ersten vier Monaten 2022 legten die Im- und Exporte auf USD-Basis nominal um 26,5 % respektive 16,9 % im Vergleich zum Vorjahreszeitraum zu. Deutlich gestiegene Rohstoffkosten führten zu einer negativen Handelsbilanz. Die Maschinenimporte fielen um rund ein Fünftel. Die Ausgaben für Nahrungs- und Genussmitteleinfuhren stiegen dagegen um knapp ein Fünftel. Für 2022 erwartet die BOK eine Zunahme der Importe um 15 % und der Exporte um 10 %. Real sollen die Wachstumsraten 3,4 % beziehungsweise 3,3 % betragen.

Die deutschen Exporte nach Südkorea haben sich 2020 und 2021 gut entwickelt. Im 1. Quartal 2022 wuchsen sie nominal um 7,1 % auf 5 Mrd. EUR. Hohe Zunahmen der deutschen Ausfuhren gab es vor allem bei Pharmazeutika (51 %) und bei Nahrungsmitteln (37 %).¹² Die wichtigsten Produktgruppen der deutschen Einfuhrgüter nach Südkorea waren im Jahr 2021 chemische Erzeugnisse (knapp 24 %), Elektronik (22 %) sowie Kfz und -teile (ca. 15 %). Die wichtigsten Handelspartner Südkoreas sind China, die USA, Vietnam und Japan.¹³

Südkorea ist eine exportorientierte Volkswirtschaft, die stark in die Weltwirtschaft integriert ist. Es wurde 1967 Mitglied des Allgemeinen Zoll- und Handelsabkommen (GATT) und ist Gründungsmitglied der Welthandelsorganisation (WTO). Südkorea hat seit der Finanzkrise von 1997 große Anstrengungen unternommen, um sein Handels- und Investitionsregime weiter zu liberalisieren. Südkorea hat bilaterale präferenzielle Handelsabkommen mit der Europäischen Union (EU) (2011) und den USA (2012) abgeschlossen.

Derzeit leidet Korea unter Handelskonflikten mit Japan und China aufgrund von Vergeltungsmaßnahmen gegen die Stationierung eines US-Raketenabwehrsystems (China) und Entschädigungen für Gräueltaten, die während des japanischen Kolonialismus begangen wurden. Trotz dieser Konflikte lässt der Abschluss der Verhandlungen zur Regionalen umfassenden Wirtschaftspartnerschaft (RCEP) hoffen, dass die Handelskonflikte in der Region bewältigt werden können.

Große Unternehmenskonglomerate (Chaebol) spielen historisch gesehen eine dominierende Rolle in der südkoreanischen Wirtschaft. Dies hat dazu geführt, dass der freie Wettbewerb

¹² GTAI (2022): Südkoreas Wirtschaft wächst 2022 langsamer, unter <https://www.gtai.de/de/trade/suedkorea/wirtschaftsumfeld/suedkreas-wirtschaft-waechst-2022-langsamer-253050>, aufgerufen am 23.10.2022

¹³ GTAI (2022): Südkorea, unter https://www.gtai.de/resource/blob/15104/55b469d8b91c0af4f2ae3ac178ffe62b/GTAI-Wirtschaftsdaten_Mai_2022_Suedkorea.pdf, aufgerufen am 24.10.2022

3. Gesamtwirtschaftlicher Überblick

vor allem durch die Dominanz einiger Chaebols, Oligopole und Kartelle begrenzt wird. Die langsame, aber kontinuierliche Öffnung des südkoreanischen Marktes für ausländische Produkte hat die Vielfalt der verfügbaren Produkte erhöht, obwohl eine kürzlich durchgeführte Studie ergab, dass Südkoreaner für eine Reihe wichtiger Produkte immer noch die höchsten Preise der OECD zahlen. Preiskartelle sind nicht nur auf den Inlandsmärkten, sondern auch auf Märkten für Importprodukte nach wie vor weit verbreitet. Die Struktur des südkoreanischen Marktes macht den Markteintritt für sowohl neue kleine Unternehmen als auch große ausländische multinationale Unternehmen sehr schwierig.¹⁴

3.3 Business-Etikette

Ein Schlüsselaspekt der südkoreanischen Mentalität ist das stark ausgeprägte Bedürfnis nach Konfliktvermeidung. Südkorea ist eines der am dichtesten besiedelten Länder der Welt. Seit Menschengedenken leben und arbeiten Südkoreaner in enger räumlicher Nähe zueinander. „Kibun“, das intuitive Empfinden von Ausgeglichenheit und Harmonie in zwischenmenschlichen Beziehungen, ist ein wichtiger Bestandteil des seelischen Wohlbefindens. Respekt vor diesem Empfinden bestimmt fast alle Verhaltensmuster und relativiert oft die aus westlicher Perspektive wichtige Verpflichtung zur Aufrichtigkeit im Umgang mit anderen. Obwohl nicht ganz so verschlossen und zurückhaltend, wie ihre japanischen Nachbarn, haben auch die Südkoreaner Schwierigkeiten mit negativer Stellungnahme. Ausländische Geschäftspartner sollten daher auch subtile Signale sorgfältig interpretieren.

Die südkoreanische Gesellschaft ist stark hierarchisch gegliedert, und auch im Geschäftsalltag sind die Beziehungen durch die Rangunterschiede der Interaktionspartner charakterisiert. Zu den wesentlichen Statuskriterien zählen neben Alter, Geschlecht und familiärem Hintergrund auch der Bildungsgrad, die Position in der Firmenhierarchie und die Länge der Betriebszugehörigkeit. Da in der Regel nur auf gleicher Ebene verhandelt wird und jeder nur die Äußerungen macht, die ihm aufgrund seiner Position und Rolle zustehen, ist eine schnelle hierarchische Einordnung des Gegenübers für Südkoreaner sehr wichtig. Da Geschäftspartner nach ihrer Position in der Unternehmenshierarchie beurteilt werden, sollten Funktionsbezeichnungen sorgfältig gewählt und eher nach „oben“ justiert werden (z.B. Director of Sales statt Sales Manager).

In höhergestellten Berufen, beispielsweise in der Position eines Managers, hat man so einige Meetings vor sich. Auch hier gibt es eine gewisse Etikette, die man beachten sollte. Das gilt im Übrigen auch, wenn man gar nicht selbst beruflich aktiv in Südkorea ist, aber anderweitig mit koreanischen Geschäftsleuten in Kontakt tritt. So darf man z. B. selbst nicht als erstes sein Jackett ausziehen, wenn man nicht der Älteste im Raum ist. Denn in der

¹⁴ BTI (2022): South Korea Country Report 2022, unter <https://bti-project.org/en/reports/country-report/KOR#pos0>, aufgerufen am 24.10.2022

3. Gesamtwirtschaftlicher Überblick

südkoreanischen Business-Kultur gilt derselbe Leitsatz, wie im Alltag eines jeden Südkoreaners: „Respekt vor dem Alter“. Da Südkoreaner vielbeschäftigte Geschäftsleute sind, sollten Termine stets drei bis vier Wochen im Voraus vereinbart werden. Pünktlichkeit ist ebenso wichtig, da man damit seinem Gegenüber einen entsprechenden Respekt demonstriert.¹⁵

Bei einer Erstbegegnung ist es für Südkoreaner normal, direkt nach Stellung, Alter, Einkommen oder Familienstand des Gegenübers zu fragen. Gleichzeitig spielt der nahezu zeremoniell anmutende Austausch von Visitenkarten dabei eine bedeutende Rolle. Mit einer leichten Verbeugung wird die Karte für das Gegenüber lesbar mit beiden Händen überreicht und ebenso entgegengenommen. Die erhaltene Visitenkarte sollte „mit Respekt behandelt werden“. Das heißt, ihr Inhalt wird zunächst ausgiebig studiert, bevor die Karte vorsichtig eingesteckt werden darf. Hauptzweck des Visitenkartentauschs ist es, die Stellung des Gegenübers innerhalb des Unternehmens zu identifizieren und sein eigenes Verhalten dementsprechend auszurichten.

Südkoreaner betrachten Verträge als Momentaufnahmen. Vielfach wird unterschrieben, ohne dass eine ernste Absicht besteht, den eingegangenen Verpflichtungen im festgelegten Ausmaß auch nachzukommen. Es empfiehlt sich, sich regelmäßig im Verhandlungsverlauf sicherzustellen, dass der südkoreanische Geschäftspartner wirklich versteht, worüber gesprochen wird. Viele Südkoreaner sprechen Englisch ohne Scheu und vermitteln damit auf den ersten Blick den Eindruck sprachlicher Gewandtheit. Ausländische Geschäftsleute überschätzen aber tendenziell das Verständnisvermögen ihres koreanischen Gegenübers. Ein fachkundiger Dolmetscher hilft sprachliche und kulturelle Missverständnisse zu vermeiden. Wichtig ist zu beachten, dass Südkoreaner vielfach nicht nach logischen Kriterien entscheiden. Einem koreanischen Geschäftsfreund ein gutes Gefühl für ein Geschäft zu vermitteln, erfordert meistens mehr Zeit und Geduld als eine auf logischen Argumenten aufgebaute Sachargumentation. Südkoreaner handeln stärker beziehungs- und weniger sachorientiert.¹⁶

Besonders in offiziellen Situationen stehen formelle Regeln eindeutig über inhaltlichen. Zu den Grundvoraussetzungen für den geschäftlichen Erfolg zählt neben einem gepflegten Äußeren auch die angemessene Kleidung. In Südkorea ist der Dresscode für beide Geschlechter eher schlicht. Männer tragen normalerweise einen schwarzen Anzug mit einem weißen Hemd und einer nicht allzu farbenfrohen Krawatte. Frauen tragen normalerweise einen knielangen Rock, eine weiße Bluse und einen Blazer.¹⁷ Obwohl sich die Südkoreaner im

¹⁵ Ansoko (2019): So sieht die Business-Kultur in Korea aus, unter <https://www.ansoko.info/so-sieht-die-business-kultur-in-korea-aus/>, aufgerufen am 27.10.2022

¹⁶ WKO (2022): Südkorea, unter <https://www.wko.at/service/aussenwirtschaft/suedkorea-laenderreport.pdf>, aufgerufen am 27.10.2022

¹⁷ Ehlon Magazin (2022): Koreanische Etikette, unter <https://ehlon.com/de/magazine/business-knigge-suedkorea/>, aufgerufen am 27.10.2022

3. Gesamtwirtschaftlicher Überblick

Allgemeinen eher zurückhaltend geben, sind in der Geschäftswelt Statussymbole von Bedeutung: Designer-Kleidung, Geschäftswagen der gehobeneren Klasse, Titel und Mitgliedschaften in Clubs oder Vereinen. Da Status und Erscheinungsbild dazu dienen, den Geschäftspartner einzuordnen und zu beurteilen, sollten deutsche Geschäftsleute ihren eigenen Status ebenfalls in den Mittelpunkt rücken.

4. Marktdaten

Der Verbrauch von Rind-, Schweine- und Hühnerfleisch stieg nach Angaben der Korea Meat Trade Association im Zeitraum von 2010 bis 2020 von 1,9 Mrd. t auf 2,2 Mrd. t an. Der Konsum wuchs im genannten Zeitraum konstant an, lediglich im Jahr 2020 gab es aufgrund strenger Auflagen im Zusammenhang mit der Ausbreitung des Coronavirus einen leichten Rückgang im Konsum. Die Importmengen bei Schweine- und Rindfleisch nahmen im Jahr 2021 wieder zu. Auch für das Jahr 2022 wird eine steigende Nachfrage nach Fleisch und Fleischerzeugnissen erwartet.

4.1 Kennzahlen des Fleischmarkts nach Tierarten

Die landwirtschaftlich genutzte Fläche Südkoreas betrug im Jahr 2020 rund 16,6 %.¹⁸ Der Anteil der landwirtschaftlich genutzten Fläche sowie die Anzahl der Erwerbstätigen im landwirtschaftlichen Sektor nehmen jedoch stetig ab. Dennoch stieg die Viehwirtschaft aufgrund der steigenden Familieneinkommen und der steigenden Nachfrage nach tierischen Produkten stetig an. Die Hauptnutzungsarten sind Rinder, Schweine und Hühner, gefolgt von Ziegen und Enten. Den kleinsten Tierbestand weisen die Nutzungsarten Kaninchen, Hirsch, Wachtel, Schafe, Pferde, Esel, Puten und Gänse auf. Die allgemeine Betriebsstruktur zeichnet sich durch Betriebe mit einer Fläche weniger als 2 ha aus, nur wenige Landwirte besitzen eine Fläche größer als 10 ha. Im Zuge der Spezialisierungen ist die Anzahl der Betriebe seit 1966 kontinuierlich rückläufig. Im Bereich Fleischerzeugung zeichnen sich die Betriebe jedoch durch eine geringe Spezialisierung aus. Nur 5,6 % der Viehbetriebe haben sich auf eine Tierart spezialisiert. Gründe für die hohe Anzahl an Kleinbauern und Selbstversorgern liegen vor allem darin, dass viele Landwirte die Landwirtschaft im Nebenerwerb betreiben. Einige halten auch Tierbestände, um mit Gülle den ständigen Bedarf an Dünger zu decken.

Tabelle 2: Kennzahlen des Fleischmarktes

	Rind	Schwein	Geflügel
Tierbestand 2021	3,55 Mio.	11,2 Mio.	186,2 Mio.
Schlachtungen 2021	933.861,00	18.382,767	1.070,417
Produktion in t 2021	264 Tsd.	6,93 Mio.	629 Tsd.
Pro-Kopf-Verbrauch 2021 in kg	13,8	27,6	14,7
Import 2021 in t	471.203,00	438.871,00	176.312,00
Import 2021 in USD	3,57 Mrd.	1,77 Mrd.	3,96 Mrd.

Quelle: Eigene Darstellung nach United States Department of Agriculture (USDA).

¹⁸ Knoema (2022): Republic of Korea – Agriculture land as share of land area, unter <https://knoema.de/atlas/Republic-of-Korea/topics/Land-Use/Area/Agricultural-land-as-a-share-of-land-area>, aufgerufen am 18.10.2022

4.2 Beschreibung des Marktes für Fleisch und Verarbeitungserzeugnisse aus Fleisch

4.2.1 Der Markt für Rindfleisch

Das inländische Rindfleisch stammt mehrheitlich von einheimischen Rassen, den sogenannten „Hanwoo“. Unterschieden werden können insgesamt vier Arten: Korean brown cattle, Korean bridle cattle, Korean black cattle und Juje black cattle.

Im Jahr 2021 wies Südkorea einen Rinderbestand von 3,55 Mio. Tieren auf. Davon waren 978 Tsd. Kälber, die jünger als ein Jahr waren. Ein Jahr zuvor, 2020, waren es 962 Tsd. Kälber. Südkoreanische Landwirte profitieren aktuell von hohen Rinderpreisen. Es wird deshalb angenommen, dass die Kälberbestände bis mindestens zum Jahr 2023 weiter ansteigen werden. Der durchschnittliche Jahrespreis für einen ausgewachsenen Ochsen lag bei 6,4 Tsd. KRW und stieg damit 2021 um 11,7 % im Vergleich zu 2020. Auch die Preise für Kühe stiegen im gleichen Zeitraum um 5,7 %. Die Kosten für eine ausgewachsene Kuh mit einem Gewicht von 600 kg lag bei 6,5 Tsd. KRW. Das Wachstum der Bestände hat den Durchschnittspreis für weibliche Kälber um 11,8 % und für männliche Kälber um 8,4 % erhöht. Mit 1,63 Mio. Kühen erreichte der Bestand der Rinderrasse Hanwoo den höchsten Stand seit 2014 und die Samenverkäufe stiegen in diesem Zeitraum geringfügig um 0,6 %. Die koreanischen Rinderschlachtungszahlen für 2020 und 2021 waren mit rund 46% ähnlich, was darauf hindeutet, dass die Landwirte beabsichtigen, ihre Bestände zu halten und die Lagerbestände zu erhöhen. Die Aufstockung der Bestände an Hanwoo-Rindfleisch unter 1 Jahr alten Hanwoo-Rindern wird es ermöglichen, dass der Gesamtbestand im Jahr 2023 seinen Aufwärtstrend fortsetzt.¹⁹

Aufgrund von Einschränkungen verbunden mit den Auswirkungen der Covid-19-Pandemie haben sich koreanische Verbraucher dazu entschieden, mehr Mahlzeiten zu Hause, statt in Restaurants wahrzunehmen. Diese Änderung der Essgewohnheiten und ein höheres verfügbares Einkommen haben es den Verbrauchern ermöglicht, mehr Hanwoo-Rindfleisch zu Hause zu genießen. Die höhere Nachfrage nach Hanwoo-Rindfleisch für den Hausgebrauch hat dafür gesorgt, dass die Preise für Lebendrindfleisch trotz gestiegener Lagerbestände nicht anstiegen. Laut einer Umfrage des Korea Rural Economic Institute lag das Verhältnis zwischen dem Verbrauch von heimischem Rindfleisch und importiertem Rindfleisch für den Hausgebrauch bei 65 % im Jahr 2021 zugunsten des koreanischen Produkts. Als Gründe für die erhöhte Nachfrage nach heimischem Rindfleisch für den Hausgebrauch waren höhere finanzielle Ressourcen aufgrund geringerer Ausgaben und Fördergelder der koreanischen Regierung, wahrgenommene Ernährungs- und

¹⁹ USDA (2022): unter <https://apps.fas.usda.gov/newgainapi/api/Report/DownloadReportByFileName?fileName=Livestock%20and%20Products%20Semi-annual%20-%20Republic%20of%20KS2022-0006.pdf>, aufgerufen am 17.10.2022

4. Marktdaten

Gesundheitsvorteile gegenüber der Konkurrenz, ein besserer Geschmack und eine einfache Zubereitung. Zu den Hauptlieferländern von Rindfleisch gehören neben den USA, Australien und Neuseeland auch Mexiko und Kanada.

Tabelle 3: Rindfleischimporte nach Herkunftsländern im Zeitraum 2019 – 2021

Land	2019		2020		2021	
	Wert in Tsd. USD	Menge in Tsd. t	Wert in Tsd. USD	Menge in Tsd. t	Wert in Tsd. USD	Menge in Tsd. t
USA	1.745,5	235,8	1.731,8	243,2	2.093,1	249,9
Australien	1.038,8	177,8	1.026,8	170,3	1.260,2	179,3
Neuseeland	71,5	16,0	70,0	15,4	99,5	20,1
Mexiko	29,5	6,8	31,9	7,5	33,7	7,4
Kanada	32,3	5,9	31,4	5,9	61,0	9,7
Uruguay	5,2	1,1	3,9	0,8	13,0	2,6
Chile	2,2	0,5	1,8	0,5	1,7	0,4
Andere	1,1	0,2	4,4	0,9	10,1	1,7
Gesamt	2.926,2	444,1	2.902,2	444,5	3.572,3	471,2

Quelle: Eigene Darstellung nach USDA.

4.2.2 Der Markt für Schweinefleisch

Zur Schweinefleischproduktion in Südkorea werden vorzugsweise nicht-einheimische Rassen wie Yorkshire, Landrace und Duroc verwendet. Einheimische Schweinerassen werden aufgrund ihres langsamen Wachstums, einem geringen Anteil an Rückenspecks sowie einer schlechteren Futtereffizienz weniger zur Fleischproduktion eingesetzt. Der Markt für Schweinefleisch wies im Jahr 2021 ein Wachstum auf und wird voraussichtlich auch 2022 weiter zunehmen. Die Ab-Hof-Preise für Schweine auf den Bauernhöfen stiegen während des größten Teils des Jahres 2021 und lagen im Durchschnitt bei 398 Tsd. KRW, was umgerechnet ca. 280 EUR entspricht. Dies war ein Anstieg von 12,7 % gegenüber dem Durchschnitt von 2020. Infolgedessen haben die Landwirte ihre Herdengröße seit Juli 2021 erhöht. Da sich die Großhandelspreise für Schweinefleisch 2022 jedoch stabilisieren, wird die Produktion in der zweiten Hälfte 2022 allmählich zurückgehen. Die koreanischen Großhandelspreise für Schweinefleisch werden aufgrund steigender Produktionsmengen an Schweinefleisch, die auf den Markt kommen, im Jahr 2022 voraussichtlich sinken.

Ein wesentliches Problem für die Schweinebestände in Südkorea ist das Auftreten von Fällen der Afrikanischen Schweinepest (ASP), die nach wie vor bei Wildschweinen entlang der nordkoreanischen Militärgrenze Koreas gefunden und auch in weiter südlichen Landesteilen

4. Marktdaten

festgestellt wurde. Im Jahr 2021 verzeichnete Südkorea fünf Fälle der ASP in gewerblichen Betrieben. Auch die Häufigkeit des Porcinen Reproduktiven und Respiratorischen Syndroms nahm 2021 leicht zu, während Fälle der Porcine Epidemic Disease im Vergleich zu den Vorjahren weniger wurden.

Laut einer durchgeführten Umfrage des Korea Rural Economic Institute gaben 65,7 % der Befragten an, dass Schweinefleisch ihre erste Wahl beim Essen zu Hause ist, gefolgt von Rindfleisch (18,4 %), Huhn (14,1%) und Ente (1,8 %).

Deutschland war neben den USA jahrelang der zweitwichtigste Exporteur von Schweinefleisch nach Südkorea. Nachdem im September 2020 jedoch durch südkoreanische Behörden ein Einfuhrverbot für Schweinefleisch aus Deutschland verhängt wurde, nahmen die Exporte aus Deutschland drastisch ab. Andere Länder. Südkorea importierte deshalb vermehrt Schweinefleisch aus anderen Ländern wie Spanien, Österreich und den Niederlanden.

Tabelle 4: Schweinefleischimporte nach Herkunftsländern im Zeitraum 2019 – 2021

Land	2019		2020		2021	
	Wert in Mio. USD	Menge in Tsd. t	Wert in Mio. USD	Menge in Tsd. t	Wert in Mio. USD	Menge in Tsd. t
USA	537,7	189,4	468,0	162,8	490,9	144,7
Deutschland	343,1	109,8	289,7	81,8	12,1	2,8
Spanien	263,6	77,5	203,9	49,4	399,9	88,1
Chile	116,7	30,7	112,2	27,1	140,9	27,2
Kanada	127,8	43,5	120,1	39,5	139,7	43,9
Niederlande	70,5	20,4	59,3	13,3	152,3	33,3
Österreich	48,6	13,5	55,1	13,5	158,4	30,1
Mexiko	41,6	11,7	25,6	6,9	37,8	8,8
Dänemark	39,0	15,1	33,7	10,8	114,4	26,5
Finnland	14,8	4,0	19,5	5,0	24,1	4,7
Frankreich	22,3	5,4	20,0	4,2	46,5	8,7
Brasilien	7,4	3,5	11,8	4,0	14,3	3,7
Weitere	21,2	9,6	18,2	7,9	43,1	16,3
Gesamt	1.654,8	534,2	1.437,2	426,5	1.774,4	438,9

Quelle: Eigene Darstellung nach USDA.

Die südkoreanischen Importe von Schweinefleisch zur Verarbeitung gingen 2021 aufgrund hoher Preise und eines reichhaltigen Angebotes zurück. Dennoch nahm der Absatz von

4. Marktdaten

Teilstücken für den Hausgebrauch im Jahr 2021 weiter zu, da die südkoreanischen Verbraucher den Konsum von Schweinefleisch zu Hause steigerten. Die nachfolgende Tabelle (vgl. Tabelle 4) gibt eine Übersicht der Preise für importiertes Schweinefleisch pro kg im Zeitraum von 2019 bis 2021.

Tabelle 5: Durchschnittspreis pro kg für Schweinefleischimporte 2019 – 2021, in USD

Jahr	Jan	Feb	Mär	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez	Ø
2021	3,65	3,76	3,74	3,61	3,87	3,75	4,53	4,45	4,27	4,21	3,96	3,84	3,97
2020	3,12	3,24	3,40	3,19	3,31	3,07	3,49	3,32	3,29	3,25	3,51	3,40	3,30
2019	2,85	2,93	2,91	2,86	2,90	2,90	3,13	3,25	3,17	3,11	3,15	3,11	3,02

Quelle: Eigene Darstellung nach USDA.

In der folgenden Tabelle (vgl. Tabelle 5) sind die am häufigsten nach Südkorea gehandelten Teilstücke von Schweinefleisch aufgeführt. Tenderloin und Lendenstücke werden für die Herstellung von Koteletts und süß-saurem Schweinefleisch verwendet. Schinken wird für die Herstellung von Fleischprodukten verwendet, Bauch und Rippen sind für den Verkauf an private Haushalte bestimmt. Im Jahr 2021 stiegen die Schweinefleischeinfuhren insgesamt aufgrund eines Aufschwungs beim Verkauf von Südkoreas beliebtestem Teilstück für den Einzelhandel, dem einfachen Rippenbauch. Da die pandemiebedingten Beschränkungen im Jahr 2022 nachlassen, wird erwartet, dass sich der Gesamtverbrauch von Schweinefleisch im südkoreanischen Gaststättengewerbe zu einer höheren Nachfrage nach importierten Produkten führen.

Tabelle 6: Importe von Schweinefleischteilen 2018 – 2021, in t

	Produkt	2018	2019	2020	2021
Gekühlt	Lendenstück	0,00	0,00	0,00	0,00
	Tenderloin	1,00	7,00	33,00	18,00
	Schulter/Nacken	7.130,00	6.6046,00	5.924,00	7.675,00
	Picknickschulter	440,00	448,00	613,00	662,00
	Schinken/Keule	6,00	0,00	0,00	0,00
	Rippenbauch	16.246,00	14.173,00	12.203,00	16.472,00
	Rippchen	0,00	1,00	0,00	2,00
Gefroren	Lendenstück	8,00	3,00	2,00	0,00
	Tenderloin	13.858,00	15.933,00	5.295,00	11.026,00
	Schulter/Nacken	42.715,00	59.290,00	48.426,00	37.774,00
	Produkt	2018	2019	2020	2021
	Picknickschulter	197.047,00	152.029,00	109.754,00	103.461,00

4. Marktdaten

	Schinken/Keule	5.645,00	9.555,00	1.045,00	814,00
	Rippenbauch	168.564,00	150.650,00	116.756,00	149.811,00
	Rippchen	1.762,00	1.893,00	725,00	5.001,00

Quelle: Eigene Darstellung nach USDA.

4.2.3 Der Markt für Geflügelfleisch

Die meisten Hühnerfarmen in Südkorea sind Betriebe mit 40 Tsd. oder mehr Tieren. Im Zuge des Umweltschutzes existieren staatliche Beschränkungen in Bezug auf die maximale Betriebsgröße. Dies steht dem Trend von immer größeren und effizienteren Betrieben nicht entgegen. Die Hühnerfarmen sind wie die Schweinebetriebe in den Provinzen rund um Seoul, im Südosten des Landes sowie im Landeszentrum konzentriert.

Der Geflügelbestand Südkoreas stieg im 2. Quartal 2022 um 2 % an und belief sich auf 190 Mio. Tieren. Vom gesamten Hühnerbestand entfielen auf Masthühner 55,9 % (106,3 Mio. Tiere), gefolgt von Legehühnern mit 38,4% (73,1 Mio.) sowie Zuchthühnern mit 5,7 % (10,6 Mio.). In den ersten sechs Monaten des Jahres 2022 sank das Hähnchenschlachtaufkommen um 1,3 % gegenüber dem gleichen Zeitraum im Vorjahr. Grund hierfür sind eine geringere Anzahl von Zuchthühnern, die in der zweiten Hälfte des Jahres 2021 angeliefert wurden, eine geringere Produktivität der Küken aufgrund des kälteren Wetters im Frühjahr, ein geringeres Angebot an Zuchthühnern aufgrund der massiven Vernichtung von Zuchteiern (etwa 4,7 Mio.) während der Ausbrüche der Hochpathogenen Aviären Influenza sowie eine geringere Verarbeitungsnachfrage von integrierten Hühnerbetrieben aufgrund gestiegener Produktionskosten. Für die zweite Jahreshälfte wird jedoch erwartet, dass die Zahl der geschlachteten Hühner wieder ansteigen wird.

Für das Jahr 2022 wird erwartet, dass der Pro-Kopf-Verbrauch von Hähnchenfleisch in Südkorea bei 14,8 kg liegen wird. Dies entspricht einem Anstieg von lediglich 0,1 kg im Vergleich zum Vorjahr. Insgesamt lag der koreanische Hähnchenfleischverbrauch bei 1,064 Mio. t, ein leichter Rückgang gegenüber dem Vorjahr (1,066 Mio. t). Im Jahr 2023 wird der koreanische Hühnerfleischverbrauch voraussichtlich moderat um 0,5 % auf 1,08 Mio. t steigen, da sich die Wirtschaftstätigkeit nach der Aufhebung der meisten pandemiebedingten Beschränkungen normalisiert hat und die Preise für Hühnerfleisch im Vergleich zu rotem Fleisch (Rind- und Schweinefleisch) relativ niedrig sind. Aufgrund einer Reihe geplanter internationaler Sportereignisse (World Baseball Classic im März 2023 und die Asian Spiele im September 2023) und weitere regionale Freiluftveranstaltungen dürften die Nachfrage nach Hähnchenfleisch im Jahr 2023 weiter zunehmen. In Südkorea wird, wie

4. Marktdaten

in vielen anderen Ländern, Hähnchenfleisch häufig beim Besuch von Sportveranstaltungen verzehrt.

Darüber hinaus wird erwartet, dass die Verbrauchernachfrage nach Hähnchenteilen in den kommenden Jahren stetig steigen wird, da auch die Zahl von Ein- und Zweipersonenhaushalten zunimmt, die Mahlzeiten-Sets, Home Meal Replacement, Ready To Cook oder Ready To Eat Produkte für den Verzehr zu Hause bevorzugen. Gleichzeitig sinkt die Nachfrage nach ganzen Hähnchen, da sich die Verbraucher zunehmend für Hühnerfleischteilstücke entscheiden, die sich schneller zubereiten lassen. Hähnchenschenkel sind bei den koreanischen Verbrauchern das beliebteste Hähnchenteil, gefolgt von Hähnchenflügeln. Dieser Konsumtrend dürfte sich fortsetzen, da sich lokale Franchise-Restaurants, die gebratene Hähnchenprodukte anbieten, wachsender Beliebtheit erfreuen.

Laut einer aktuellen Verbraucherumfrage des Korea Rural Economic Institute aus dem Jahr 2021 kauften die koreanischen Verbraucher mehr frische Hähnchen (65,5 %) als verarbeitete (gekochte oder wärmebehandelte) Hühnerprodukte (34,5 %), was auf die gestiegene Nachfrage nach Mahlzeitenkits und das zunehmendes Angebot an praktischen Küchengeräten (z. B. Heißluftfritteusen) für die eigenständige Zubereitung zurückzuführen ist.

Die Preise für Hühnerfleisch sind in den ersten sechs Monaten des Jahres 2022 auf den Ebenen der landwirtschaftlichen Betriebe, des Großhandels und des Einzelhandels stark angestiegen. Dies ist auf einen Anstieg der Produktionskosten, einschließlich der Kükenpreise, der Futtermittelpreise, Wasser-, Strom- sowie der Heizkosten zurückzuführen. Infolgedessen stieg der Erzeugerpreis pro kg um 37,7% auf 1,8 Tsd. KRW (1,52 USD) an. Der Großhandelspreis stieg ebenfalls um 26,4 % auf 3,4 Tsd. KRW (2,78 USD), und die Verbraucherpreise stiegen um 3,6% auf 5,7 Tsd. KRW (4,65 USD) an.

Im Jahr 2021 stiegen die Preise für Masthähnchen aufgrund eines geringeren Angebots an Küken in den Hühnerfarmen um 45,5 % auf 492 KRW pro Tier. Infolgedessen stiegen die Hühnerpreise um 26,8 % auf 1,4 Tsd. KRW pro kg, was zu einem Rückgang der Aufträge für Masthähnchen und Küken in Hühnerfarmen führte. Auch die Preise für importierte Hühnerfleischprodukte stiegen in den ersten sechs Monaten des Jahres 2022 aufgrund ungünstiger Wechselkurse, gestiegener globaler Getreidepreisen sowie gestiegener Transportkosten. Die Preise für lokale Hähnchenteile (Frischfleisch) stiegen um 25,4% für Hähnchenschenkel, 17,6 % für Hähnchenflügel und 25,7% für Hähnchenbrust.



4. Marktdaten

Quelle: Eigene Darstellung nach USDA.

Im Jahr 2023 werden die koreanischen Hühnerfleischimporte aufgrund der allmählich steigenden Nachfrage voraussichtlich um 2,6 % auf rund 195 Tsd. t steigen. Trotz gestiegener Importpreise und eines ungünstigen Wechselkurses, werden mehr gefrorene Hähnchen importiert, da die Stückpreise für Importe deutlich niedrigeren ausfallen im Vergleich zu einheimischen Hühnern. Die koreanische Regierung hat für die zweite Hälfte des Jahres 2022 ein Zollkontingent (TRQ) von 82,5 Tsd. t Hühnern zur zollfreien Einfuhr zugelassen, um den steigenden Lebensmittelpreisen für Verbraucher inmitten der nationalen Inflationssorgen entgegenzuwirken. Brasilianische Hühnerfleischexporte nach Südkorea (hauptsächlich Hühnerschenkel ohne Knochen) sollten am meisten von diesem erweiterten Zollkontingent profitieren, gefolgt von Thailand und europäischen Ländern.

Im Jahr 2021 importierte Südkorea 176 Tsd. t Hühnerfleisch, hauptsächlich aus Brasilien. Es wurden vor allem knochenlose gefrorene Hähnchenschenkel mit einem Volumen von 130 Tsd. t importiert, was einem Anteil von 74 % der Einfuhren entspricht. Thailand war der zweitgrößte Lieferant mit einem Mengenanteil von 20 %, was 35,7 Tsd. t entspricht. Aus Thailand wurden hauptsächlich wärmebehandelte Hühnerfleischprodukte und nur eine geringe Menge an gefrorenem rohen Hühnerfleisch importiert. Von den gesamten koreanischen Hühnerimporten stiegen die Importe von gefrorenem rohen Hähnchen um 10,2 % auf 144,8 Tsd. t an, während hitzebehandelte Hähnchen um 12,1 % auf 27,4 Tsd. t zurückgingen. Hähnchenschenkel (meist ohne Knochen) machten mit 137,3 Tsd. t einen Anteil von 95 % der Rohhähnchenimporte aus, gefolgt von gefrorenen Hühnerflügeln mit 6,7 Tsd. t (4,6 %) und einer geringen Menge an Hühnerbrust. Brasilien war mit einem Anteil von 86 % Hauptlieferland für Hähnchenschenkel, der Rest wurde aus Thailand (7%) und aus

4. Marktdaten

den USA (1,5 %) bezogen. Die nachstehende Tabelle (vgl. Tabelle 6) gibt eine Übersicht der Herkunftsländer koreanischer Hühnerfleischimporte für die Jahre 2020 und 2021.

Tabelle 7: Hühnerfleischimporte nach Herkunftsländern im Zeitraum 2020 – 2021

Land	2020		2021	
	Wert in Mio. USD	Menge in t	Wert in Mio. USD	Menge in Tsd. t
USA	8,3	3.287,00	6,4	2.598,00
Thailand	139,3	33.811,00	141,6	35.735,00
China	20,2	5.441,00	19,2	5.076,00
Schweden	4,1	2.403,00	1,3	984,00
Dänemark	16,6	8.248,00	2,3	1.019,00
Frankreich	0,00	0,00	0,00	0,00
U.K.	0,06	43,00	0,00	0,00
Chile	0,00	0,00	0,00	0,00
Japan	0,002	0,00	0,00	0,00
Brasilien	210,8	210.786,00	225,6	130.622,00
Australien	2,7	2.747,00	0,18	223,00
Weitere	0,22	218,00	0,091	55,00
Gesamt	402,2	170.290,00	396,7	176.312,00

Quelle: Eigene Darstellung nach USDA.

4.3 Beschreibung der Absatzwege

Die erstklassigen Flughäfen und Häfen von Incheon, Gimpo und Busan sind die Einstiegspunkte für die meisten Produkte, die in Südkorea eingeführt werden. Die Erzeugnisse werden dann über Schnellstraßen und Schienenverkehr zu den großen modernen Distributionszentren in Seoul, Busan, Incheon, Daegu und Gwangyang transportiert. Südkorea unterhält 15 Flughäfen. Acht sind internationale Flughäfen, darunter der Weltklasse-Flughafen Incheon International in der Nähe von Seoul. Der Hafen von Busan ist Südkoreas wichtigster Hafen und der sechstgrößte Frachthafen der Welt. Der Flughafen Incheon ist der drittgrößte Frachtflughafen der Welt.²⁰

Die Vertriebsmethoden und die Funktion von Vermittlern sind in diesem reifen Markt je nach Produkt sehr unterschiedlich. Für kleinere, europäische Lebensmittel- und

²⁰ International Trade Administration (2021): South Korea - Country Commercial Guide. Distribution-and-Sales-Channels, unter: <https://www.trade.gov/country-commercial-guides/south-korea-distribution-and-sales-channels>, aufgerufen am 01.10.2022

4. Marktdaten

Getränkehersteller ergeben sich derzeit drei Hauptoptionen für einen initialen Markteintritt:²¹

4.3.1 Vertrieb über einen Vertriebshändler/Generalimporteur

Der Vertrieb über einen Vertriebshändler oder Generalimporteur hat den Vorteil, dass der entsprechende Partner den Zugang zu mehreren Vertriebswegen ermöglichen kann. Der richtige Importeur kann gute Leistungen sowohl bei Offline-Einzelhändlern als auch bei Online-Plattformen arrangieren und deutsche Hersteller durch diese Prozesse führen, um das beste Angebot für die jeweilige Marke zu erhalten. Ein Importeur, der bereits über ein solides Produktportfolio verfügt, kann Neueinsteiger entsprechend unterstützen, bei den wichtigsten Kunden „einen Fuß in die Tür zu bekommen“. In Folge können deutsche Produzenten das breite Netzwerk an Kontakten und die fundierten Marktkenntnisse nutzen, um ihre Marken zu etablieren. Eine Kooperation mit einem Importeur beinhaltet zudem praktische Hilfe bei technischen Fragen, wie beispielsweise im Bereich der Beschaffung von Einfuhrlicenzen oder Containereinfuhr.

Bei dem Verkauf von Alkohol gilt zu beachten, dass Importeure für alkoholische Getränke eine spezielle Lizenz benötigen und dass Alkohol nicht über den grenzüberschreitenden elektronischen Handel verkauft werden darf.²²

4.3.2 Direktverkauf an südkoreanische Lebensmitteleinzelhändler wie Lotte oder Shinsegae

Große südkoreanische Einzelhandelsketten wie Lotte oder Shinsegae unterhalten ihre eigenen internationalen Einkaufsabteilungen, über die eine Zusammenarbeit vereinbart werden kann. Deutsche Lebensmittel- und Getränkehersteller werden hier automatisch in den Geschäften der jeweiligen Kette gelistet, was eine gewisse sofortige Sichtbarkeit verschafft. Außerdem können sich möglicherweise Gewinnspannen erhöhen, da der Importeur als Zwischenhändler und zusätzlicher Kostenfaktor entfällt.

²¹ Kathryn Read (2021): A Guideline to Entering the Food and Beverage Market in Korea, unter <https://kathrynread.com/a-guideline-to-entering-the-food-and-beverage-market-in-korea/>, aufgerufen am 01.10.2022

²² Ebenda

4. Marktdaten

Für kleinere Unternehmen und Marken ergeben sich jedoch signifikante Nachteile und Risiken, die es abzuwägen gilt:

- Begrenzte Verhandlungsmacht gegenüber einem weitaus größeren Geschäftspartner,
- Nichtvorhandensein eines Ansprechpartners, der Auskunft darüber geben kann, ob die geforderten Bedingungen angemessen und marktüblich sind,
- Beachtlicher Mehraufwand für den Fall, dass eine Ausweitung des Vertriebs und Kundennetzwerks angestrebt wird. Mögliche zusätzliche Abnehmer könnten von einer Kooperation absehen, wenn sie erfahren, dass bereits eine Zusammenarbeit mit einem rivalisierenden Konglomerat besteht,
- Wegfall von Synergien bei der Lagerverwaltung oder den Logistikkosten, wenn deutsche Produzenten an mehrere Importeure verkaufen.

Soweit die deutsche Marke in Südkorea aber bereits einen gewissen Bekanntheitsgrad genießt und der Hersteller befähigt ist, mehrere anspruchsvolle Kunden parallel zu handhaben, kann der Direktverkauf über den Lebensmitteleinzelhandel eine valide Vertriebsoption darstellen. Bei dem Engagieren von „Mittelsmännern“, die auf Geschäftsverbindungen zu entsprechenden Ketten verweisen, ist große Vorsicht geboten.²³

4.3.3 Direktverkauf über das grenzüberschreitende E-Commerce-Programm Coupang

Ähnlich wie China verfügt auch Südkorea über ein florierendes Umfeld für den grenzüberschreitenden E-Commerce, allerdings sind die Vorschriften anders als in China. Der koreanische E-Commerce-Riese „Coupang“ hat nun ein Programm entwickelt, mit dem er kleine Marken unterstützt, die in den Markt eintreten wollen.

Die Marken erhalten Unterstützung bei der Etikettierung, der Registrierung (die für den grenzüberschreitenden E-Commerce in Südkorea immer noch erforderlich ist) und der Sichtbarkeit auf der Plattform, sodass dies eine gute Möglichkeit sein kann, den Markt zu testen.

Wenn deutsche Hersteller allerdings ein breiteres Vertriebsniveau anstreben, müssen sie wahrscheinlich zumindest mittelfristig eine der anderen Optionen in Betracht ziehen. Dessen ungeachtet kann Coupang ein guter Ausgangspunkt für Aktivitäten im Markt sein.²⁴

²³ Kathryn Read (2021): A Guideline to Entering the Food and Beverage Market in Korea, unter <https://kathrynread.com/a-guideline-to-entering-the-food-and-beverage-market-in-korea/>, aufgerufen am 01.10.2022

²⁴ Ebenda.

4.4 Regionale Marktbesonderheiten

Haupttrends in Südkorea sind eine fortschreitende Verwestlichung der Essgewohnheiten sowie ein starkes Bewusstsein für die eigene Gesundheit. In den Pro-Kopf-Ausgaben der Konsumenten für Nahrungs- und Genussmittel spiegelt sich dies wider. Im Durchschnitt gaben südkoreanische Haushalte im Jahr 2021 rund 645 USD pro Monat für Essen und Trinken im Handel und in Gaststätten aus.²⁵

Im Hinblick auf den Export von Fleisch und Fleischerzeugnissen nach Südkorea empfiehlt es sich für deutsche Exporteure landesspezifische Essgewohnheiten sowie den Geschmack der Konsumenten zu beachten. Eine typische südkoreanische Mahlzeit besteht aus Reis, Suppe und Fleisch oder Fisch. Dabei zeichnen sich die Mahlzeiten durch einen hohen Grad an Schärfe aus. Die Tageszeit, zu der die Mahlzeit eingenommen wird, ist dabei weniger relevant, denn auch ein südkoreanisches Frühstück unterscheidet sich nicht zu den anderen Mahlzeiten. Dennoch lässt sich beobachten, dass sich die Frühstücksgewohnheiten der Südkoreaner zunehmend dem westlichen Lebensstil annähern. In der Folge bedeutet dies einen stärkeren Konsum von bspw. Brot und Backwaren sowie Müsli. Aufgrund der Ernährungsgewohnheiten werden in Südkorea kaum verarbeitete Fleischprodukte wie Wurstwaren verzehrt, die zudem von den südkoreanischen Konsumenten oftmals als zu salzig empfunden werden. Neben den landestypischen Essgewohnheiten müssen Fleisch und Fleischerzeugnisse oft an die lokalen Unterschiede angepasst werden.

Regionale Unterschiede gibt es bspw. zwischen den ländlichen Regionen und den stark urbanisierten Großstädten. In Städten wie Seoul werden oftmals aufwendige Gerichte zubereitet, die im allgemeinen jedoch weniger stark gewürzt werden. Zu den typischen Gerichten gehören z. B. eine Suppe zubereitet mit Ochsenfleisch (seolleongtang), Fleischbällchen mit Gemüse (sinseollo), verschiedene Fleischsorten mit Gemüse (gujeolpan), oder auch Mungobohnen-Gelee mit Gemüse und Rindfleisch (tangpyeongchae). In den oft ärmeren, ländlichen Regionen und Provinzen Südkoreas werden häufig Gerichte bestehend aus Kartoffeln, Mais, Buchweizen oder aus Meeresfrüchten bestehen.

Neben den regionalen Unterschieden in den Essgewohnheiten muss auch das Konsumverhalten beachtet werden. Das Kauf- und Konsumverhalten der Südkoreaner zeichnet sich durch ein ausgeprägtes Marken- und Gesundheitsbewusstsein aus. Im Bereich von Fleisch und Fleischerzeugnissen steht für den südkoreanischen Konsumenten neben der Qualität eines Produktes auch die Frische und Produktsicherheit im Fokus der Kaufentscheidung, weniger hingegen der Preis eines Produktes.

²⁵ GTAI (2022): Westlicher Lebensstil bringt Chancen für deutsche Lebensmittel, unter <https://www.gtai.de/de/trade/suedkorea/branchen/westlicher-lebensstil-bringt-chancen-fuer-deutsche-lebensmittel-851982#toc-anchor--1>, aufgerufen am 17.10.2022

5. Außenhandel

Der Fleischmarkt in Südkorea befindet sich in einer starken Entwicklungsphase und die Fleischimporte aus dem Ausland nehmen zu. Dennoch lassen sich aufgrund von aufgetretenen Tierseuchen und damit verbundenen Einfuhrbeschränkungen Auswirkungen auf den internationalen Handel mit Rind-, Geflügel- und Schweinefleisch ausmachen. Die Freigabe für Ausfuhren von Schweinefleisch und Geflügel aus Deutschland und anderen Mitgliedsstaaten der EU im September 2022 leiten zu der Annahme, dass die Exporte aus Europa in den kommenden Jahren zunehmen werden.

5.1 Lieferländer

Da die heimische Produktion nur 45 % des Lebensmittelbedarfs in Südkorea abdeckt, sind Einfuhren unerlässlich.²⁶ Im Bereich der (branchenübergreifenden) Importe sind China, die USA und Japan die wichtigsten Handelspartner, Deutschland liegt auf Platz fünf. Im Bereich der Exporte führen hingegen China, die USA und Vietnam das Ranking an. Bei den deutschen Ausfuhren nach Südkorea stehen Lebensmittel mit 2,9 % der Exporte nach Kfz und -Teile, Maschinen, chemische Erzeugnisse, sonstige Erzeugnisse, Mess- und Regeltechnik, und Elektrotechnik an siebter Stelle.²⁷

Im September 2020 führte Südkorea, nach dem ersten Auftreten der ASP bei Wildschweinen in Deutschland, einen Einfuhrstopp für deutsches Schweinefleisch ein. Diese Beschränkung galt auch für weitere europäische Staaten. Im Jahr 2019, dem letzten Jahr ohne Einfuhrbeschränkungen, beliefen sich die deutschen Ausfuhren von Schweinefleisch nach Südkorea auf 110 Tsd. t mit einem Gesamtwert von 284 Mio. EUR. Nach China war Südkorea damit das zweitwichtigste Zielland außerhalb der EU für den Export von deutschem Schweinefleisch. Aufgrund von Fällen der hochpathogenen Geflügelpest in einigen EU-Mitgliedsstaaten wurden darüber hinaus Restriktionen für die Ausfuhr von Geflügel nach Südkorea erlassen.

Die Beschränkungen für europäische Schweinefleisch- und Geflügelexporte wurde im September 2022 von der Regierung Südkoreas aufgehoben. Die Freigabe gilt für Schweinefleisch und Schweinefleischerzeugnisse für 14 EU-Mitgliedsstaaten, darunter Deutschland, Dänemark, Niederlande und Spanien, Frankreich, Polen und Österreich. Bei Geflügel können die Lieferungen aus 11 Mitgliedsstaaten wieder aufgenommen werden,

²⁶ USDA (2021): Retail Foods South Korea, unter https://apps.fas.usda.gov/newgainapi/api/Report/DownloadReportByFileName?fileName=Retail%20Foods_Seoul%20ATO_Korea%20-%20Republic%20of_06-30-2021, aufgerufen am 11.01.2022

²⁷ GTAI (2021): Wirtschaftsdaten kompakt Südkorea, unter https://www.gtai.de/resource/blob/15104/ed3ac15d101137d6c73366254b4b0151/GTAI-Wirtschaftsdaten_November_2021_Suedkorea.pdf, aufgerufen am 11.01.2022

5. Außenhandel

darunter Deutschland, die Niederlande, Polen, Frankreich und Belgien. Diese Entscheidung könnte in den nächsten Jahren ein Handelsvolumen von über 1 Mrd. EUR freisetzen.²⁸

5.2 Import- und Distributionsprozedere

Ein Container-Frachtschiff, das in einen südkoreanischen Hafen einfährt, muss nicht vorab die Importgüter in einem abgrenzenden bzw. zollfreiem Gebiet lagern, wenn die Einfuhranmeldung bereits bei der koreanischen Zollbehörde eingereicht und die Ware freigegeben wurde. Somit fällt die Zollabfertigung weg und die Waren werden direkt aus dem Hafen freigegeben. Eingeführte Waren müssen jedoch spätestens bei der Ankunft in Korea beim Zoll angemeldet werden. Bei der Anmeldung sind in jedem Fall Angaben zur Warenart, zur Feststellung des Zollwertes und zum zolltechnischen Ursprung der Ware zu machen.

Südkorea unterhält ein online Einfuhranmeldesystem, das die sofortige Freigabe von Waren nach Annahme einer fehlerfrei eingereichten Einfuhranmeldung ermöglicht. Die Importdeklaration kann direkt vom deutschen Exporteur oder vom Import- und Distributionspartner auf südkoreanischer Seite abgewickelt werden.²⁹

Neben den deutschen Exporteuren müssen auch die südkoreanischen Importeure gewisse Anforderungen erfüllen. Diese werden vor allem durch den Animal and Plant Quarantine Agency (die Behörde für Tier- und Pflanzenquarantäne, APQA) kontrolliert. Hier befinden sich Informationen zu Export- und Importvorschriften für Tiere, Lebensmittel, Holz, Pflanzen, Getreide und frisch produzierte Produkte, Informationen über die Quarantäne und die Inspektion und auch über die gesundheitlichen Kontrollen (vgl. Kapitel 5.3).

Importeure können entweder online über das Elektronische Datenaustauschsystem der südkoreanischen Zollbehörde (Korea Customs Service, KCS) eine papierlose Importdeklaration erstellen, ohne persönlich beim Zollamt zu erscheinen, oder persönlich direkt bei der Zollbehörde. In beiden Fällen werden die Waren direkt aus dem Hafen freigegeben, ohne in einem Zollgebiet gelagert zu werden, sofern die Deklaration angenommen wurde.³⁰ Sobald die online Deklaration angenommen wurde, muss der Importeur Steuern und Zölle entrichten. Die Steuer muss innerhalb von 15 Tagen, nachdem die Zolldeklaration offiziell akzeptiert wurde, bezahlt werden. Erst nach der Zahlung wird die Deklaration vollständig akzeptiert und bestätigt. Im Anschluss wird eine Bescheinigung über

²⁸ Euromeat (2022): Republic of Korea to remove restrictions on European exports of pork and poultry, unter <https://euomeatnews.com/Article-Republic-of-Korea-to-remove-restrictions-on-European-exports-of-pork-and-poultry/5711>, aufgerufen am 28.10.2022

²⁹ Korea Customs Service (2022): Import Declaration Guideline – Declaration details, unter <https://www.customs.go.kr/english/cm/cntnts/cntntsView.do?mi=8055&cntntsId=2731>, aufgerufen am 31.10.2022

³⁰ ITA (2022): South Korea – Country Commercial Guide, unter <https://www.trade.gov/country-commercial-guides/south-korea-customs-regulations>, aufgerufen am 29.10.2022

5. Außenhandel

die Einfuhranmeldung ausgestellt. Die Bescheinigung der Einfuhranmeldung ist durch verschiedene Kennzeichnungen gegen Fälschungen geschützt: ein u. a. Zoll-spezifischer Stempel, ein Wasserzeichen (Emblem der südkoreanischen Zollbehörde), Seriennummern, und ein 2D-Strichcode.³¹

Grundsätzlich müssen deutsche Exporteure im Rahmen des Importverlaufs folgende Unterlagen vorweisen:

Frachtschein:

Ein eindeutiger Frachtschein mit dem Namen des Frachtführers / Spediteurs, dem Namen und der Adresse des Warenempfängers, dem Namen des Zielhafens, der Beschreibung der Fracht, einer Preisliste der Fracht und der Versicherungskosten und einer Bescheinigung über die Anerkennung des Frachtführers an Bord des Schiffes sind erforderlich. Es gibt keine Vorschriften bzgl. der Form oder der Anzahl der Frachtscheine. Da die Frachtscheine sowohl für Übersee als auch für Land-Frachten gelten, ersetzt der Luftweg-Frachtschein auch die Luftfrachtsendungen.

Handels- und Warenrechnung:

Der Exporteur muss das Original und zwei Kopien der Handels-/ Warenrechnung vorzeigen, die Angaben zu Gesamtwert, Einheitswert, Menge, Kennzeichen, Produktbeschreibung und Verschickung enthalten.

Seeversicherung:

Mit den Incoterms (international commercial terms) wurde zwischen Parteien, die sich in einer Transaktion befinden, vereinbart, dass falls der Exporteur für die Versicherung verantwortlich ist, ein Seeversicherungsschein oder Versicherungszertifikat erforderlich ist.

Spezielle Dokumentation:

Eine Übersicht der südkoreanischen Importanforderungen für Lebensmittel ist in dem FAS Korea annual agriculture export guide, d. h. einem südkoreanischen Exportführer für landwirtschaftliche Produkte, zu finden. Zusätzliche, sehr detaillierte Informationen über die Importanforderungen und die Dokumentationsanfordernisse für landwirtschaftliche Produkte und Lebensmittel (inklusive Biotechnologie Produkte) sind in einem speziellen Bericht zu Importanforderungen nachzulesen. Das Ministerium für Lebensmittel- und Arzneimittelsicherheit liefert auf seiner Internetseite Informationen über die maximal erlaubten Rückstände und auch zum Importablauf. Weitere Details über die maximal erlaubten Rückstände der südkoreanischen Lebensmittelbehörden sowie Berichte über die

³¹Korea Customs Service (2022): Import declaration Guideline, unter <https://www.customs.go.kr/english/c/cntnts/cntntsView.do?mi=8055&cntntsId=2731>, aufgerufen am 28.10.2022

5. Außenhandel

Importanforderungen für organische Produkte gibt es auch auf der Internetseite des FAS. Exporteure von organischen Produkten sollten zusätzlich auch den FAS Bericht über südkoreanische Regulierungsaufgaben für transgenen Inhalt in organischen verarbeiteten Lebensmitteln genau betrachten.

Eigenzertifizierung:

Die Eigenzertifizierung der Herkunft des Produktes durch den Produzenten oder den Exporteur ist die Grundlage, um zu entscheiden, dass das Gut sich für begünstigte Zölle qualifiziert. Wenn die Zertifizierung auf Englisch verfasst ist, muss eine offizielle Übersetzung für das südkoreanische Zollamt ins Koreanische durch den Importeur erfolgen. Eine Zertifizierung mit bis zu 12 Monaten Gültigkeit kann für eine einzelne Sendung oder für eine Vielzahl an identischen Gütern gemacht werden, wenn dies in der Zertifizierung gekennzeichnet wird.³² Der Importeur leitet die Zertifizierung dem Zollamt in Südkorea (schriftlich oder elektronisch) mit mindestens folgenden Informationen weiter:

- Importeur,
- Exporteur,
- Hersteller des Produktes,
- Name und Kontaktinformation für die zertifizierende Person,
- Klassifizierung des HS-Codes und Beschreibung des Produktes,
- Informationen, die aufführen, dass das Produkt aus dem deklarierten Land stammt,
- Datum der Zertifizierung,
- Im Falle einer pauschalen Zertifizierung: Der Zeitraum, den das Zertifikat abdeckt.³³

Neben diesen Hauptdokumenten gibt es noch weitere erforderliche Unterlagen, die die Bedingungen für den Import bestätigen und für welche die jeweilige Nachweise erbracht werden sollten, falls die erforderlichen Bedingungen erfüllt sind:

- Preiserklärung,
- Inspektion durch die einbezogenen Institutionen,
- Nachweis über die Quarantäne,
- Anerkennung des Produktes,
- Dokumente bzgl. der Importkriterien,
- Bewerbung um die Zollkürzung sowie Bewerbung für einen vereinbarten Zoll,
- hinterlegte Sicherheit für Zahlungen von den Gemeindesteuern,
- Kimberly – Prozess Zertifikat und
- Zertifikat von dem vorgeschlagenen Zollsatz.³⁴

³² MPR (2022): What is the KC Certification for South Korea, unter <https://www.korea-certification.com/en/kc/what-is-kc-certification/>, aufgerufen am 31.10.2022

³³ USDA (2022): Import Requirements and Documentation, unter <https://www.trade.gov/country-commercial-guides/south-korea-import-requirements-and-documentation>, aufgerufen am 31.10.2022

³⁴ Ministry of Food and Drug Safety (2022): Imported Food Safety, unter https://www.mfds.go.kr/eng/wpage/m_11/de011002l001.do, aufgerufen am 31.10.2022

5.3 Lebensmittelsicherheit und Rechtsvorschriften

Für die Lebensmittelsicherheit ist in Südkorea das Ministerium für Lebensmittel- und Arzneimittelsicherheit (Ministry of Food and Drug Safety, MFDS) zuständig. Die wichtigsten Gesetze in Bezug auf Lebensmittel sind der Food Sanitation Act, der Food Safety Basic Act, der Health Functional Food Act sowie der Special Act on Safety Control of Children's Dietary Life.³⁵ Diese setzen die Rahmenbedingungen zur Gewährleistung der Sicherheit von Lebensmitteln, Lebensmittelzusatzstoffen und funktionellen Lebensmitteln für den menschlichen Verzehr. Das Ministerium überprüft eintreffende Waren vor der zollamtlichen Freigabe auf die Einhaltung dieser Vorschriften. Zur Vereinfachung dieses Vorgehens kann ein Exporteur sich durch das Ministerium zertifizieren lassen und so eine schnellere Abfertigung seiner Produkte sicherstellen. Die Zertifizierung erfordert eine Besichtigung des Herstellungsbetriebes. Die Republik Korea verfügt über gut entwickelte Rechtsvorschriften und Verfahren für die Einfuhr von Lebensmitteln. Die wichtigsten Akteure bei der Durchsetzung dieser Gesetze sind das MFDS, die Behörde für Tier- und Pflanzenquarantäne (Animal and Plant Quarantine Agency, APQA und KCS).

Die Quarantäne und Inspektion stellt eine besonders wichtige Vorschrift dar und gliedert sich wie folgt: Zunächst werden alle Quarantäne-Materialien der importierten Ware gesammelt. Dies geschieht durch die Schiffs- bzw. Fluggesellschaft. Daraufhin folgt eine Inspektion an Bord des Schiffes oder des Flugzeuges durch den Quarantäne-Beamten. In einem nächsten Schritt findet eine Vor-Ort-Inspektion statt. Dazu muss zunächst ein Unternehmen die Ware abladen. Daraufhin erfolgt der Transport durch ein Transportunternehmen. Es folgt die Lagerung in einer Quarantänevorrichtung, was die jeweilige Quarantänestation übernimmt. Als nächster Schritt findet die eigentliche Quarantäne statt, dies leitet entweder der Importeur selbst oder sein Vertreter ein: Während der Quarantäne werden die Produkte auf einige Krankheiten hin untersucht. Dabei wird bei den Produkten zwischen Tieren und tierischen Produkten unterschieden:

Bei den Tieren werden folgende Untersuchungen vorgenommen:

- Epidemiologische Untersuchung: Kontrolle, ob es aus einer Import-Verbots-Region stammt; Kontrolle, ob es die Tiergesundheitsanforderungen erfüllt
- Labortest: Mikrobiologischer Test, Pathologischer Test, Serologischer Test,
- Klinische Inspektion: Gegenprobe des Tier- und Gesundheitszertifikats, Individuelle klinische Inspektion

³⁵ Ministry of Food and Drug Safety (2022): Regulations, unter https://www.mfds.go.kr/eng/brd/m_15/list.do, aufgerufen am 31.10.2022

5. Außenhandel

Bei den tierischen Produkten werden folgende Untersuchungen vorgenommen:

- Epidemiologische Umfrage: Kontrolle, ob es aus einer Import-Verbots-Region stammt; Kontrolle, ob es die Tiergesundheitsanforderungen erfüllt,
- Klinische Inspektion (organoleptische Inspektion): Kontrolle der Bedingungen im Container, Gegenprobe des Lade- und Gesundheitszertifikats
- Labortest: FMD, AI Test

Nach Durchführung und Auswertung dieser Tests und Untersuchungen wird ein Urteil gefällt, welches das jeweilige Produkt entweder als qualifiziert oder als nicht qualifiziert deklariert.³⁶ Im Rahmen der Veranschaulichung des gesamten Transaktionsprozess eines Produktes, lässt sich feststellen, dass sowohl der Zeit- als auch der Kosten- und Administrationsaufwand sehr hoch sind.

Fleischexporte nach Südkorea unterliegen einer strengen Kontrolle. Es existieren zwei Einrichtungen, die für die Kontrolle von Fleischimporten zuständig sind:

- National Veterinary Research and Quarantine Service – veterinary control: In den Zuständigkeitsbereich der Behörde fällt die Überprüfung von Quarantänevorschriften sowie die Inspektion von tierischen Produkten.
- Korea Food and Drug Administration (KFDA): Das Institut verantwortet die Inspektion und Kontrolle von verarbeiteten Lebensmitteln.

Der Genehmigungsprozess für den Exporteur besteht aus zwei Prüfstufen. Zunächst gilt es zu prüfen, ob der südkoreanische Markt bereits für den Import von Waren aus dem entsprechenden Herkunftsland geöffnet ist oder noch geöffnet werden muss. Der zweite Schritt besteht darin den südkoreanischen Veterinärbehörden eine Liste vorzulegen, in welcher alle Firmen aus dem jeweiligen Land aufgeführt sind, die ihre Produkte nach Südkorea exportieren möchten. Jede dieser Firmen wird individuell beurteilt, basierend auf einem Evaluationsfragebogen sowie direkten Kontrollen von diesen Firmen durch den National Veterinary Research and Quarantine Service. Genehmigungen werden immer nur für einzelne Firmen erteilt, d. h. es gibt separate Genehmigungen für die Schlachtungs-, Verarbeitungs- und Lagerungsfirma eines Fleischproduktes. Während der Exporteur vor allem darauf achten muss, dass seine Produktinformationen auf der Verpackung nicht zu komplex sind (da der gesamte Genehmigungsprozess an sich schon sehr komplex ist), hat der Importeur diverse Verpflichtungen zu erfüllen, um die Genehmigung für den Marktzugang zu erhalten. Die damit verbundene erforderliche Zertifizierung besteht aus:

³⁶ Animal and Plant Quarantine Agency (2022): About Quarantine & Inspection, unter https://www.qia.go.kr/english/html/Animal_livestock/02AnimalLivestock_003-5.jsp, aufgerufen am 31.10.2022

Einreichung eines Entry Report for Food Bewerbungsbogens:

- Die importierende Firma muss dieses Dokument einreichen. Es basiert auf Produktinformationen über den Produzenten, d. h. über den entsprechenden Exporteur. Der entsprechende Bericht setzt sich aus Informationen über den Produzenten selbst, das Herkunftsland, den Transport nach Südkorea und das Produkt zusammen.
- Das weitere Vorgehen bis zur Anerkennung des Produktes für die Grenzabfertigung ist ein standardmäßiger Ablauf, der das Bewerbungsformular, die sensorische Prüfung des Produktes und die Labortests überprüft. Die Kosten für die Laboruntersuchungen, die zur Verifizierung von bestimmten Substanzen und Inhaltsstoffen dienen, die vom Exporteur ausgewiesen wurden, müssen vom Importeur getragen werden, d. h. von der jeweiligen südkoreanischen Firma. Falls das Produkt sich für die erste Zollabfertigung qualifiziert hat, werden die folgenden Angebote zusätzlichen verifizierenden Tests unterliegen. Diese Tests werden von der KFDA durchgeführt und bezahlt.

5.4 Kennzeichnungsvorschriften

Alle importierten Waren müssen grundsätzlich mit der Ursprungslandbezeichnung gekennzeichnet werden. Alle aus Deutschland stammenden Produkte müssen somit mit dem Hinweis „Made in Germany“ versehen sein, sodass die Kennzeichnung nicht leicht zu entfernen ist. Die Bezeichnung „Made in Europe“ wird nicht immer anerkannt und muss bestimmte Kriterien erfüllen. Exporteure müssen für ihre Produkte eigenständig eine Erklärung über den Ursprung ausstellen. Dieses Vorgehen unterscheidet sich von den meisten anderen Freihandelsabkommen, wo ein Ursprungszertifikat durch die Zollbehörden ausgestellt wird. Um die Erklärung über den Ursprung des Produktes selbst ausstellen zu dürfen, müssen die Exporteure eine Bestätigung darüber erwerben, dass sie ein anerkannter Exporteur sind. Hierzu müssen sie sich bei dem zuständigen Zollamt ihres Landes bewerben. Der Ablauf zum Erhalt der Zulassung unterscheidet sich zwischen den einzelnen Mitgliedsstaaten. Mit der geforderten Erklärung beabsichtigt das importierende Land sicherzustellen, dass der Exporteur die entsprechenden Vorschriften kennt und die jeweilige Zollbehörde in der Lage ist, den Ursprungsstatus eines Produktes nachzuverfolgen. Wenn der Exporteur seine Zulassung erhalten hat, erhält er eine Zulassungsnummer, die auf der Warenrechnung vermerkt werden muss.³⁷

Deutsche Exporteure und südkoreanische Importeure dürfen die Ursprungslandbezeichnung nur für Güter verwenden, für welche die notwendigen Nachweise vollständig erbracht

³⁷ Korea Customs Service (2022): Export Declaration Guideline, unter <https://customs.go.kr/english/cm/cntnts/cntntsView.do?mi=8056&cntntsId=2732>, aufgerufen am 28.10.2022

5. Außenhandel

wurden. Ferner muss die volle Verantwortung für die erhaltene Anerkennung übernommen werden, v. a. im Falle von Fälschungen der Ursprungsbezeichnung oder anderen Arten von Missbrauch. Alle Dokumente müssen zum Nachweis der Anerkennung mindestens fünf Jahre aufbewahrt werden. Außerdem müssen die Dokumente zum Nachweis des Ursprungs an die Zollbehörden ausgeliefert werden können und jederzeit zwecks Inspektionen den Zollbeamten zur Verfügung stehen.

Zudem müssen alle importierten Lebensmittel eine Warenbezeichnung tragen sowie mit einer Herstellerangabe versehen sein. Die Warenbezeichnung ist besonders wichtig, um die Rückverfolgbarkeit der Güter zu gewährleisten.³⁸ Das Koreanische Institut für die Qualitätsbewertung tierischer Erzeugnisse (Korea Institute for Animal Products Quality Evaluation, KAPE) ist bekannt für sein System zur Rückverfolgbarkeit von Tierprodukten. Seit 2009 bietet es eine Vielzahl von Diensten zur Rückverfolgung von tierischen Produkten an, um die Lebensmittelsicherheit für die Verbraucher zu erhöhen, konkreten Bedrohungen in der Lebensmittelwertschöpfungskette wirksam zu begegnen und Angebot und Nachfrage vorherzusagen. Ein derart breit gefächertes System zur Rückverfolgung von Lebensmitteln ist möglich, weil KAPE mit landwirtschaftlichen Betrieben, lokalen Behörden und anderen öffentlichen Einrichtungen zusammenarbeitet, um Daten über tierische Produkte aus allen Phasen der Lebensmittelwertschöpfungskette zu sammeln.³⁹ Im Folgenden wird das System der Rückverfolgbarkeit von Rind- und Schweinefleisch skizziert.

5.4.1 Das System der Rückverfolgbarkeit von Rindfleisch

Das System besteht aus vier aufeinander aufbauenden Schritten. Der erste Schritt ist die Zucht, wozu Registrierung des Kälbchens und Verteilen von Ohrmarken gehören. Die Ohrmarke enthält den nationalen Code sowie eine 12-stellige Seriennummer. Daraus ergibt sich die Identifikationsnummer, welche das Rind von der Geburt bis hin zum Verkauf im Geschäft behält. Die Daten beinhalten den Herkunftsort, die Klassifizierung, den Typ, das Geburtsdatum, das Schlachtdatum und den Züchter. Der zweite Schritt ist das Schlachten, wobei die Ohrmarke des Tieres überprüft und anschließend geschlachtet wird. Die Identifikationsnummer des Tieres wird auf dem Schlachtkörper vermerkt. Der dritte Schritt ist die Markierung der Identifikationsnummer auf den einzelnen Fleischstücken oder auf der Verpackung. Als vierter und letzter Schritt erfolgt der Verkauf, wobei die Identifikationsnummer noch immer auf dem Schlachtkörper bzw. dem Verkaufsobjekt zu finden sein muss.

³⁸ Mafra (2022): Livestock Traceability System, unter <https://www.mafra.go.kr/english/1496/subview.do>, aufgerufen am 31.10.2022

³⁹ World Bank (2022): Digital Ag Series - Making better use of government data to support farmers: How livestock traceability data and agriculture outlook data can help farmers create value in Korea, unter <https://olc.worldbank.org/content/digital-ag-series-making-better-use-government-data-support-farmers-how-livestock>, aufgerufen am 28.10.2022

5.4.2 Das System der Rückverfolgbarkeit von Schweinefleisch

Auch hier gibt es vier entscheidende Schritte. Zunächst findet die Zucht der Schweine statt. Jedes Ferkel erhält eine 6-stellige, betriebsindividuelle Seriennummer. Beim zweiten Schritt, der Schlachtung, wird diese Nummer auf dem Schlachtkörper vermerkt, wobei sie tierindividuell ist und nicht nur auf die Herkunftsfarm des Tieres rückschließen lässt. Im dritten Schritt, Verpackung und Verkauf, wird diese Identifikationsnummer des Tieres auch auf den Verkaufsstand oder die Verpackung gedruckt. Der vierte und letzte Schritt stellt den Konsumenten dar, wie er mit Hilfe seines Smartphones und mit Hilfe der Identifikationsnummer genau überprüfen kann, wo das Schwein herkommt.

5.4.3 Etikettierung

Die Standards für das Labeling von Produkten der Viehhaltung sind laut dem Gesetz über verarbeitete Produkte der Viehhaltung, Artikel 6, Paragraph 1, ein Kriterium für die Kennzeichnung von Produkten aus der Viehhaltung und werden vom MFDS angewandt.⁴⁰ Bei der Etikettierung dürfen folgende Angabe nicht fehlen:

- Name und Anschrift des Unternehmens,
- Herstellungsdatum,
- Haltbarkeitsdatum,
- Nettoangabe,
- Zutatenliste,
- Mengenangaben der Zutaten,
- Nährwertangaben,
- Zusätzliche Angaben speziell zu Produkten aus der Viehhaltung, wie z. B. Angaben zur Bestrahlung von Produkten der Viehhaltung,
- Name des Produktes,
- Art des Produktes aus der Viehhaltung.⁴¹

5.5 Zollprozeduren und Zollsätze

Um die genauen Importkosten zu berechnen, benötigt der Importeur den Zollsatz. Zur Ermittlung des Zollsatzes, unter Anwendung des HS-Codes, bietet die Webseite der südkoreanischen Zollbehörde www.customs.go.kr eine hilfreiche Unterstützung. Unter der Hauptrubrik Business wird die Unterkategorie KCS Tariff D/B (Inquiry) aufgeführt, wo man den HS-Code recherchieren kann, um den Importzoll des jeweiligen Produktes

⁴⁰ Ministry of Food Drug Safety (2022): Nutrition Labeling for Processed foods, unter https://www.mfds.go.kr/eng/wpge/m_14/de011005I001.do, aufgerufen am 28.10.2022

⁴¹ Ministry of Food and Drug Safety (2022): Key Function of Food Labeling, unter https://www.mfds.go.kr/eng/wpge/m_14/de011005I001.do, aufgerufen am 28.10.2022

5. Außenhandel

herauszufinden.⁴² Bei der Suche ist es wichtig die 10 Stellen des HS-Codes oder den Namen der Ware einzugeben. Für Schweinefleisch, Bauchspeck lautet der zehnstellige HS-Code bspw. 0203191000.

Im Folgenden werden die üblichen HS-Codes für Schwein, Rindfleisch und Geflügel nach OEC World aufgeführt:

- HS -0203= Schweinefleisch; frisch, gekühlt oder gefroren,
- HS -0201= Rindfleisch; frisch, gekühlt oder gefroren,
- HS -0207= Geflügelfleisch (Hühner der Art Gallus Domesticus), frisch, gekühlt oder gefroren.⁴³

Seit 2011 besteht das FTA, ein Freihandelsabkommen zwischen der EU und Südkorea, womit Importeure mit einem deutlich höheren Maß an Liberalisierung der Importzölle genießen. Mit dem FTA zwischen der EU und Südkorea werden 98,7 % der Zölle auf den Warenverkehr abgeschafft. Außerdem können fast alle Agrarausfuhren der EU wie bspw. auch Schweinefleisch zollfrei eingeführt werden. Damit die Importgüter im Rahmen des Freihandelsabkommens zwischen der EU und Südkorea in den Genuss des niedrigeren oder Null-Präferenzzollsatzes kommen kann, muss es seinen Ursprung in der EU oder Südkorea haben. Ein Erzeugnis gilt als Ursprungserzeugnis der EU oder Südkoreas, wenn es:

- vollständig in der EU oder Südkorea gewonnen oder hergestellt worden sind oder
- ausschließlich aus Vormaterialien mit Ursprung in der EU oder Südkorea oder
- in der EU oder Südkorea unter Verwendung von Vormaterialien ohne Ursprungseigenschaft hergestellt worden sind, sofern diese Vormaterialien nach Erfüllung der Erzeugnis spezifischen Vorschriften des Anhangs II in ausreichendem Maße bearbeitet bzw. verarbeitet worden sind.⁴⁴

⁴² Korea Customs Service (2022): KCS Tariff D/B (Inquiry), unter <https://www.customs.go.kr/english/ad/ct/CustomsTariffList.do?mi=8037>, aufgerufen am 31.10.2022

⁴³ OEC World (2022): Animal Products, unter <https://oec.world/en/product-landing/hs>, aufgerufen am 28.10.2022

⁴⁴ Europäische Kommission (2022): Freihandelsabkommen zwischen der EU und Südkorea, unter <https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/de/content/fr Freihandelsabkommen-eu-suedkorea>, aufgerufen am 28.10.2022

6. Übersicht über wichtige Messen und Kontakte

6. Übersicht über wichtige Messen und Kontakte

6.1 Fachmessen

Coex Food Week	
Adresse / Website	COEX Center Seoul 513 Yeongdong-daero Gangnam-gu, Seoul, 06164 Südkorea www.coexfoodweek.com/
Kontakt	E-Mail: foodweek.info@coex.co.kr Tel.: +82-2-6000-8163
Profil	Die Coex Food Week findet vom 02. – 05. November 2022 in Seoul statt. Die Angebotschwerpunkte sind Tierische Produkte, Rindfleisch, Schweinefleisch, importiertes Fleisch, Delikatessen, Speck, Schinken, Wurst, Tiefkühlprodukte sowie Molkerei- und Geflügelprodukte.

K-Farm	
Adresse / Website	B1F, 140, Gwanggyojungang-ro, Yeongtong-gu, Suwon-si, Gyeonggi-do, 16514 Südkorea www.scc.or.kr/
Kontakt	E-Mail: sales@scc.or.kr Tel.: +82-31-303-6030
Profil	Die größte Messe für Landwirtschaft und Agrar Technologie in der Metropolregion Seoul zeigt die Zukunft der Landwirtschaft. Die Messe findet zwei Mal jährlich statt, voraussichtlich im April und Oktober 2023 (tbc).

6. Übersicht über wichtige Messen und Kontakte

SEOUL FOOD	
Adresse / Website	KINTEX Korea International Exhibition Center 13, Heolleungno, Seocho-gu, Seoul, 137-749 Südkorea www.seoulfood.kotra
Kontakt	E-Mail: info@seoulfood.or.kr Tel.: +82-23460-7267
Profil	Die Seoul Food findet im Korea International Exhibition Center, Goyang vom 30. Mai – 02. Juni 2023 statt. Dort werden die Neuheiten lokaler und internationaler Unternehmen u. a. aus den Branchen Gastronomie und Lebensmittel präsentiert.

6.2 Verbände/Institutionen/Öffentliche Einrichtungen/Presse

Animal and Plant Quarantine Agency (APQA)	
Adresse / Website	177, Hyeoksin 8-ro, Gimcheon-si Gyeongsangbuk-do, 39660 www.qia.go.kr
Kontakt	Tel.: +82-54-912-1000
Profil	Die Animal and Plant Quarantine Agency (APQA), die Behörde für Tier- und Pflanzenquarantäne, stellt Informationen zu Export- und Importvorschriften für Tiere, Lebensmittel, Holz, Pflanzen, Getreide und frisch produzierte Produkte, Informationen über die Quarantäne und die Inspektion und auch über die gesundheitlichen Kontrollen zur Verfügung.

6. Übersicht über wichtige Messen und Kontakte

Anyang Livestock Cooperatives	
Adresse / Website	374 Anyang-ro, Manan-gu, Anyang-si Anyang 2-dong, 84711 Südkorea www.aylc.co.kr
Kontakt	Tel.: +82-31-443-3841
Profil	Die Anyang Livestock Cooperatives ist ein Verband der die Produktivität der Viehwirtschaft seiner Mitglieder steigert, die Absatzkanäle erweitert und den Vertrieb der von seinen Mitgliedern erzeugten Viehzuchtprodukte erleichtert. Außerdem stellt der Verband die von den Mitgliedern benötigten Technologien, Mittel, Materialien und Informationen bereit, um den wirtschaftlichen Nutzen der Mitglieder zu erhöhen.

Korea Institute for Animal Products Quality Evaluation (KAPE)	
Adresse / Website	Areumseo-gil, 21 Sejong-si, 30100 Südkorea www.ekape.or.kr/
Kontakt	E-Mail: master@ekape.or.kr Tel.: +82-31-390-5500
Profil	Das Korea Institute for Animal Products Quality Evaluation repräsentiert das Image des Qualitätsbewertungsdienstes für Lebewild und ist das wichtigste Element des CIS (Corporate Identity System).

Ministry of Food and Drug Safety (MFDS)	
Adresse / Website	Osong Health Technology Administration Complex 187, Osongsaengmyeong 2(i)-ro, Osong-eup, Heungdeok-gu, Cheongju-si, Chungcheongbuk-do, 28159 Südkorea www.mfds.go.kr/
Kontakt	Tel.: +82-43-719-1564
Profil	Das Ministry of Food and Drug Safety (Ministerium für Lebensmittel- und Arzneimittelsicherheit, MFDS) ist für die Lebensmittelsicherheit in Südkorea zuständig.

6. Übersicht über wichtige Messen und Kontakte

Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs (MAFRA)	
Adresse / Website	94 Dasom2-ro, Government Complex-Sejong Sejong-si,30110 Südkorea www.mafra.go.kr/
Kontakt	Tel.: +82-2-6196-9110
Profil	Das Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs (MAFRA, Ministerium für Landwirtschaft, Ernährung und ländliche Angelegenheiten) unternimmt alle Anstrengungen, um die Landwirtschaft als künftige Wachstumsbranche voranzubringen, ländliche Gebiete in komfortable Wohnorte, Arbeitsplätze und erholsame Rückzugsorte zu verwandeln, Landwirte dabei zu unterstützen, ein stabileres Einkommen zu erzielen, und dafür zu sorgen, dass die Menschen gesunde und sichere Lebensmittel genießen.

6.3 Verarbeitungsindustrie

Agricultural Corporation Donmaru Jecheon Factory	
Adresse / Website	Hanam Techno Valley U1 Center Building B 1404, 947 Hanam-daero, Hanam-si, Gyeonggi-do Südkorea www.donmarumall.com
Kontakt	Herr Lee Beom-ho, CEO E-Mail: donmaru@donmaru.com Tel.: + 82-80-645-6895
Profil	Die Agricultural Corporation Donmaru Jecheon Factory ist führend in der nachhaltigen Tierhaltung und Verarbeitung tierischer Produkte.

6. Übersicht über wichtige Messen und Kontakte

Mmonkyeong Yakdol Pig	
Adresse / Website	862-2 Mojeon-dong, Mungyeong-si, Gyeongsangbuk-do, 745883 Südkorea www.yakdolpig.co.kr
Kontakt	Tel.: +82-54-556-3782-4
Profil	Mmonkyeong Yakdol Pig hat sich auf Schweinefleisch unter den Viehprodukten spezialisiert. Gesponsert vom Ministerium für Land- und Forstwirtschaft hat es sich durch eine ausgezeichnete Zertifizierung der Tierproduktmarke bewährt. Ziel des Unternehmens ist es, das kontinuierliche Markengeschäft intelligent zu gestalten, indem kontinuierliche Tests und Forschung und Entwicklung mit Jeongseok (auch bekannt als: Yakdol) vorangetrieben werden.

Sunjin	
Adresse / Website	1378 Yangjae-daero Gangdong-gu Seoul, 05372 Südkorea www.sj.co.kr
Umsatz	1 Mrd. USD
Mitarbeiterzahl	2 Tsd.
Kontakt	Tel.: +82-2-2225-0777
Profil	Sunjin stellt tierische Produkte von der Farm bis zum Tisch des Kunden her. Das Unternehmen betreibt über Korea hinaus in vier südostasiatischen Ländern Futtermittel-, Schweine- und Geflügelgeschäfte.

6. Übersicht über wichtige Messen und Kontakte

6.4 Importeure/Distributoren/Handel

CJ Freshway	
Adresse / Website	25, World Cupbuk-ro 54-gil Mapo-gu, Seoul Südkorea www.cjfreshway.com
Umsatz	2 Mrd. USD
Mitarbeiterzahl	6,2 Tsd.
Kontakt	Jeong Seong-pil, CEO E-Mail: cjfresh@cj.net Tel.: +82-2-2149-6114
Profil	CJ Freshway ist Koreas führendes globales Unternehmen für den Vertrieb von Lebensmitteln und Lebensmitteldienstleistungen. Das Unternehmen importiert frisches und gefrorenes Rindfleisch aus Australien, Neuseeland, dem USA und der EU (Deutschland).

Hangyul LS	
Adresse / Website	24-26, Dunteo-ro, Majang-myeon, Icheon-si, Gyeonggi-do, 467811 Südkorea www.hangyulls.com
Umsatz	5 Mio. USD
Mitarbeiterzahl	100
Kontakt	Herr Kim Hee-soo, CEO Tel.: +82-31-766-5213
Profil	Hangyul LS importiert frisches und gefrorenes Rindfleisch von den folgenden Einfuhrunternehmen: Cargill, Excel, Greater Omaha, JBS, Nation Beef, Nippon meat packers, Rangers Velly, Silver Fern Farms, Sowcase, Teys Bros.

6. Übersicht über wichtige Messen und Kontakte

Harim Holdings Co. Ltd.	
Adresse / Website	14, Mangseong-ro, Mangseong-myeon Iksan-si, Jeollabuk-do 54517 Südkorea www.harim.com/
Umsatz	7 Tsd. KRW
Mitarbeiterzahl	150
Kontakt	Herr Hong Guk Kim, CEO Tel.: +82-63-860-2114
Profil	<p>Harim Holdings Co. Ltd. ist eine in Korea ansässige Holdinggesellschaft, deren Haupttätigkeit die Verwaltung von Tochtergesellschaften ist. Die wichtigsten Tochtergesellschaften des Unternehmens sind HARIM Co, Ltd., Jeil Feed Company, Ltd., Harim pet food company, FARMSCO sowie SUNJIN CO., LTD. Über seine Tochtergesellschaften betreibt das Unternehmen verschiedene Geschäftsbereiche. Der Geschäftsbereich Futtermittel stellt Mischfutter für die Zucht von Schweinen, Kühen, Hühnern und Hunden her. Zu den Produkten des Geschäftssegments Speisefleisch gehören Geflügel und Schweinefleisch. In der Fleischverarbeitungsindustrie werden verarbeitete Fleischwaren hergestellt und verkauft. Das Unternehmen ist darüber hinaus in der Produktion und dem Verkauf von Viehzuchtausrüstungen tätig.</p>

6. Übersicht über wichtige Messen und Kontakte

Zenith	
Adresse / Website	23 Dongmakgol-gil, Chowol-eup Gwangju Gyeonggi, 12732 Südkorea www.zenith.co.kr
Umsatz	25 Mio. USD
Mitarbeiterzahl	500
Kontakt	E-Mail: zenithmeat@naver.com Tel.: +82-2-554-1148
Profil	Zenith importiert frisches und gefrorenes Rindfleisch, Geflügelfleisch hauptsächlich aus Australien, den USA und der EU.

7. Marktpotenzial pro Warengruppe

7.1 Marktpotenzial Rind

Die südkoreanische Gesamtnachfrage nach Rindfleisch wird 2022 stabil bleiben und könnte sich in der zweiten Jahreshälfte mit der Wiedereröffnung des Restaurantsektors verbessern. Die pandemiebedingten Beschränkungen wirken sich jedoch weiterhin auf absatzstarke Bereiche wie das südkoreanische Hotel-, Restaurant- und Cateringgewerbe aus. Da das Land weiterhin von Neuinfektionen im Zusammenhang mit der Cvid-19-Pandemie heimgesucht wird, ist das Essen zu Hause zu einem festen Bestandteil des südkoreanischen Alltags geworden. Die südkoreanischen Rinderproduzenten wollen von den hohen Preisen und der steigenden Nachfrage nach heimischem Rindfleisch profitieren und werden ihre Produktion im Jahr 2022 steigern.

7.2 Marktpotenzial Schwein

Südkoreanische Verbraucher bevorzugen Schweinefleisch gegenüber Rindfleisch und Geflügel. Die Nachfrage und der Pro-Kopf-Konsum steigen stetig an. Die südkoreanische Produktion von Schwein wird im Jahr 2022 zusammen mit den Schweinefleischimporten weiter ansteigen, um mit der starken Verbrauchernachfrage Schritt zu halten. Zusammen mit dem Wegfall von Einfuhrbeschränkungen von deutschem Schweinefleisch und Schweinefleischerzeugnissen ergeben sich für deutsche Schweinefleischexporteure gute Exportchancen. Gleichzeitig bedeutet die Öffnung des südkoreanischen Marktes eine bessere Verwertung des Schlachtkörpers, denn Südkorea kaufte in Deutschland v. a. Schweinebäuche. Verarbeitungserzeugnisse aus Schweinefleisch werden von den Konsumenten weniger nachgefragt, da diese oft nicht mit den Geschmacksvorlieben sowie den Essgewohnheiten der Konsumenten übereinstimmen. Deutsche Exporteure von Verarbeitungserzeugnissen sollten dies bei dem Versuch diese Produkte nach Korea zu exportieren, berücksichtigen.

7.3 Marktpotenzial Geflügel

Die Hühnerfleischproduktion in Südkorea war in den Jahren 2021 und 2022 rückläufig. Aufgrund erhöhter Hühnerfleischbestände und einer zunehmenden Nachfrage der Konsumenten wird für das Jahr 2023 ein Zuwachs der Hühnerfleischproduktion um 1,6 % auf 945 Tsd. t erwartet. Auch die südkoreanischen Hühnerfleischimporte werden voraussichtlich stetig steigen. Nachgefragt wird importiertes Hühnerfleisch vor allem in Franchise-Restaurants, die gebratenes Hühnerfleisch anbieten.

7. Marktpotenzial pro Warengruppe

Mit der Aufhebung von Ausfuhrbeschränkungen von Geflügel aus Deutschland nach Südkorea verbessern sich die Absatzpotenziale deutscher Exporteure auf dem südkoreanischen Markt.

7. Marktpotenzial pro Warengruppe

Die südkoreanischen Verbraucher stellen eine hohe Nachfrage nach (gefrorenen) Hühnerbeinen, die deutsche Exporteure bedienen können. Dabei profitieren deutsche Exporteure der Fleischindustrie von einem Wegfall der Zölle. Der Zollsatz von 20 % auf gefrorene Keulenviertel entfällt seit 2021. Die Zölle auf gefrorene Hühnerbrüste und Chicken Wings sollen bis 2023 abgeschafft werden.

HERAUSGEBER

Bundesministerium für Ernährung und
Landwirtschaft (BMEL)
53123 Bonn

BEZUGSQUELLE ANSPRECHPARTNER

Referat 424
(Internationale Grundstoffpolitik, Export, Absatzförderung)
Rochusstraße 1
53123 Bonn
E-Mail: 424@bmel.bund.de

STAND

Oktober 2022

UMSCHLAGGESTALTUNG/DRUCK

BMEL

BILDNACHWEIS

Argus/stock.adobe.com

TEXT

enviacon international
eine Marke der enviacon GmbH
Schlossstr. 26
12163 Berlin
www.enviacon.com

Bearbeiter/ -in; Redaktion

Lara Bolhuis

Laura Lehmann

Cansu Acar

Alba Elena Scheffler

DISCLAIMER/HAFTUNGSAUSSCHLUSS

Trotz gründlicher Quellenauswertung und größtmöglicher Sorgfalt bei der Erstellung übernimmt enviacon international keine Haftung für die Inhalte der vorliegenden Marktstudie bzw. für Schäden, die sich – direkt oder indirekt – durch Entscheidungen ergeben, die auf Grundlage der Inhalte der vorliegenden Marktstudie getroffen werden.

Nachdruck und Fotokopien, auch teilweise, sind unter genauer Angabe der Quelle und mit Hinweis auf erstens enviacon international und zweitens die Förderung durch das BMEL gestattet.

Das BMEL ist für den Inhalt der Marktstudie nicht verantwortlich. Es werden ausschließlich Meinungen und Auffassungen der Verfasser wiedergegeben.

Diese Publikation wird vom BMEL kostenlos herausgegeben. Sie darf nicht im Rahmen von Wahlwerbung politischer Parteien oder Gruppen eingesetzt werden.

Weitere Informationen unter

www.bmel.de

[@bmel](https://twitter.com/bmel)

[Lebensministerium](https://www.lebensministerium.de)

www.agrarexportfoerderung.de

