

# Geschäftschancen in Südkorea

für deutsche Anbieter aus den Bereichen Kosmetik, Körperpflege, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel



## Marktinformationen zu den Sektoren Schönheitspflege und Haushaltspflege

Vom 8. bis 12. November 2021 führt die econAN international GmbH in Kooperation mit der Deutsch-Koreanischen Handelskammer (AHK Korea) und dem Industrieverband Körperpflege- und Waschmittel e.V. (IKW) im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie (BMWi) eine Geschäftsanhahnung zu Schönheitspflege und Reinigungsmittel für den Zielmarkt Südkorea durch. Es handelt sich dabei um eine projektbezogene Fördermaßnahme. Sie wird im Rahmen des BMWi-Markterschließungsprogramms für KMU durchgeführt. Zielgruppe sind vorwiegend kleine und mittelständische deutsche Unternehmen (KMU). Deutsche Unternehmen der Branche erhalten detaillierte Informationen zum Eintritt in den koreanischen Markt und werden bei der Geschäftspartnersuche unterstützt.

Die Geschäftsanhahnung wird als **physische Reise** geplant. Sollten die globale Corona-Situation und die damit verbundenen Reisebeschränkungen eine physische Durchführung nicht erlauben, wird die Geschäftsanhahnung in einem digitalen Format durchgeführt. Die finale Entscheidung dazu wird spätestens Ende Juli getroffen.

## Zielmarkt Korea

Südkorea ist eine leistungsstarke und technologisch führende Volkswirtschaft. Als Asiens viertgrößte Volkswirtschaft ist das Land in einigen Segmenten einer der wichtigsten Anbieter weltweit. Trotz der Corona-Pandemie fiel das Bruttoinlandsprodukt (BIP) Südkoreas in den ersten drei Quartalen 2020 real nur um 0,9% gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Für das Gesamtjahr rechnet die Bank of Korea (BOK) mit einem Minus von 1,1%. Die stark exportorientierte Wirtschaft war vor allem im April/Mai 2020 von Shutdowns in wichtigen Absatzmärkten und von Werks-schließungen südkoreanischer Firmen im Ausland betroffen. Entgegen dem Trend stieg in den ersten zehn Monaten 2020 der Handel mit Deutschland. Die Importe von Produkten „Made in Germany“ wuchsen dank höheren Einfuhren von Kfz um 2,1% gegenüber dem Vorjahreszeitraum, südkoreanische Ausfuhren nach Deutschland legten sogar um 3,4% zu. Für 2021 rechnet die BOK wieder mit einem realen BIP-Wachstum von 3,0%. Damit dürfte Südkorea im Gegensatz zu vielen europäischen Ländern bereits 2021 das Vorkrisenniveau von 2019 übertreffen.

### Der Kosmetikmarkt in Korea

Dem Korea Health Industry Development Institute nach belegte der koreanische Kosmetikmarkt im Jahr 2018 den 9. Platz weltweit. Somit war der koreanische Markt größer als der italienische oder der russische Markt. In relativen Verhältnissen entsprach dies einem Marktanteil von knapp 3%. Deutschland, im Vergleich, war im gleichen Jahr drei Plätze vor auf Platz 5 mit einem Marktanteil von knapp 4%. Im Jahr 2019 erreichten Kosmetikexporte aus Korea rund 5,3 Milliarden Euro, was einer Steigerung von 10% gegenüber dem Vorjahreswert entspricht. Im gleichen Zeitraum stiegen Importe um 5,4% auf 1,3 Milliarden Euro, wovon Frankreich 368 Millionen Euro, die USA 309 Millionen Euro und Japan 209 Millionen Euro ausmachten. Dabei waren knapp zwei Drittel aller Importe Make-Up-Produkte. Nach wie vor bleibt aber China der größte Absatzmarkt mit einem Exportvolumen von 2,9 Milliarden Euro im Jahr

2019, was einem Anteil von 47% entspricht. Weitere wichtige Absatzmärkte sind Hong Kong, die USA, Japan sowie Vietnam, Australien und das Vereinigte Königreich, die im Jahr 2019 eine Exportsteigerung von jeweils 33%, 33%, 23% und 9% zum Vorjahresvergleich verzeichnen konnten. Umgekehrt werden Kosmetikprodukte hauptsächlich aus den USA, Japan und Deutschland importiert. Diese sind primär in der mittleren und oberen Preisklasse auffindbar. Gemessen am Produktionsvolumen vom Jahr 2019 machten Skin Care Produkte mit 60% den größten Anteil aus, gefolgt von Produkten für die Farbkosmetik, Haarpflege und Body Cleansing. Von Seiten der Regierung wird die Kosmetikindustrie vom Ministry of Food and Drug Safety (MFDS) reguliert und gefördert. Zusätzlich ist die South Korea Pharmaceutical Traders Association (KPTA) als designierter Industrieverband unter dem MFDS verantwortlich für die Ausstellung von Importgenehmigungen und für die Marktaufsicht. Zusätzlich fungiert die Korea Cosmetic Association (KCA) als Interessenverband der Industrie.

Die Pandemie wirkt sich auf die verschiedenen Segmente unterschiedlich aus: Der Absatz von Seife und Desinfektionsmitteln ist substanziiell gestiegen. Der Absatz von Körperpflegeprodukten profitierte davon, dass die Verbraucher mehr Zeit zu Hause verbringen und dort diese Produkte nutzen. Weniger Zeit außerhalb des Haushalts und der Gebrauch von Masken ließen dafür die Verkaufszahlen für Make-Up sinken. In einer vorübergehenden Trendwende ist die auf Nachhaltigkeit ausgerichtete Entwicklung bei Verpackungen infolge der Coronavirus-Pandemie ins Stocken geraten, da sich die Prioritäten in Richtung Hygiene und Produktschutz verschoben haben. Die Auswirkungen der Pandemie können von Herstellern abgefedert werden, wenn sie sich an die sich ändernden Anforderungen und Bedenken der Verbraucher anpassen können. Beispielsweise können Verbraucher, die ein besseres Preis-Leistungs-Verhältnis suchen, mit Sonderangeboten und Produktbündelungen erreicht werden.

---

### Der Reinigungsmittelmarkt in Korea

Die koreanische Wasch- und Reinigungsmittelindustrie wird auf einen Wert von 247 Millionen Euro taxiert. Sie beliefert als Subbranche der chemischen Industrie einen Markt, der von nur einigen wenigen lokalen Unternehmen dominiert wird. Es gibt allerdings auch deutsche Produkte in der Reinigungsmittelindustrie Südkoreas, die marktführend sind. Sie profitieren vom guten Image deutscher Produkte im Konsumentenbereich. Ein Grund für den Erfolg ist der Vertrieb über Online- und vor allem Homeshopping-Kanäle, die sich in Korea zunehmender Beliebtheit erfreuen. Zudem setzt sich seit Mitte der 2010er Jahre ein Trend zu Flüssigwaschmitteln, die nach und nach Trockenwaschmittel ersetzen, fort. Unter den Spülmitteln gelten nach wie vor zwei einheimische Marken als führend. Diese sind im koreanischen Markt schon seit

den 60er Jahren vertreten und gehören zu den ersten einheimisch produzierten Küchenwaschmitteln, die bis heute durch ein ausgewogenes Kosten-Nutzen-Verhältnis bei Verbrauchern punkten können. Deutsche Marken profitieren generell vom Gütesiegel „Made in Germany.“ Die regulatorischen Anforderungen werden – wie im Falle der Kosmetikindustrie – von der Ministry of Food and Drug Safety (MFDS) gestellt und stehen unter dem rechtlichen Rahmen des Public Health Acts und der Cleansing & Hygiene Products Control Acts. Einen weniger starken Fokus auf den Verbraucherschutz, aber dafür auf die Produktionsverfahren hat das Ministry of Environment (MoE).

## Marktchancen für deutsche Unternehmen

Produkte mit dem „Made in Germany“ Gütesiegel genießen in Korea einen hohen Ruf. Deutsche Kosmetikunternehmen haben vor allem im Bereich der „functional cosmetics“ einen alteingesessenen Platz. Wachstumsstärker ist aber der Bereich der „dermacosmetics“ (Wortzusammensetzung aus „dermatology“ und „cosmetics“) mit Raten von durchschnittlich 15% jährlich seit Anfang des Jahrzehnts. Für eine erfolgreiche Marktbearbeitung ist ein koreanischer Importeur bzw. Partner unabdingbar; nicht nur, um mit den Behörden wie MFDS oder KPTA zu kommunizieren, sondern um auch Markt- und kulturelle Trends zu lesen. Fernerhin kann die dadurch entstandene Brand Awareness im koreanischen Raum genutzt werden, um weiter in den asiatischen Markt vorzudringen.

Bedingt durch die Nähe zum chinesischen Markt kann Korea durch eine strategische Positionierung als Brückenkopf für die Ausweitung des Geschäfts in andere asiatische Länder dienen. Bei Wasch- und Reinigungsmitteln sind neben der Produktleistung First mover advantages und ein Gespür für Trends und Innovationen entscheidend. Seit einigen Jahren offenbart sich ein Trend zu Wasch- und Reinigungsmitteln, die gegen Feinstaubverschmutzungen oder gegen Flecken von Tee und der koreanischen Nationalbeilage Kimchi helfen. Daher lohnt sich eine Spezialisierung auf den koreanischen Konsumentenmarkt. Auch die Stärke der deutschen Branche im Bereich Nachhaltigkeit (von der Lieferkette bis zur Verpackung) bietet einen Wettbewerbsvorteil gegenüber koreanischen Unternehmen.

## Leistungen

- **Briefing & Vorbereitung:** Sie werden sorgfältig und individuell auf die Präsentationsveranstaltung und die Gesprächstermine vorbereitet.
- Bei einer **Fachkonferenz** präsentieren Sie Ihre Produkte dem lokalen Fachpublikum (Vertreter aus Wirtschaft, Politik und Verbänden)
- Zur Vorbereitung erhalten Sie eine branchenspezifische **Zielmarktanalyse** mit Informationen zu den Marktpotenzialen und -entwicklungen, rechtlichen Rahmenbedingungen, Profilen der Marktakteure etc.
- Das Herzstück des Programms sind **individuelle Termine** mit potenziellen Geschäftspartnern. Diese werden im Vorfeld durch individuelle Geschäftspartnersuchen der AHK Korea ermittelt. Die potenziellen Kunden können Sie uns vorher benennen oder es werden nach ihren Vorgaben für Sie passende Unternehmen recherchiert.

## Vorläufiges Programm

Individuelle Anreise nach Seoul

Montag, 8. November 2021	
Nachmittag	<b>Auftaktbriefing</b> Vorstellungsrunde des Projektteams und der Teilnehmer, Briefing zum Programm der Woche
Abend	<b>Länderbriefing</b> Vorträge von AHK, Deutscher Botschaft bzw. Honorarkonsul und GTAI zu aktuellen wirtschaftlichen, rechtlichen und politischen Rahmenbedingungen in Korea
Dienstag, 9. November 2021	
Vormittag	<b>Präsentationsveranstaltung</b> Vorstellung des Markterschließungsprogramms, Einführung in die koreanische Branche, Vorstellung der deutschen Branche für Körperpflege, Vorstellung der deutschen Branche für Haushaltspflege, sowie Präsentationen der deutschen Teilnehmer
Im Anschluss	Gemeinsames Mittagessen, Networking
Nachmittag	<b>Individuelle Einzelgespräche mit potenziellen Geschäftspartnern in Begleitung von AHK-Mitarbeitern</b>
Mittwoch, 10. November 2021	
Vormittag	<b>Roundtable mit der Korea Cosmetic Association</b>
Anschließend	<b>Individuelle Einzelgespräche mit potenziellen Geschäftspartnern in Begleitung von AHK-Mitarbeitern</b>
Donnerstag, 11. November 2021	
Vormittag	<b>Store Checks</b>
Mittag	<b>Unternehmensbesichtigung</b>
Anschließend	<b>Individuelle Einzelgespräche mit potenziellen Geschäftspartnern in Begleitung von AHK-Mitarbeitern</b>
Freitag, 12. November 2021	
	<b>Individuelle Einzelgespräche mit potenziellen Geschäftspartnern in Begleitung von AHK-Mitarbeitern</b>
Im Anschluss	<b>Evaluation</b> (Protokollierte Einzelgespräche)

## Hinweise zur Durchführung

Die Geschäftsanhaltung wird als **physische Reise** geplant. Sollten die globale Corona-Situation und die damit verbundenen Reiserestriktionen eine physische Durchführung nicht erlauben, wird die Geschäftsanhaltung in einem digitalen Format durchgeführt. Die finale Entscheidung dazu wird spätestens Ende Juli getroffen.

Das Projekt ist Bestandteil des BMWi-Markterschließungsprogramms für KMU und unterliegt den De-Minimis-Regelungen. Der Eigenanteil der Unternehmen für die Teilnahme am Projekt beträgt in Abhängigkeit von der Größe des Unternehmens:

- 500 EUR (netto) für Teilnehmer mit weniger als 2 Mio. EUR Jahresumsatz und weniger als 10 Mitarbeitern
- 750 EUR (netto) für Teilnehmer mit weniger als 50 Mio. EUR Jahresumsatz und weniger als 500 Mitarbeitern
- 1.000 EUR (netto) für Teilnehmer ab 50 Mio. EUR Jahresumsatz oder ab 500 Mitarbeitern

Bei einer digitalen Durchführung reduziert sich der Teilnahmebetrag um die Hälfte. Der Betrag ist nach verbindlicher Anmeldung an die econAN international GmbH zu zahlen und ist nicht erstattbar.

Allen Teilnehmern werden die individuellen Beratungsleistungen in Anwendung der De-Minimis-Verordnung der EU bescheinigt. Teilnehmen können maximal 12 Unternehmen. Anmeldungen werden in der Reihenfolge des Eingangs berücksichtigt, wobei KMU Vorrang vor Großunternehmen haben. Die Teilnehmer erklären ihr Einverständnis, sich an zwei Befragungen zur Evaluierung des Geschäftsanhaltungsprojektes (am Ende der Reise sowie sechs bis acht Monate nach der Reise) zu beteiligen.

## Anmeldung

Eine Teilnahmebestätigung wird nach Prüfung der Anmeldung erteilt. Das Anmeldeformular kann angefordert werden ([s.lopp@econan.com](mailto:s.lopp@econan.com)) und steht zum Download bereit: <https://www.econan.com/kosmetik-reinigungsmittel-korea> Die Anmeldung zur Teilnahme ist mit der Unterschrift verbindlich.

**Anmeldeschluss: 8. August 2021**

## Das BMWi-Markterschließungsprogramm für KMU

Das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) unterstützt mit dem Markterschließungsprogramm für KMU deutsche Unternehmen dabei, sich international zu positionieren. Das Programm umfasst verschiedene Module, die für interessierte Unternehmen nutzbar sind. Die einzelnen Projekte erreichen einen hohen Wirkungsgrad bei der Anhaltung von Geschäften, denn sie arbeiten branchenspezifisch und setzen den Fokus auf Bedarfe in den Zielländern. Eine Übersicht zu weiteren Projekten des BMWi-Markterschließungsprogramms für KMU kann unter [www.ixpos.de/markterschliessung](http://www.ixpos.de/markterschliessung) abgerufen werden.

## Kontakt

econAN international GmbH  
Sabrina Lopp  
Tel.: 040 75365172  
E-Mail: [s.lopp@econan.com](mailto:s.lopp@econan.com)  
[www.econan.com](http://www.econan.com)

## In Zusammenarbeit mit:



## Impressum

### Herausgeber

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi)  
Öffentlichkeitsarbeit  
11019 Berlin  
[www.bmwi.de](http://www.bmwi.de)

### Text und Redaktion

econAN international GmbH

### Stand

10.05.2021

### Bildnachweis

Jacqueline Macou, pixabay