



POTENZIALE NUTZEN

SAP-Landesgesellschaft in Korea priorisiert Kundenservice



Trotz wirtschaftlicher Turbulenzen verfügt der Tigerstaat Südkorea weiterhin über scharfe Krallen. Die Landesgesellschaft SAP Korea blickt ganz in diesem Sinne auf ein außerordentlich erfolgreiches Jahr zurück und macht den Kundenservice zur obersten Priorität.

„Hast Du ein Pferd, so schick' es auf die Insel Cheju; hast Du einen Sohn, so schick' ihn nach Seoul“, lautet ein altes koreanisches Sprichwort. Diesen Rat haben sowohl viele Söhne als auch Töchter befolgt. Fast elf Millionen Einwohner tummeln sich heute in der Hauptstadt und High-tech-Metropole Südkoreas. Zählt man die Vororte mit, sind es schon rund 19 Millionen Menschen. Das oft gepriesene „Land der Morgenstille“ ist Korea, insbesondere Seoul, schon lange nicht mehr. Zur Rush-hour wühlen sich überfüllte Busse durch verstopfte Straßen. Das Verkehrsnetz konnte mit dem schnellen Wachstum der Bevölkerung nicht mithalten.

In einer der nobelsten und jüngsten Regionen Seouls, in KangNamgu, befindet sich die Landesgesellschaft SAP Korea. Im April dieses Jahres ist sie mit über 200 Mitarbeitern in diesen Bezirk gezogen. KangNamgu ist wie eine kleine selbstständige Stadt, die alles enthält: von Gewerbegebieten über Wohnhäuser bis hin zu Bars und Restaurants.

Großes Potenzial

Seit der Gründung von SAP Korea, im Oktober 1995, konnten schon um die 150 Kunden gewonnen werden, die größtenteils aus den Branchen High-Tech, Fertigungsindustrie, Konsumgüter, Telekommunikation, Oil&Gas sowie Engineering and Construction stammen. In diesem Jahr ist der Umsatz von SAP Korea um zirka 178 Prozent auf geschätzte 52 Millionen Euro in die Höhe geschnellt. Eric Choi, Managing Director seit Juli 2000, sieht die weitere Entwicklung

auch sehr positiv und legt dar: „Die Marktdurchdringung von Enterprise Resource Planning (ERP) in Korea ist immer noch niedrig und E-Business dehnt sich sehr schnell aus. Wir haben großes Potenzial, daher liegt unser Hauptaugenmerk darauf, dieses Potenzial und das damit verbundene Wachstum zu realisieren.“ Gemessen am Umsatzbeitrag zählte Korea bisher zum drittstärksten Land der asiatischen Tochtergesellschaften. In diesem Jahr wird Korea voraussichtlich an zweiter Stelle hinter Japan liegen. Zudem gilt das Land in Wirtschaftskreisen als strategisch bedeutsam und als lohnendes Objekt für Investitionen.

Zu den größten Kunden von SAP Korea zählen die berühmten – und zum Teil berühmten – chaebols. So heißen die großen Mischkonzerne, die gleichzeitig mehrere Branchen (von „chips to ships“) abdecken und die Wirtschaft Südkoreas für lange Zeit bestimmten. Hierzu zählen die Unternehmen Samsung, LG Chemical, SK, Daewoo, Hyundai und Cheil Jedang.

Während der Finanzkrise 1997/1998 offenbarte sich die wirtschaftliche Abhängigkeit vieler Großkonzerne von den Banken. Die chaebols blieben jedoch auf Expansionskurs. Mittlerweile aber blicken einige von ihnen auf eine ungewisse Zukunft. So zeigen etwa die gegenwärtige Zahlungsunfähigkeit von Daewoo Motor und Hyundai Engineering and Construction, dass die künstliche Weiterbelebung durch Banken keine langfristige Lösung ist. Klare Worte spricht der südkoreanische Präsident Kim Dae-Jung: „Wir müssen die Ungewissheit auf dem Markt be-

enden, indem wir die schuldengebauten Unternehmen entfernen, die eine große Last für unsere Wirtschaft sind.“

Erfolgreiche Geschäftsabschlüsse

Als besonders großer Erfolg für SAP Korea in diesem Jahr wird das Gewinnen des Kunden Cheil Jedang (CJ) aus der Konsumgüterindustrie betrachtet. Anfang 1999 noch Kunde von Oracle, wollte CJ umfangreiche Software-Lösungen implementieren, einschließlich Customer Relationship Management, Supply Chain Management und Strategic Enterprise Management. Selbst der Einsatz zusätzlicher Dienstleister wie Siebel und Maxim führte nur zu einer Steigerung der Kosten, nicht aber zu einer Verbesserung der Implementierung. Deshalb beschloss CJ schließlich, das Projekt SAP anzuvertrauen.

Als eines der größten Chemieunternehmen Koreas mit 12.000 Mitarbeitern hat die LG Chemical mySAP.com als E-Commerce-Infrastruktur gewählt. Seit Oktober 2000 und bis Ende 2001 werden quer durch die ganze Unternehmensgruppe FI, CO, SD, MM, PP sowie das Human Capital Management eingeführt. Die SK Corporation hat als größte Petroleum-Raffinerie Koreas in diesem Jahr die mySAP.com-Plattform für ihre E-Business-Initiative gewählt. Als erster SAP-Kunde der Oil&Gas-Industrie wird SK in allen Bereichen die Global Best Practices einführen, um sich zum größten koreanischen Internetunternehmen des 21. Jahrhunderts zu entwickeln. Beim PC-Hersteller Trigem wurde der erste SAP-Marktplatz in Südkorea implementiert.

>> Der erste Workplace in der Region Asien-Pazifik wurde beim Mischkonzern Samsung eingeführt.

Digitale Revolution

Starke Impulse gehen in Südkorea vom IT-Sektor aus. Südkorea ist das am stärksten vernetzte Land in Asien und bewegt sich an der Weltspitze, was den Online-Aktienhandel und den Internet-Zugang über die hochleistungsfähigen Breitbandkabel betrifft. Sechzig Prozent der 46 Millionen Südkoreaner nutzen Mobiltelefone und bis zum Jahresende wird die halbe Nation das Internet stürmen. Mehr als 60 Prozent des gesamten Handels findet schon online statt. Der Enthusiasmus für High-Tech ist in Südkorea keine Generationenfrage: Die Gruppe der Hausfrauen macht den größten Anteil derer aus, die auf der Warteliste für die schnellen ADSL-Verbindungen stehen (fünf Monate

Wartezeit). Im Jahr 2005 werden 95 Prozent aller Haushalte über einen Internet-Zugang verfügen.

Auch die Unternehmen investieren in Informationstechnologie und werden hierfür in diesem Jahr mehr als 53 Prozent aller Betriebsausgaben aufwenden. Softwareingenieure und -ingenieurinnen werden mittlerweile zur Mangelware. Die Regierung bietet ausländischen IT-Experten „Gold Cards“ an, die einen zehnjährigen Aufenthalt gewähren. Neuen „Start-up-Unternehmen“ greift die Regierung mit Steuervergünstigungen unter die Arme und befreit gelegentlich sogar deren Mitarbeiter vom Militärdienst. Mit Erfolg, denn bereits bis September 2000 wurden 7.700 neue Unternehmen gegründet, 50 Prozent mehr gegenüber dem Vorjahr.

Während in diesem Jahr die Positionierung von SAP als führender E-Business-Anbieter im Mittelpunkt stand, konzentrieren sich nun die Marketingaktivitäten auf den

RAHMENDATEN SÜDKOREA

Land und Leute

Einwohner: 45,9 Millionen
Hauptstadt: Seoul
Staatsoberhaupt: Präsident Kim Dae-Jung (seit 25.2.1998)
Staatsform: Einheitsstaat mit eingeschränkter Selbstverwaltung der Kommunen und Provinzen
Landessprache: Koreanisch

Kundenservice von SAP: „Wir haben leider immer noch den Ruf, nur ein arroganter Lösungsanbieter mit besten Produkten zu sein, ohne uns aber um den Service kümmern. Deshalb werden wir unser Möglichstes tun, um die Kundenzufriedenheit zu verbessern“, so Na Young Han, Teamleader Integrated Communication.

Auch an Weihnachten ist in Seoul vieles anders: Keine Spur von „Stille Nacht, heilige Nacht“; man feiert mit Freunden in Restaurants, Discos oder auf Partys. Familiärer und besinnlicher geht es dann am Neujahrstag zu, einem der größten und wichtigsten Feiertage in Korea, an dem sich die gesamte Familie zum „Neujahrsgruß“ versammelt. In einer Zeremonie und meist in traditioneller Kleidung wird den Ahnen für das vergangene Jahr gedankt und um ein gutes neues Jahr gebeten. Dem steht wohl auch bei SAP Korea nichts im Wege. ■

Christine Haupt, SAP AG