

# Per Mountainbike voran

Südkorea ist als Fahrrad-Produktionsland eigentlich nicht nennenswert, versammelt auch nicht viel Know-how. Als Zielmarkt wird es jedoch immer interessanter dank staatlicher Investitionen in die Infrastruktur. Abzuwarten bleibt, ob staatliche Hilfe genügt, um die Industrie an den Level von Taiwan heranzuführen.



## Fierce: CNC aus Korea

Dreifach-Kurbel TRX Prestige aus 7075-Aluminium mit CNC-gefrästen Monocoque-Kurbelarmen und Keramik-Tretlager für Cross-Country made in Korea.

Team-Manager Myoung-June Kim (3. v. l.), Chefingenieur Ho-Nam Lee (2. v. r.) und Sales Manager Kan (r.) mit dem gesamten Team.

➤ Globale Erwärmung, Umweltschutz, Gesundheitsdebatte, Wellness sowie die 2009 von Südkoreas Staatspräsident Myung-bak Lee angekündigte Green Growth Policy inklusiver groß angelegter nationaler Fahrradinvestitionen: Der Sportgeräte- und Fahrradteile-Produzent Young Joo Precision (kurz YJP) will die Gunst der Stunde nutzen. YJP-Präsident Byeong-Sun Woo will mit seiner neuen High-End-Fahrradkomponentenmarke Fierce aber auch international punkten.

YJP wurde im Jahre 2000 gegründet und machte sich zuerst mit Fahrwerken für Inlineskates einen Namen. Weil die Nachfrage nach Inlineskates weltweit extrem nachließ, kam man aufs Fahrrad. Es begann mit einer Aluminiumkurbel.

Beim Aufbau einer Fahrradteile-Marke habe das Unternehmen auf »made in Korea« gesetzt, weil Südkorea in der ganzen Welt einen guten Namen im Bereich Technologie, Entwicklung, Design und Produktion habe. YJP setzt

auf seine ausgereifte CNC-Technologie. Personalkosten sind bei einer automatisierten Produktion weniger problematisch. Um hochwertige Produkte zu bauen, arbeitet YJP laut Team-Manager Myoung-June Kim seit 2007 mit diversen staatlichen Instituten im Bereich Entwicklung und Design zusammen. Sie sollen im Rahmen der Green Growth Policy mittelständische Unternehmen unterstützen. Bis Ende 2009 kamen so 30 Produkte für Rennrad, Mountain-, Mini- und E-Bike in den Markt. CNC-gefräste Kurbeln, Kettenblätter, Bremsscheiben, Vorbauten, Lenk-



Am Intense-Downhill-Boliden von Fierce-Chefingenieur Ho-Nam Lee befinden sich Teile im Praxistest – wie die Sattelstützenklemme.

köpfe, Sattelstützenklemmen, Distanzscheiben (Spacer), Schnellspannbolzen, Tretlager und Kettenblattbolzen bilden das Kernsortiment. Dafür wurden mehrere nationale Patente angemeldet. Außerdem ist der aktive Downhill- und Cross-Country-Fahrer Ho-Nam Lee als Chefingenieur an Bord.

Bisher wird Fierce in einige Länder Asiens (China, Hongkong, Japan, Taiwan, Thailand) exportiert, nicht aber in westliche Überseemärkte. Erst einmal bräuchte man einen eigenen Eurobike-Stand. Zudem wurde mit Kan ein englischsprachiger Sales Manager eingestellt.

[www.fierce.co.kr](http://www.fierce.co.kr)

Text/Fotos: Jo Beckendorff



## Fahrradmarkt Südkorea im Umbruch

Selbst der an sich prosperierende Fahrradmarkt Südkorea hat 2009 einen Einbruch erlitten. Während es keinerlei Angaben über die tatsächliche heimische Produktion gibt, lässt die Import-/Export-Statistik des Korea Customs Service (KCS) einige interessante Entwicklungen erkennen.

Nach wachsenden Fahrradimporten in Südkorea von 2004 bis 2008 ging es im letzten Jahr mit 1,82 Millionen erstmals wieder um 6,1 Prozent bergab (Tabelle 1). Das größte Stück vom Import entfiel auf China (Tabelle 2). Aber auch die in Südkorea eingeführten China-Bikes mussten im Vergleich zum Vorjahr ein Minus von 6,6 Prozent hinnehmen. Importe aus den USA sanken um 80 Prozent.

Tabelle 1

Fahrradmarkt Korea 2009/2008			
	2009	2008	Differenz
	Menge	Menge	
	Stück	Stück	
<b>Export</b>	26.280	9.840	+167,1
<b>Import</b>	1.820.000	1.938.000	-6,1

Quelle: Korea Customs Service (KCS)

Tabelle 2

Fahrradimporte in Korea 2009/2008			
Land	2009	2008	Differenz
	Menge	Menge	
	Stück	Stück	
<b>China</b>	1.718.000	1.839.000	-6,6
<b>Taiwan</b>	88.000	85.000	+3,5
<b>Japan</b>	7.000	5.000	+40,0
<b>USA</b>	1.000	5.000	-80,0
<b>Andere</b>	6.000	5.000	+20,0
<b>Gesamt</b>	<b>1.820.000</b>	<b>1.939.000</b>	<b>-6,1</b>

Quelle: Korea Customs Service (KCS)

Tabelle 3

Fahrradexporte aus Korea 2009		
Land	Menge	Marktanteil
	Stück	%
<b>Pakistan</b>	4.579	17,4
<b>Usbekistan</b>	4.302	16,4
<b>Afghanistan</b>	3.585	13,6
<b>Kenia</b>	2.445	9,3
<b>Philippinen</b>	1.759	6,7
<b>Andere</b>	9.610	36,6
<b>Gesamt</b>	<b>26.280</b>	<b>100,0</b>

Quelle: Korea Customs Service (KCS)

Produkte von US-Anbietern kommen wohl jetzt direkt aus den Produktionsländern in Fernost nach Südkorea. Absoluter Gewinner bei den Importen war Japan mit einem Importplus von 40 Prozent. Dieses Plus bezieht sich auf die steigende Nachfrage nach hochwertigen Minibikes sowie klassischen Randonneuren.

Laut KCS-Exportstatistik explodierten die Südkorea-Bike-Exporte 2009 um 167,1 Prozent auf nunmehr 26.280 Einheiten (Tabelle 1). Leider gibt es keinerlei Angabe über die tatsächliche Gesamtproduktion südkoreanischer Anbieter. Jedenfalls steigt sie, seitdem die Regierung attraktive finanzielle Hilfen zum Aufbau einer eigenen Fahrradindustrie zur Verfügung stellt.

Fakt ist aber auch, dass der Weg zu einer eigenen und auf dem internationalen Markt wettbewerbsfähigen Premiumfahrradmarke made in Korea (wie sich das die Regierung erträumt) weit ist. Das beweist schon ein Blick auf die Länder, in die 2009 Bikes exportiert wurden (Tabelle 3). Diese Nationen sind nicht bekannt für hochpreisige und -wertige Markenbikes, sondern eher für günstige rustikale Transporträder. Hauptabnehmer der Made-in-Korea-Bikes waren Pakistan und Usbekistan. Keines der in Südkorea produzierten Fahrräder ging in ein westliches Land.

Fazit: Der Weg zu einer Fahrrad- und Fahrradproduktions-Nation ist weit. Nicht zu sprechen von einer eigenen wettbewerbsfähigen Premiumfahrradmarke, die auf dem Weltmarkt mithalten kann.

Freizeitradler mit hochwertigen Premiummarkenrädern auf dem Radweg am Han River in Seoul.



Radfahren auf den gut angelegten Fahrradwegen am Han River gehört in Seoul mittlerweile zu einer der top Freizeitaktivitäten.



»I like my Fixie« – auch dieser Trend hat in Seoul zunehmend Fans.



Die Infrastruktur für Fahrräder wird in Südkorea auch durch Fahrradverleihstationen, wie diese am Han River in Seoul, attraktiver gestaltet.

Text/Fotos: Jo Beckendorff





Assistant Manager Woo-Sup Han leitet das Fahrrad-Testcenter.

Der südkoreanische Staatspräsidenten Myung-bak Lee will sein Land in eine grüne Oase mit viel Fahrradverkehr zu verwandeln. Deshalb werden von Regierungsseite aus keine Kosten für den Aufbau einer nationalen Fahrrad-Infrastruktur gescheut. Mit dem Ausbau eines Radwegsnetzes soll der Radverkehrsanteil bis 2017 auf zehn Prozent erhöht werden (derzeit 1,2 Prozent). Im Zuge der staatlich proklamierten »Green Growth Policy« soll auch die kaum noch existierende heimische Fahrradindustrie wieder aufgebaut und vor allem wieder wettbewerbsfähig werden.

Die »Korea Bike Community« soll 2015 – sagt zumindest der Präsident – mit Regierungshilfe zur internationalen Nummer drei gepuscht werden. Ein großes Unterfangen, das nicht nur außerhalb, sondern auch in Südkorea skeptisch beäugt wird. Um mit der führenden Fahrradproduktions-Drehscheibe Taiwan auch nur annähernd mithalten, bedarf es einer kaum zu leistenden Aufholjagd. Südkorea vertraut dabei selbstbewusst auf sein anerkanntes Technologie-Know-how.



Momentan mehr mit der Magnetbahn beschäftigt, aber auch offen für die heimische Fahrradindustrie: Seong-Whan Park, Principal Researcher am Korea Institute of Machinery and Materials.

Südkoreas Regierung ermuntert viele staatliche Institute, sich am Aufbau der heimischen Fahrradindustrie zu beteiligen. Das Korea Institute of Sport Science (kurz KISS) hat beispielsweise in einem Vorort von Seoul ein eigenes Fahrrad-Testcenter aus dem Boden gestampft. Laut dem verantwortlichen Sports Industry and Technology Promotion Team Assistant Manager Woo-

## Südkoreas Präsident hat große Fahrradträume

Sup Han besteht das Center eigentlich schon seit 2003, habe damals aber nur Helme getestet und erst seit 2006 auch Fahrradrahmen und -teile: »Damals hatte die Regierung auch wenig Interesse. Das kam erst mit der Green Growth Policy. Seit 2009 werden wir von der Regierung gesponsert.« Das Testcenter befasst sich mit Normen, weil »koreanische Anbieter, die zukünftig einmal ihre Produkte exportieren wollen, sämtliche Standards erfüllen müssen«. Im Center befinden sich übrigens einige Prüfstände von EFBe Prüftechnik aus Waltrop.

Das Korea Institute of Industrial Technology (kurz Kitech) hat Oktober 2009 eine Forschungsabteilung fürs Fahrrad gegründet, die nun Anfragen heimischer Anbieter entgegennehme, wie Choi Ho Joon erklärt, der Senior Researcher des Advanced Metal Forming Technology Service Center. Seine Hilfe richte sich vor allem an exportorientierte Mittelstandsunternehmen. Neben Material- ist Kitech auch für Medien- und Produktionssupport verantwortlich. Zudem soll dieses Institut laut Joon auch die Zusammenarbeit der involvierten Regierungsstellen mit den Fahrradproduzenten koordinieren.

Joon zeigt uns auch den sehr ehrgeizigen Plan, den Kitech für das Comeback der heimischen Fahrradindustrie erstellt hat. Demnach werde man bereits 2011 hochwertige Hitech-Komplettträger bereits 2011 hochwertige Hitech-Komplettträger made in Korea vorweisen können. Für 2012 bis 2013 hat man vorgesehen, diese Produkte in Korea in einem dichten Vertriebsnetz zu verkaufen. Gleichzeitig wolle man erste Fühler Richtung Exportgeschäft ausbauen. 2014 wolle man auch im globalen Wettbewerb mitmischen. Große Ziele, die Joon aber auf Nachfrage relativiert: »Dieser Plan ist eher als Motivationshilfe gedacht.«

Seit letztem Jahr arbeitet auch das staatliche Korea Institute of Machinery and Materials (KIMM) für die heimische Fahrradindustrie. Laut Principal Researcher Seong-Whan Park konzentriert man sich auf Sicherheit, Funktion und Simulation, bisher arbeitet man hauptsächlich für die Schiffs-, Auto- und Magnetbahn-Industrie. Park sagt aber auch, dass das Fahrradengagement noch in den Kinderschuhen stecke. Momentan sind Joon und sein Team mit der Magnetbahn Maglev beschäftigt, die ab 2012 am Großflughafen Incheon in Betrieb genommen werden soll.

Selbst eine staatliche Stelle wie der Zoll ist in die Green Growth Policy eingebunden. Jeong-Woo Park, verantwortlicher Customs Law Enforcement Officer der Export and Import Cargo Division, sorgt unter anderem dafür, den Einkauf teurer Rohmaterialien für die heimische Fahrradindustrie mit Steuerfreiheit zu erleichtern.

Customs Law Enforcement Officer Jeong-Woo Park kümmert sich auch um die Steuerbefreiung für Rohstoffe.

### Bürger aufs Rad

Auf Nachfrage beim Ministerium für öffentliche Verwaltung und Sicherheit, wie denn jetzt genau die Green Growth Policy der Regierung mit Blick auf das Fahrrad aussehe, verweist Regional Development Division Director Chang-Sub Yea auf zwei Punkte: Investitionen in Infrastruktur und Fahrradindustrie. Anders als in Europa kommt der Wunsch zum Radeln weniger von den Bürgern, sondern von der Regierung. In den kommenden zehn Jahren sollen 3.120 Kilometer neue Radwege die bestehenden 11.328 Kilometer ergänzen.

Bisher verlaufen die Radwege zumeist an den Flussufern. Jetzt sollen die jeweiligen Verbindungen zwischen den Flüssen geschaffen werden, so dass man tatsächlich schnell in den südkoreanischen Städten mit dem Fahrrad unterwegs sein kann: »Zudem wollen wir das Radwegenetz in den Vororten der Ballungsgebiete ausbauen sowie weiträumige Fahrradparkplätze einrichten. Wir müssen es den Bürgern so einfach wie möglich machen. Anders werden wir sie nicht überzeugen können.«

2009 hätten nur 16,6 Prozent aller Südkoreaner ein Fahrrad gehabt. 2012 sollen es 30 Prozent sein. Bis dahin wird das nationale Radwegenetz 17.600 Kilometer betragen. Um dieses hehre Ziel zu erreichen, müsse auch gezielt am Image des Fahrrads gefeilt werden. »Bisher sehen Koreaner das Fahrrad als reines Transportgerät. Wir müssen es mehr als mobiles Freizeitgerät ins Rampenlicht stellen«, meint Yea. Dass das bereits funktioniert, beweisen die vielen Sportradler auf dem gut asphaltierten Radwegen am Han River in Seoul. Hier sind auch immer mehr hochwertige Premiummarkenräder anzutreffen.

Sein Ministerium werde auch Pro-Fahrrad-Medienkampagnen initiieren, die für mehr Fahrradmobilität sowohl im Alltag als auch in der Freizeit werbe.

Text/Fotos: Jo Beckendorff



## LS Networks professionalisiert Handel

Das Thema Fahrrad hat auch viele branchenfremde Anbieter angelockt. Keiner ist jedoch so groß und mit so viel Power ausgestattet wie die südkoreanische LS Group, die es mit der Fachhandelskette Biclo ernst meint.

Am 15. April 2010 hat LS Networks den ersten 400 Quadratmeter großen Biclo-Premium-Bike-store in der südkoreanischen Metropole eröffnet. LS Networks will in diesem Jahr noch fünf weitere 300 bis 400 Quadratmeter große Biclo-Läden in und um Seoul eröffnen. 2011 will man landesweit mit 30 und ein Jahr später bereits mit 60 eigenen Outlets im Markt sein. Daher auch der Name Biclo – ein Mix aus »Bike« und »close« (= nah am Kunden, nah am Markt).

Beflügelt durch die Regierungsmaßnahmen hat der LS-Networks-Vorsitzende Ja-Yeol Koo – unter anderem auch Vorsitzender der Korean Cycling Federation (KCF) – sein Unternehmen dafür gewinnen können, den hiesigen Fahrradmarkt genau zu studieren. Im September 2009 wurde Byung-Sang Cho in seiner Funktion als Executive Vice President beauftragt, eine Task Force aufzubauen und anzuführen. Erste Aufgabe ist, eine detaillierte Studie anzufertigen über den Fahrradmarkt unter Berücksichtigung von Kundenwünschen.

»Wir haben schnell festgestellt, dass die existierenden Marktteilnehmer in Südkorea die Kundenwünsche nicht erfüllen können. Es gibt beispielsweise viele Fahrradläden, deren Reparaturservice zu wünschen übrig lässt«, erklärte uns Cho in Seoul. So hat das Unternehmen im Jahr eins seines Markteintritts bereits 10 Millionen US-Dollar in Biclo investiert.

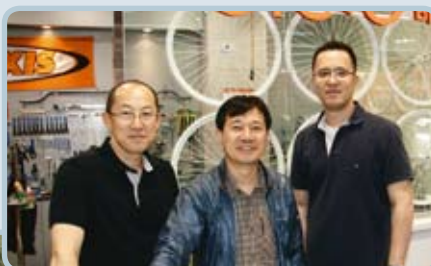
Der erste Store in Seoul lockt heimischen Kunden mit mehr als 20 internationalen Premi-

umarken wie Cannondale, Giant, Moulton, Orbea, Scott und Trek. Seit dem Markteintritt hat der Südkoreaner zudem den Exklusivvertrieb für die Accell-Tochter Koga-Miyata sowie Eddy Merckx und Louis Garneau übernommen. Auf die Frage nach einem Franchise-System antwortet Cho: »Vielleicht später. Momentan spielt das keine Rolle, weil wir zuerst selbst eine eigene solide Basis aufbauen wollen.«

Laut Leo Yu (LS Networks Bike Team Manager) gibt es mehr als 3.000 Samchuly-Fachhändler in Südkorea. Samchuly ist der größte Fahrradproduzent des Landes – was aber nicht viel heißt, weil die einst starke koreanische Fahrradindustrie vor vielen Jahren kollektiv eingebrochen ist und viele damalige Produzenten heute als Importeure auftreten. »Diese Fachhändler bedienen mehrheitlich den Einstiegsbereich. Mit denen wollen wir nicht in Konkurrenz treten. Unser Konzept ist anders.« Store-Manager Woo-Jin Lee präsentierte uns stolz die zum Ladenkonzept gehörenden Dusch- und Umkleieräume, die Lounge-Area (mit Buch-/Zeitschriftenecke und Kaffee), die Umkleidekabine der Bekleidungsabteilung sowie den großen und offenen Werkstattbereich.

Momentan arbeiten sieben Mitarbeiter im ersten Biclo-Store in Downtown Seoul. Für LS Networks ist der Laden auch Trainingscenter für die Angestellten. Hier werden Leute ausgebildet, die später in den anderen Biclo-Outlets arbeiten werden.

Biclos Kassenbereich ist durch eine Glaswand von der Werkstatt getrennt, so kann sich jeder Kunde ein Bild von der professionellen Reparatur seines Fahrrades machen kann.



V. l.): Biclo-Manager Leo Yu, LS-Vizepräsident Byung-Sang Cho und Store-Manager Woo-Jin Lee.

Setzt so ein Konzept wie Biclo auch auf Eigenmarken? Dazu Cho: »Darüber denken wir nach. Falls ja, werden wir eine eigene Marke in drei Jahren präsentieren. Auch Fahrradaccessoires unter dem Namen Biclo sind denkbar.«



Am 15. April 2010 startete LS Networks' erstes Biclo-Outlet in Downtown Seoul.

Während der LS-Networks-Manager dem normalen Fahrrad und Made in Korea eher skeptisch gegenübersteht, sieht das beim E-Bike ganz anders aus. Südkorea sei ein Land mit hochentwickeltem Batterie- und Motoren-Know-how. »Wir haben diese Technologien sogar alle selbst in unseren Gruppen. LG Chemicals ist als Produzent hochwertiger Batterien bekannt und beliefert die Autoindustrie. Motoren und andere zentrale Bausteine können wir von LS Industrial Systems (LIS) beziehen«, betont Cho, »in zwei oder drei Jahren werden wir ein exzellentes E-Bike präsentieren. Entwicklung und Design ist von uns, produziert wird in China oder Taiwan.«

Biclo-Mutter LS Networks gehört zur LS Group, einem unabhängigen Firmenkonglomerat der einstigen LG Group. Diese wurde 2003 in drei unabhängige Unternehmen aufgeteilt. Die LS Group (Industrial System and Material) bringt es auf einen Jahresumsatz von 17,2 Milliarden US-Dollar, die LG Group (Electronic and Chemical) auf 60,5 Milliarden und die GS Group (Energy and Retail) auf 17,3 Milliarden US-Dollar.

Die LS Group besteht aus 30 Familienunternehmen. Die LS-Tochter und Biclo-Mutter LS Networks betätigt sich hauptsächlich im Bereich Import/Vertrieb sowie im heimischen Handel und beschäftigt 250 Mitarbeiter. Der Jahresumsatz liegt bei zirka 250 Millionen US-Dollar.

LS Networks ist exklusiver Südkorea-Importeur und -Distribuent für eine ganze Reihe von Premiummarken aus der Mobilitäts-, Sport- und Outdoor-Welt. Dazu gehören bekannte internationale Namen wie Skechers, Jack Wolfskin, Montbell, Toyota, BMW sowie – über eine Beteiligung am Importeur SMK – KTM Motorrad.

Text/Fotos: Jo Beckendorff



Gleich am Ladeneingang befindet sich ein genauer Lageplan.

## Procycle: Harte Zeiten

Wer glaubt, dass eine von der Regierung beschlossene Großinvestition in die nationale Fahrrad-Infrastruktur und -produktion nur Gold wert sei, sollte auch einmal mit einem eingeführten Fahrrad-Fachhändler sprechen, der es wissen muss. Wir trafen Dong-Hwan Kim, Gründer und Geschäftsführer von Fahrradimporteur und -Fachhändler Procycle in Seoul.

Der einstige Amateur-Rennrad- und -Bahnfahrer eröffnete bereits vor 14 Jahren sein Fachgeschäft Procycle im Stadtteil Songpa-ku von Seoul. »Damals hatte ich als Anbieter von Premiummarken fast schon Alleinstellungswert. Das hat sich vor allem im Laufe der letzten Jahre stark verändert. Seitdem die Regierung auch noch kräftig in die Infrastruktur und das Produkt Fahrrad investiert, ist es ziemlich verrückt geworden«, spricht Kim Klartext.

Der ehemalige Nationalfahrer ist befreundet mit Chayol Koo, Präsident der Korea Cycling Federation (KCF). Seit vielen Jahren beliefert Procycle nationale Fahrrad-Vereine und Kaderfahrer. Zudem ist man Zulieferer des in Japan kreierten und auch in Korea beliebten Bahnradsports Keirin (deshalb auch der Exklusivvertrieb der beiden Nippon-Marken Nitto und Sugino, die nach wie vor offizieller Ausstatter des Keirin-Sports sind).

Über den Radsport ist Procycle auch zum nationalen Importeur internationaler Premiummarken, wie Carrera, Fizik, Goka, Nitto, Pearl Izumi, Sugino, Time, Vittoria et cetera, aufgestiegen. Man ist erfolgreich mit der Eigenmarke Interpro. Zudem hilft dem Unternehmen ein Netzwerk an fünf weiteren Läden im Großraum Seoul, die laut Kim von ehemaligen Procycle-Mitarbeitern eigenständig geführt werden und die mit ihm zusammenarbeiten.

Trotzdem: »Der Wettbewerb ist extrem hart geworden. Der Markt wird zahlenmäßig nicht exorbitant wachsen, aber es drängen immer mehr Importeure in den Markt.« Der grüne Masterplan des Staatspräsidenten Myung-bak Lee habe auch Koreas Fahrrad-Fachhandel mächtig aufgewirbelt: »Der Aufbau einer Fahrrad-Infrastruktur hat viele Newcomer auf den Plan gerufen, so dass der Druck auf den Fachhandel immer größer wurde. Das hat auch zu geringeren Margen geführt, weil viele schnell wieder aufgeben mussten und ihre Ware zu Alles-muss-raus-Preisen in den Markt drücken. Auf der anderen Seite sind allgemeine Lohn- und Mietkosten in die Höhe geschneit.«



Procycle-Gründer und -Chef Dong-Hwan Kim ist stolz auf seine Premiummarke Interpro.

Was Kim aber am meisten besorgt: Die Regierung wolle im kommenden Jahr landesweit in fünf Millionen Mieträder investieren: »Wenn das zutrifft, wird der Fachhandel so schnell keine Verkäufe tätigen.« Die Regierung will diese immense Zahl auf Nachfrage des RadMarkts nicht bestätigen, gibt aber allgemein Mietrad-Pläne zu.

Procycle verkauft Rennräder und Mountainbikes im Verhältnis 50:50. Mobilitätsräder seien noch kein Thema. Für Koreaner sind Mountainbikes die Kategorie von Rädern, mit denen man sich am besten auf den meistens an Flüssen gelegenen Radwegen fortbewegt.

Text/Foto: Jo Beckendorff



Cole J. Kim (2. v. r.) leitet das Geschäft; links neben ihm Administration Department Manager Red Hong sowie Service Department Assistant Manager Jeremy Moon.

2007 flog Pablo Lee, Geschäftsführer von Harley-Davidson in Südkorea, zur Eurobike mit dem Ziel, eine coole Bikemarke für den geplanten Einstieg in das nationale Fahrradgeschäft zu finden. Es sollte sich wie Harley-Davidson um eine unverwechselbare Premiummarke handeln. Vielleicht so etwas wie Cannondale, die wie die glorreiche Motorrad-Marke auch aus den USA stammt. Zurück flog er mit einem Exklusivvertrag der deutschen Edelschmiede Storck Bicycle.

Pablo Lee und Markus Storck fanden gleich einen guten Draht zueinander. Der Rad- und Triathlon-Fan arbeitete lange Zeit bei Daewoo, bevor er

## Storck Store Seoul ist schon da

selbst mit dem Aufbau des exklusiven Südkorea-Vertriebs von Harley-Davidson startete. Inzwischen werden an fünf Standorten 1.000 Harley-Davidson verkauft.

Jetzt wiederhole man das Geschäftsmodell Harley-Davidson. »Es geht dabei um einen 1-A-Laden und eine 1-A-Verkaufspräsentation. Wir verkaufen nicht nur Fahrräder, sondern Inhalte und Kultur«, erklärte Storcks Store General Manager Cole J. Kim.

Laut Ingenieur Jeremy Moon – Service Department Assistant Manager im Storck Store Seoul – wurden lange Zeit nur Mountainbikes nach Südkorea importiert: »Das hat dazu geführt, dass Südkoreaner auch auf asphaltierten Radwegen mit Mountainbikes radeln. Wir wollen ihnen zeigen, dass es anders geht.« Besonders freut sich das fünfköpfige Team des 230 Quadratmeter großen Flagship-Stores auf das neue E-Bike von Storck, das es noch dieses Jahr anbieten will.

Der Store sponsert ein Amateur-Rennradteam, in dem Südkoreaner und in Südkorea lebende Ausländer fahren. Für das Marketing sorgen dieselben Leute, die es für Harley-Davidson Südkorea machen. Mittlerweile werden Storck-Räder landesweit in sieben bis acht weiteren Läden angeboten – allerdings nicht exklusiv wie im Flagship-Store. 2009 wurden 73 Rahmen oder Komplettäder verkauft, 2010 geht man von 120 Einheiten aus.

Text/Fotos: Jo Beckendorff



Im Juli 2008 der erste Storck Flagship Store weltweit in Seoul eröffnet.

## Spija setzt auf heimische Produktion

Spija wurde vor zwei Jahren gegründet von James Kim, der zuvor in Taiwan ein Joint Venture für die Produktion von Karbonlaufrädern aufgebaut hatte. Seit dieser Zeit arbeiten Kim und sein kleines Team am Aufbau einer Karbonfelgen-, -laufrad- und rahmenproduktion, »wobei unser Fokus immer auf Laufrad-Sätzen liegen wird«. Angesprochen auf die Forderung des Staatspräsidenten, eine international wettbewerbsfähige Fahrradindustrie aufzubauen, äußert sich der Karbonspezialist vorsichtig: »Die Idee mag gut sein, aber ich kann mir nicht vorstellen, dass einst bekannte Anbieter, wie Samchuly oder Corex, mit einer Made-in-Korea-Produktion von Kompletträdern international mithalten können. Dafür sind neben den hiesigen Kosten für Personal auch alle sonstigen viel zu hoch.«

Etwas anders sieht er das für sein junges Unternehmen Spija: »Wir wollen uns auf hochwertige Karbonproduktion und nicht auf Komplett-Fahrräder konzentrieren sowie das Image von »made in Korea« hochhalten. Es ist aber auch eine Frage der Zeit und wie lange die Regierung gewillt ist, in die eigene Fahrradindustrie zu investieren. Dafür braucht es einen langen Atem, auf den auch Spija angewiesen ist. Wir hoffen, dass die Regierung weiterhin an ihren Langzeitplänen festhält.«

Etwa 30 Prozent teurer sei eine hochwertige sowie personalintensive Karbonproduktion in Korea im Vergleich zu China, schätzt James Kim. Doch er gibt sich selbst-

bewusst: »Wir arbeiten mit sehr hohem Luftdruck und benutzen andere Technologien, die unter anderem das Thema Überhitzung beim Bremsen aufgreifen.

Das haben wir im Griff. Dabei können wir auf das Karbon-Produktions-Know-how anderer Industrien in Korea, beispielsweise der Luftfahrt, zurückgreifen. Hier kann uns auch die Regierung mit ihren eigenen Rand-Instituten weiterhelfen.« Kim geht sogar davon aus, »dass wir dank unseres Technologie-Know-hows und besserer Materialien bessere Karbonprodukte herstellen als China und Taiwan.«

Momentan steckt die Spija-Produktion noch in den Kinderschuhen und setzt dabei auf die Eigenmarke Aviiav. In der aktuellen Anlaufphase mit einer Monatsproduktion von 100 Laufrad-Sätzen (Rahmen sollen später folgen) werden derzeit vor allem nationale Teamfahrer ausgestattet. Ihr Praxis-Feedback soll die weitere Forschung vorantreiben. Ansonsten sieht sich Spija allerdings als reinen Auftragsproduzenten (OEM): »Wir wollen uns auf die High-End-Produktion konzentrieren und dabei auf »made in Korea« setzen. Unsere Eigenmarke Aviiav ist nicht so wichtig. Aber wir brauchten einen Namen, um durchzustarten.«

[www.aviiav.co.kr](http://www.aviiav.co.kr)



V. l.: Chief Design Officer Jeff Joo, CEO James Kim und Sales General Manager Yeonjoo Hwang mit zwei Mountainbikes mit Karbonlaufrädern und -rahmen.

Text/Foto: Jo Beckendorff

## Corex nutzt Südkoreas Fahrradinvestitionen

Die südkoreanische Fahrradproduktion wurde in den letzten Jahren nahezu ausgelöscht. Trotzdem gibt es noch prägnante Namen wie den Hersteller Corex. Der wittert nun Morgenluft im heimischen Markt, weil der Staat in großem Stil in Fahrrad-Infrastruktur und Fahrradproduktion investiert.

Corex hatte die letzten Jahre mehr Tiefen als Höhen sowie einige Management-Wechsel. Zwischenzeitlich hatte man sogar den Namen gewechselt zu Infiza, seit April aber heißt man wieder Corex. Wer schon länger im deutschen Markt unterwegs ist, wird sich erinnern, dass 1995 der vormalige Giant-Deutschland-Chef Wolfgang Kandler Corex Europe vorstellte, doch der Ansatz war nicht von langer Dauer. Die Probleme von Corex resultierten vor allem aus dem Kostennachteil gegenüber Taiwan und China.

Laut Corex-Direktor und -Verkaufschef Hale Lee hatte das Unternehmen 2008 und davor einige Schwierigkeiten zu überwinden. Aber seitdem der neue CEO Jaehyuk Kim und er an Bord seien und auch das dringend benötigte Kapital mitgebracht hätten, schaue man wieder optimistisch in die Zukunft: »Ganz ehrlich: Ich als ehemaliger

Banker habe keinerlei Ahnung von Fahrrädern. Aber das ist gar nicht mal so schlecht. Wir haben genügend Fahrradleute im Unternehmen. Wir ergänzen uns hervorragend mit der eingespielten Corex-Mannschaft.«

Das neue Management hat auch dafür gesorgt, dass man eine neue repräsentative Zentrale in Seouls bester City-Lage bezog. Hier sind seit April 2009 Administration, Forschung, Entwicklung und Marketing zu Hause. Lager und Verkauf sind am alten Standort etwas außerhalb von Seoul geblieben. Insgesamt arbeiten derzeit 115 bis 125 Mitarbeiter für Corex, davon 25 in der neuen City-Zentrale.

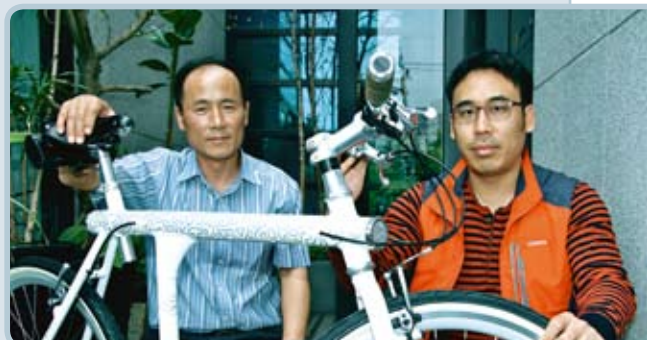
Das Unternehmen hat heute mehrere Marken: Infiza als Topmarke für sportliche Mountainbikes und Rennräder mit Alurahmen, Keith Haring als coole und hochwertige Mobilitätsmarke. Darunter befinden sich Procorex, Corex und Park. Der Massenmarkt wird durch die Einsteigermarken Spozio und Idol abgedeckt.

Produziert wird die Corex-Ware in China, verkauft wird neben Korea auch ein winziger Bruchteil in Japan und im Mittleren

Osten. Nachgefragt, ob Corex im Zuge der staatlichen Fahrradinvestitionen eventuell auch wieder in Korea produzieren würde, äußert sich Lee sehr vorsichtig: »Das könnte eine Möglichkeit sein oder auch nicht.«

Lee hofft, dass die Investitionen der Regierung in eine Fahrrad-Infrastruktur Corex zugutekommen: »Wenn die Regierung Südkorea in eine Fahrradnation verwandelt, werden wir als heimischer Anbieter sicherlich am meisten davon profitieren.«

Text/Foto: Jo Beckendorff



Purchasing Team Managing Director Byung-Yong Choi (l.) und Verkaufsdirektor Hale Lee.