

Mit der richtigen Strategie nachhaltig profitieren

Status – Vergleich – Geschäftsmöglichkeiten

Thomas Griem und Tariq Hussain

Benefiting from Korea's green growth efforts in the area of sustainable building and construction will require a smart, focused approach – and, in all likelihood, close co-operation with local partners.

Spektakuläre "Green Growth" Ankündigungen, ein großer Bausektor mit weltweit agierenden Firmen, signifikantes Energie-sparpotenzial im Gebäudebereich – all dies deutet auf eine gewaltige Dynamik für Korea im Bereich des nachhaltigen Bauens hin. Doch bei genauerem Hinsehen stellen sich die Geschäftspotenziale, auch und gerade für ausländische Firmen, als etwas moderater heraus. Eine realistische Strategie ist wohl die wichtigste Voraussetzung, um im koreanischen Markt nachhaltig zu profitieren.

Rahmenbedingungen

Die Rahmenbedingungen in Korea unterscheiden sich im Vergleich zu Deutschland oder der Schweiz in einigen maßgeblichen Einflussgrößen. Zunächst liegen die Elektrizitäts- und Gaspreise auf niedrigem Niveau. Obwohl das Energiesparpotenzi-

al durch nachhaltige Planung mehr als 40% betragen könnte, schrumpft aufgrund der niedrigen Energiepreise der Anreiz für Kosteneinsparungen.

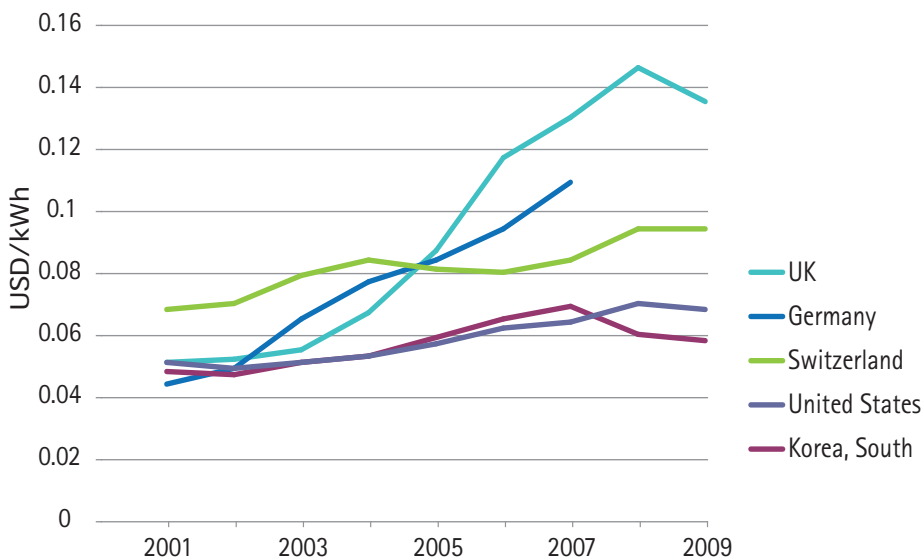
Außerdem gestalten sich die Faktorkosten unterschiedlich: Während in Europa oder den USA der Grundstückspreis deutlich weniger als die Hälfte des Gesamtpreises eines urbanen Neubauprojekts ausmacht, kann dieser in Korea (v.a. in Seoul) bis zu zwei Drittel der Gesamtinvestition ausmachen. Damit verbunden sind auch die kürzeren Lebenszyklen von Gebäuden in Korea, die sich mit ca. 30-40 Jahren deutlich unter dem Durchschnittslevel Deutschlands oder der Schweiz bewegen. Der Immobilienmarkt wird daher stärker von Spekulation als von auf Lebenszyklen basierenden Geschäftsmodellen bestimmt.

In Korea dominieren die Baufirmen den

Immobilienmarkt, v.a. für Neubauten. Der Grund liegt in ihrer Doppelrolle als Entwickler (real estate developer) und Generalunternehmer. Während in westlichen Ländern der Entwickler auf den Generalunternehmer bezüglich nachhaltiger Bauweise Einfluss nehmen kann, fällt dieser Druck in Korea weitgehend weg. Die relativ untergeordnete Rolle der Architekten (die ebenfalls von den Baufirmen bezahlt werden) kommt noch hinzu. Auch sind die koreanischen Baufirmen aufgrund der derzeitigen Krise im lokalen Immobilienmarkt nur selten bereit, bei ihren Investitionskalkulationen über den ohnehin schon kurzfristigen Tellerrand zu blicken. Dies alles bremst die Adaption wirklich nachhaltiger Gebäude und Projekte in Korea. Wie der Manager eines großen, vermeintlich nachhaltigen Gebäudekomplexes trefflich formulierte: „Wir benutzen die Nachhaltigkeit als PR-Trick, vergessen die großen grünen Parolen dann aber gerne bei der Implementierung“.

Es gibt jedoch einige Bewegung im Markt. Zum einen werden die gesetzlichen Vorschriften verschärft, z.B. zur Isolierung der Fassade oder der Benutzung von energieeffizienter Beleuchtung. Zum anderen gibt es mittlerweile einige Beispiele von Bauprojekten, bei denen zumindest versucht wird, ganzheitlich zu planen und dabei die Kosten während des gesamten Lebenszyklus zu berücksichtigen. Schließlich sollte auch das koreanische Klima, mit seinen über die Jahreszeiten extrem schwankenden Temperaturen, eine nachhaltige Bauweise begünstigen, um Heizkosten im Winter einzusparen und den Verbrauch der Klimaanlage im Sommer zu senken. Erste Studien, u.a. auch eine von Maxmarkers mitgestaltete Simulation, zeigen, dass nachhaltiges Bauen in Korea wirtschaftlich sein kann – vor allem wenn von Anfang an intelligent und nachhaltig geplant wird

Energiepreisvergleich



Quelle: U.S. Energy Information Administration

und strategische Differenzierungsmerkmale in das Projekt integriert werden.

Marktchancen

Für Firmen aus dem deutschsprachigen Raum ergeben sich in den nächsten Jahren deshalb einige interessante Marktchancen, die jedoch realistisch eingeschätzt und angegangen werden sollten.

- **Baumaterialien und –technik:** Koreanische Firmen sind derzeit stark auf der Suche nach europäischen Firmen mit fortschrittlichen Baumaterialien und –technik. Ein gutes Beispiel bietet der Glas- und Fassadenbereich. Ein kürzlich publizierter Artikel in Koreas führender Tageszeitung beschäftigte sich detailliert mit dem verschwindend geringen Anteil von Isolierverglasung bei koreanischen Gebäuden (3%), verglichen mit Deutschland (91%) und der Schweiz (78%). Ein unabhängiger Markteintritt dürfte sich für die meisten Firmen kaum lohnen, da er mit erheblichem Aufwand verbunden ist und die Distribution sehr stark in lokaler Hand ist. Kooperationen mit führenden koreanischen Firmen bieten sich eher an. Ein gutes Beispiel ist das JV zwischen LG Hausys und Interpane im Glasbereich.
- **Planung und Service:** Dieser Bereich bietet vor allem dann Möglichkeiten, wenn der ausländische Anbieter ein „fertiges Paket“ abliefern kann. Dies wäre z.B. eine Zertifizierung, die in Korea gesetzlich verlangt wird (oder sonst aus PR-Gründen attraktiv ist) oder die Verknüpfung mit glaubwürdigen Life-Style Attributen oder Brands. Für reine Architekturdienstleistungen ist der koreanische Markt notorisch schwierig. Selbst global agierende Architekturbüros oder Gebäudetechnikunternehmen haben daher Probleme, in Korea den Bauprozess durchgehend und nachhaltig zu begleiten. So hat ein weltweit renommiertes Architekturbüro kürzlich seine Korea-Aktivitäten deutlich

reduziert, mit der Begründung: „Es ist in Korea praktisch unmöglich, ein Projekt während der gesamten Planungs- und Bauphase zu begleiten. In der Regel werden die meisten Arbeiten von lokalen Architekten ausgeführt, was unsere Geschäftsaussichten und –interessen deutlich sinken lässt.“



Derzeit versuchen auch multinationale Firmen wie Siemens, im Rahmen ihrer globalen Strategie früher in die Projektplanung einzusteigen. Dies kann gelingen, wenn die Entscheidungsträger (i.d.R. große Baufirmen) früh und auf Top Management Level einbezogen sowie von der Konzeptphase an überzeugende, ganzheitliche Strategien angeboten werden.

- **Globale Kooperationen:** Eine weitere Möglichkeit liegt in der globalen Kooperation mit großen koreanischen Baufirmen. Maxmakers befindet sich derzeit in Kontakt mit einigen führenden europäischen Ingenieurbüros und multilateralen Organisationen, um gemeinsame Projekte außerhalb Kore-

as voranzutreiben (z.T. aber nicht nur mit Fokus auf Nachhaltigkeit). Dies könnte langfristig interessant sein, weil koreanischen Firmen sehr stark auf Erfolge im Ausland angewiesen sind. Allerdings machen solche Partnerschaften nur Sinn, wenn sie für den koreanischen Partner direkte Vorteile

haben (z.B. Teilnahme an einem internationalen Großprojekt) und auf dem Level der Entscheidungsträger angebahnt werden. In jedem Fall sollte die ausländische Firma viel Geduld aufbringen. Die gemeinsame Abwicklung eines konkreten Projekts – mit all den dazugehörigen Herausforderungen, Höhen und Tiefen – bietet oft die beste Grundlage für eine längerfristige Zusammenarbeit.

Thomas Griem und Tariq Hussain, North East Asia Representative, sind für Maxmakers tätig, einer Schweizer Beratungsfirma mit Fokus auf nachhaltige und innovative Immobilienstrategien und Konzepte.