

TEXT: ANKE PEDERSEN · FOTOS: JUN MICHAEL PARK

# Im Steiflug

In den 1960er- und 1970er-Jahren galt die Republik Korea im Süden der asiatischen Halbinsel als eine der ärmsten Regionen der Welt. Vorbei! Fast unbemerkt hat sich der Tigerstaat hochgearbeitet in die Liga der weltweit führenden Volkswirtschaften und Exportnationen. Wichtigster Partner in Europa: Deutschland.

Die Art des Vortrags ist typisch asiatisch: schüchtern eher, leise und ausgesucht höflich. Die Botschaft jedoch – sie zielt auf die Welt: »We want to be a respected leader in the world«, erklären die Vertreter der südkoreanischen Fluggesellschaft Korean Air, als sie im Spätherbst 2015 am Frankfurter Flughafen ihre neue Businessclass vorstellen. Eine Businessklasse, so großzügig und verschwenderisch, dass jeder Middle-East-Carrier neidisch würde, und nach deren Erkundung nicht der geringste Zweifel besteht: Die meinen es ernst! Und nicht nur der National Carrier Koreas strebt an die Weltspitze. Auch in Konzernen wie LG, Samsung, Kia oder Hyundai schlummert der Ehrgeiz danach, die Führung zu übernehmen – in



Top-Tagungsdestination:  
»Conferences« und »Exhibitions«  
(COEX-Gebäude) fest im Blick.

einigen Technologiebranchen haben sie das sogar schon. Dass dies eher unbemerkt geschehen ist, mag der asiatischen Zurückhaltung geschuldet sein. Tatsächlich aber haben die Südkoreaner es fertiggebracht, in nicht einmal dreißig Jahren seit der Demokratisierung 1987 zur siebtgrößten Exportnation der Welt aufzusteigen; seit der Jahrtausendwende legt die Wirtschaft durchschnittlich fünf Prozent pro Jahr zu.

Für Deutschland gehört Südkorea denn auch zu den wichtigsten Handelspartnern in Asien. Mehr als 500 deutsche Firmen betreiben heute eine Dependence in Seoul; allein 2014 betrug das bilaterale Handelsvolumen 28,9 Milliarden US-Dollar. Und die starken wirtschaftlichen Beziehungen sind alles andere als neu. Bereits in den 60er-



und 70er-Jahren haben die Deutschen erheblich dazu beigetragen, die Grundlagen des koreanischen Wirtschaftswunders zu legen. Darüber hinaus sind sich Deutsche und Koreaner erstaunlich ähnlich. Innerhalb der Region gelten sie zwar eher als die Italiener Asiens: Nicht nur im Business herrscht hier das Prinzip »Balli! Balli!« (schnell, schnell!).

#### Goethe und Shilla

Mit Blick auf Tugenden wie Präzision, Zuverlässigkeit und Fleiß stehen sie den Teutonen aber in nichts nach, ja sind ihnen womöglich sogar schon voraus: Hamburg und Berlin verzetteln sich in Großprojekten? Nicht so in Südkorea! Wenn es heißt, dass die neue Landmark der Stadt, der

Shopping-, Büro- und Hotelkomplex Lotte World Tower, am 2. Dezember 2016 eröffnet wird, dann wird er am 2. Dezember an den Start gehen. Punkt!

## »Seoul ist die bislang unentdeckte Capital of Cool.«

Apropos: Tatsächlich verehren die Koreaner die Deutschen so sehr, dass sogar schon Goethe Eingang gefunden hat in den Alltag. Auf der Suche nach einem Namen für seine neue Hotelgesellschaft entschied sich ihr Gründer, General Chairman Kyuk-ho Shin, 1973 für eine Hommage an



Gangnam-Style:  
besungener  
Business-District.



Offen für Neues:  
Facelift im Stadtteil  
Cheonggyecheon.



Saubere Sache:  
Feuer und Flamme für  
die Seoul-Cuisine.

Charlotte, ihres Zeichens die Heldin in Goethes »Die Leiden des jungen Werther«. Name der heute größten Kette Koreas: Lotte Hotels.

Ihrem erklärten Ziel, sich als »globale Hotelmarke« mit fünfzig Häusern zu etablieren, hat die Tochter des multinationalen Mischkonzerns Lotte Group bereits Taten folgen lassen: Unter dem Schirm der Leading Hotels eröffnete sie in Moskau 2010 ihr erstes Haus außerhalb Asiens, gefolgt von der Übernahme des renommierten Luxushotels The New York Palace auf der Madison Avenue 2015. Der innerkoreanische Lotte-Konkurrent, die vom Samsung-Gründer ins Leben gerufenen Shilla Hotels, konzentriert sich dagegen vorläufig nur auf den Heimatmarkt.

Die Verbundenheit mit Deutschland und der wachsende Wohlstand schlagen sich zunehmend auch im wechselseitigen Reiseverkehr nieder. Hatte zum Beispiel Korean Air schon in den Vorjahren kontinuierliche Zuwachsraten von zehn Prozent verzeichnen können, ist die Nachfrage nach Flügen zwischen Frankfurt und Seoul von 2014 auf 2015 um satte 14 Prozent gestiegen, heißt es aus der koreanischen Hauptstadt.

### Capital of Cool

Dass Seoul als Geschäftsreisedestination an Attraktivität zunimmt, liegt nicht allein an ihrem Status als das politische, wirtschaftliche und finanzielle Zentrum des Landes oder daran, dass hier ein Großteil der Exportwaren wie Autos, Schiffe, Elektronik, Mobiltelefone und Stahl hergestellt wird. Innerhalb Asiens gilt Korea als Trendsetter, sagt Lubosh Barta, der General Manager im Hotel Four Seasons, aber Seoul sei »die bislang unentdeckte Capital of Cool«.



World Design Capital 2010:  
schillerndes Vermächtnis  
von Stararchitektin  
Zaha Hadid.

Immerhin: Die Stadt, in deren Großraum gut die Hälfte der fünfzig Millionen Einwohner Südkoreas lebt, ist nicht nur absolut sicher. »Seoul ist kosmopolitisch, sophisticated und technologiegetrieben, und die hoch gebildete Jugend orientiert sich stark am Westen«, verrät Barta. Darüber hinaus ist sie inzwischen auch weltweit berühmt für ihren Korean Pop, ihre Szene unabhängiger Designer vor allem im Szenestadtteil Gangnam sowie, ganz wichtig: die hervorragende koreanische Küche.

»Die ist zweifelsohne die Hauptattraktion«, lacht Lubosh Barta. Und dass sich diese Attraktion längst nicht nur auf Nationalgerichte wie koreanisches BBQ oder Bibimbap – ein Gericht aus Reis, verschiedenen Gemüsesorten, Rindfleisch und einem gebratenen oder rohen Ei – beschränkt, beweist die Ankündigung der Macher des Guide Michelin, ihre Gourmetbibel ab sofort auch für Seoul aufzulegen.

Wirklich brauchen wird der Business Traveller den kulinarischen Führer freilich nicht. Die Dichte sowohl hervorragender als auch bezahlbarer Restaurants in Seoul ist nahezu ebenso hoch wie die der Coffeeshops, die alle paar Meter das nationale Heißgetränk ausschenken. Zumindest gilt dies für den nördlichen Teil der durch den Fluss Han-gang geteilten Metropole: einem von boulevardbreiten Straßenzügen geprägten Viertel, in dem auch der nächste Tempel oder Palast immer nur einen Steinwurf weit entfernt ist.

Im südlichen Teil Seouls dominieren dagegen Hoch- und Geschäftshäuser, zudem Seouls Event- und Convention-Center sowie die Tagungshotellerie. Eine Ausnahme ist der neue Hipster-Distrikt Gangnam, dessen baumbestandene und kurvige Einkaufs- und Feiermeilen den Besucher eher an



## Top 3 Businesshotels

**Empfohlen von Nam Sik Hwang,  
Hotel Sales Manager Südkorea, HRS**



### Lotte Hotel Seoul

Dieses Fünf-Sterne-Haus der größten koreanischen Hotelgesellschaft liegt im Herzen des Central Business Districts, verfügt über 1120 Zimmer, einen Duty-free-Shop und das mit drei Michelin-Sternen ausgezeichnete Restaurant Pierre Gagnaire. Das Lotte-Team veranstaltet zahlreiche internationale Events und kulturelle Veranstaltungen. Einzelzimmer ab 232 Euro.



### The Shilla Seoul

Ebenfalls im Central Business District liegt dieses Haus der Shilla-Gruppe, das traditionelle koreanische Ästhetik mit dem modernen Komfort eines Fünf-Sterne-Hotels verbindet. Wer shoppen will, tut dies im angegliederten Duty-free-Einkaufszentrum oder nimmt einen der kostenlosen Shuttles in Einkaufsviertel wie Myeongdong, Dongdaemun oder Gangnam. Einzelzimmer ab 241 Euro.



### Hotel Peyto Samseong

Das charmante Drei-Sterne-Boutiquehotel liegt in Gangnam und nur fünf Gehminuten von der nächsten Subway-Station entfernt. Seine 163 Zimmer bieten einen Panoramablick über die Stadt; als zertifiziertes »Green Hotel« hat es sich zudem der Nachhaltigkeit verschrieben. Einzelzimmer ab 109 Euro.



Zwei Welten:  
Tradition trifft Moderne.

Berlin oder New York denken lassen als an eine asiatische Millionenmetropole. In Bezug auf die Öffnungszeiten – täglich bis 22 Uhr – ist man dann aber doch ganz und gar der asiatischen Tradition verpflichtet. »Seoul ist ein Shoppingparadies«, weiß Ritz-Carlton-General-Manager Radu Cernia, »und die Leute sind sehr stolz darauf.«

#### Internationale Hotelketten beflügeln Hoffnung auf höhere Raten

Angesichts seiner nach wie vor wachsenden wirtschaftlichen Kraft und bisweilen sogar Dominanz in der Welt verfestigt sich die Bedeutung Seouls zunehmend auch als Tagungs- und Kongressdestination. Und wenn der rasche Zuzug internationaler Hotelketten als Indikator für einen – nicht nur – ökonomischen Aufstieg einer Destination gilt, dann ist auch Seoul derzeit mehr als »heiß«.

## Preislich spielt Seoul in einer Liga mit Berlin.

Bereits nach der Jahrtausendwende hatten Ketten wie Marriott, Hyatt und Hilton sukzessive damit begonnen, ihr Revier mit Luxusbrands wie JW Marriott, Ritz-Carlton, Park Hyatt und Grand Hyatt sowie Conrad (2012) zu markieren. Selbst Banyan Tree ist seit 2010 vor Ort, Anfang 2015 schickte Marriott auch noch einen Vertreter seiner Autograph Collection an den Start. Seit Herbst 2015 hält nun aber auch Four Seasons Hof mit einem 300-Zimmer-Haus im pulsierenden Viertel rund um den Tempel Deoksugung,

und dieser Neuzugang beflügelt die Hoffnung der Branche auf ein Rateniveau, das sich zumindest annähert an das internationaler Metropolen wie London, Tokio und anderer asiatischer Hauptstädte.

Noch freilich ist der Tigerstaat weit davon entfernt. Im Gegenteil: Preislich spielt Seoul eher in einer Liga mit Berlin. Nicht grundlos zitiert das Beratungsunternehmen JLL in seinem Südkorea-report den CEO des Hotelbetreibers Leo Mond von den Aju Hotels and Resorts, der hofft, dass die Eröffnung neuer internationaler Luxushotels wie des Four Seasons dazu beitragen werden, die Preise ans obere Ende des Marktes zu treiben.

Gestützt wird diese Hoffnung durch das ebenfalls von internationalen Ketten getriebene Wachstum auch im Mittelklasse- und Budget-Segment. Allein im vergangenen Jahr haben internationale Marken wie Ibis Styles, Holiday Inn Express, Four Points by Sheraton und Best Western neue Häuser eröffnet. Für 2016 stehen ein Hyatt Place und das Courtyard Seoul Namdaemun auf dem Plan.

Als einen wichtigen Treiber für das wachsende Hotelspektrum in Korea hat die JLL's Hotels & Hospitality Group die Olympischen Winterspiele 2018 ausgemacht. Vor allem aber die steigende Nachfrage vonseiten der stark wachsenden Mittelschicht in China, Südostasien und Indien sorgt für nachhaltiges Wachstum im touristischen und Hotelsektor.

Davon profitieren nicht zuletzt auch die heimischen Hotelketten. Als eine Art Statement darf daher die Eröffnung des Lotte World Towers im Dezember gelten: Mit einer Höhe von 555 Metern wird der Lotte-Turm das höchste Gebäude Asiens sein. Nicht ganz Weltspitze – aber immerhin. ➡

# Daten und Fakten

## Reisen nach Seoul

Der internationale Flughafen Incheon ist das Haupteinfallsstor auf die südliche Halbinsel zwischen Japanischem und Gelbem Meer. Bedient wird er sowohl vom National Carrier Korean Air, der den zehnstündigen Nonstop-Flug täglich von Frankfurt aus startet (19.40/12.55 Uhr), als auch von Asiana Airlines (19.00/12.20 Uhr) und der Lufthansa (17.45/11.00 Uhr). Der Kranich startet zudem mit täglichen Direktflügen ab München (16.05/9.30 Uhr). Ein Visum benötigen Business Traveller aus Deutschland nicht.

## Reisen vor Ort

Für die Strecke vom Incheon International Airport nach Downtown Seoul muss etwa eine Stunde kalkuliert werden. Die Nonstop-Fahrt zur »Seoul Station« mit dem beständig verkehrenden **Expresszug AREX** kostet umgerechnet 6,50 Euro (8000 Won) pro Strecke. Ein zweiter Zug hält an jeder auf dem Weg liegenden Station und kostet rund 3,50 Euro (4250 Won).

Daneben gibt es **Busverbindungen** in die wichtigsten Stadtteile von Seoul. Diese dauern zwischen sechzig und achtzig Minuten und kosten je nach Strecke zwischen vier und zwölf Euro (5000 bis 15.000 Won).

Eine jenseits der Stoßzeiten preisgünstige und sicherlich die bequemste Art der Fortbewegung innerhalb der 25-Millionen-Einwohner-Region ist das **Taxi**. Je nach Zielhotel kostet die Fahrt ab Flughafen kaum mehr als 30 bis 45 Euro. Nahezu alle akzeptieren Kreditkartenzahlung. Immer mehr Koreaner sprechen Englisch; wer auf Nummer sicher gehen will, bestellt ein Taxi mit der Aufschrift »international«. Diese sind ein wenig teurer, aber immer noch günstig.

Das **U-Bahn-Netz** in Seoul ist ebenso verzweigt wie modern, sauber und sicher. Tickets ab einem Euro gibt's an entsprechenden Automaten, die jeweils auch ein englisches Menü anzeigen. Ortsbezogene Reiseinformationen verspricht die »iTour Seoul App«.

## Black-out-Dates

Nach Weihnachten ist das **Erntedankfest** (14.–16.9.2016; 3.–5.10.2017) der zweitwichtigste Feiertag des Landes. 2017 fallen die Festivitäten mit dem **Tag der Staatsgründung** (3. Oktober) zusammen, und jeweils am 9. Oktober – dem **Tag des Hangeul** – feiern die Koreaner die Entstehung ihrer Schrift. Die **Olympischen Winterspiele 2018** (9.–25.2.) und **Paralympics** (9.–18.3.) werden zwar im 130 Kilometer westlich der Hauptstadt liegenden Pyeongchang ausgetragen, erfahrungsgemäß schnellen die Preise für Anreise und Übernachtung in dieser Zeit aber besonders hoch.

## Wirtschaft

Die gute Direktanbindung spiegelt die Stellung Südkoreas als bedeutende Exportnation. Die Republik Korea belegt Rang sieben der wichtigsten Exportländer und Rang zwölf der größten Volkswirtschaften der Welt. 75 koreanische Weltmarken exportieren Hightechprodukte, darunter Samsung, Hyundai, Kia und LG. Wichtigster Handelspartner in Europa ist Deutschland, im Gegenzug bildet Südkorea den dritt wichtigsten Absatzmarkt für Deutschland in Asien.

## Hotelpreise 1. Hj. 2016

Durchschnitt pro Nacht: 123 Euro

Hotellerie wächst durch die Decke:  
Lotte World Tower.

