

Global CEO

전통의 광학기업이 본
한국 / 한국 시장

막시밀리안 피어스트 칼 자이스 코리아 대표이사

칼 자이스는 160년 전통을 가진 독일의 광학기업이다. 제2차 세계대전 당시 독일제 무기는 놀라운 명중률을 자랑했다. 장인(Meister)들이 정교하게 깎아 만든 칼 자이스의 렌즈는 독일군에게 지급된 각종 무기의 명중률을 높여줬고, 이들 렌즈를 장착한 독일군의 무기는 연합군에게는 공포의 대상이었다. 지금도 칼 자이스는 군수산업과 관련을 맺고 있다. 한 예로 한국 해군 잠수함에 사용되는 잠망경은 칼 자이스의 제품이다.

카메라를 좋아하는 일부 마니아에게 칼 자이스 렌즈는 한없는 동경의 대상이기도 하다. 하지만 칼 자이스의 기술력이 렌즈부문에만 국한돼 있지는 않다. 사실, 칼 자이스가 지난 명성에 비해 대중적 인지도는 그다지 높지 않은 편이다. 칼 자이스가 한국 현지 법인을 운영하며 의료 / 군사 부문에 칼 자이스가 보유한 첨단 기술을 제공하고 있다는 사실조차 잘 알려져 있지 않다.

칼 자이스 한국 현지법인의 막시밀리안 뢰어스트 대표이사에게 칼 자이스의 전통과 기술력, 그리고 한국 시장과 개인적으로 느끼는 한국-한국인에 관해 이야기를 나눴다.

- 먼저 칼 자이스에 대한 소개를 부탁드립니다.

칼자이스는 160년의 역사를 가진 광학기업으로 독일 장인 정신의 참 전통을 이어가는 기업입니다. 보다 구체적으로 말씀드리면 1846년 설립자인 칼 자이스(Carl Zeiss)가 동독지역 예나(Jena)에 자신의 이름을 딴 정밀 역학 및 광학 공방을 설립하면서 출발했습니다. 이후 칼 자이스는 혁신적인 첨단 기술에의 연구와 투자를 과감히 해 온 결과 오늘날 첨단 정밀 광학 업계의 세계적 기업으로 성장했고 그동안 이룬 수많은 혁신은 여러 과학 분야의 발전과 인간 삶의 질을 높이는 데 큰 공헌을 했습니다.

- 칼 자이스 한국 법인이 담당하는 업무는?

칼 자이스 독일본사의 비즈니스 그룹 중 4개의 메인 사업영역에서 한국 내 세일즈와 고객지원을 담당합니다. 그 사업 영역이란 라식 장비를 비롯한 안과 진단 및 치료기기와 수술현미경을 생산하는 의료기기 사업부(Meditec), 자동차 등의 정밀 부품을 측정하는 산업용 3차원 정밀측정기기 사업부(Industrial Metrology), 전자현미경 및 반도체 검사 장비를 생산하는 반도체 기술(Semiconductor Technology), 그리고 광학현미경 및 이미징 장비를 생산하는 마이크로 이미징(MicoImaging) 사업부이지요. 현재 이들 부서에 80여명의 직원이 근무하고 있고 세일즈, 장비 설치 및 교육 등 고객과의 접점에 있는 업무 뿐 아니라 마케팅, 본사 리포팅, 의료기 인허가 업무 등 다양한 업무를 맡고 있습니다.



- 한국 시장을 바라보는 시각은?

하이테크를 지향하는 칼 자이스의 입장에서 볼 때 한국은 매우 매력적인 시장입니다. 한국은 세계 반도체시장을 이끌어 나가는 리더이며, 더욱이 삼성, 하이닉스와 같은 글로벌 리더들의 수준 높은 수요를 충족시키고 있기도 합니다. 또한 한국 경제는 강력한 산업을 기반으로 하고 있으며, 특히 기계 및 자동차 분야에서 매우 높은 질적 성장을 보이고 있습니다. 시장 수요 또한 질적으로 매우 빠른 성장을 보이고 있어요. 작년 한 해 동안 우리 칼 자이스를 통해 공급된 산업 측정장비의 수준을 보더라도 한국시장이 얼마나 새로운 기술에 많은 관심을 가진 '얼리 어답터'인지를 알 수 있습니다. 하루가 다르게 빠른 속도로 혁신적인 발전을 이루고 있는 한국시장은 우리 칼 자이스의 제품 포트폴리오에 가장 적합한 시장이라 할 수 있습니다.

- 칼 자이스 한국 법인의 마케팅·홍보 전략은?

본사의 사업 분야 중 한국시장에 진출한 제품군이 모두 B2B 사업 분야라서 일반인들에게 칼 자이스라는 이름이 다소 익숙하지 않음은 인정합니다. 그러나 칼 자이스는 좋은 비즈니스 파트너로서 소니(Sony)사의 디지털카메라에 카메라의 생명인 렌즈를 공급하고 있고 이 때문에 사진 마니아들 사이에선 이미 명성이 높습니다.



최근 시력교정 장비를 출시하며 라식수술시장에 본격적으로 진출함에 따라 마케팅 전략도 소비자(환자) 중심의 B2C방식으로 바꾸어 접근할 계획입니다. 라식 수술 대상인 젊은 층은 온라인에 익숙해 스스로가 정보력을 갖추고 있으며 새로운 기술에 대해 열린 사고를 갖고 긍정적으로 받아들여요. 이는 제가 느낀 일반적인 한국인들의 경향이기도 합니다. 기본적으로 기술력에 자신이 있기 때문에 정확한 자료를 바탕으로 제품의 안전성과 정확성을 중점적으로 홍보할 생각입니다.

- 피어스트 대표이사께서 개인적으로 지닌 한국, 한국인에 관한 인상은?

한국에 온 첫날을 돌아켜보면, 저와 저희 가족들은 매우 환영받고 있다는 인상을 받았습니다. 한국인들은 매우 친절하고, 새로운 아이디어에 대해 매우 열려있고 많은 관심을 가지고 있어요. 또한 정이 많아서, 가족, 친구뿐만 아니라 직장 동료나 고객과도 매우 가까운 인간관계를 만들어 나가는 것 같아요. 이렇게 오래 지속되는 안정적인 인간관계는 업무적인 성공에 있어서도 매우 중요한 요소인 듯합니다. 이런 상호적으로 친밀한 유대관계는 유럽과 다른 점입니다. 그러나 유럽의 어느 도시와 같이 서울의 일상도 매우 바쁘고 빠르게 돌아갑니다. 무엇보다 한국의 음식은 유럽 어느 곳에서도 맛보지 못한 생소한 것이었고 굉장히 흥미로웠습니다. 한국음식을 먹는 것을 좋아하게 되다보니 몸무게도 줄고 건강해진 기분이 들어요.

- 끝으로 칼 자이스 한국 법인의 2009년도 시장 전략은?

전세계적으로 불황의 공포가 엄습하고 있지만 2009년 새해 저희 칼 자이스는 성공을 확신합니다. 새해에는 여러 분야에서 매우 다양하고 혁신적인 사업을 선보일 예정입니다. 물론 어려움도 있겠지만 더욱 발전하여 시장에 한걸음 더 다가설 수 있을 것이라 봅니다. [P]

