



Bundesministerium
für Ernährung
und Landwirtschaft

Der Markt für Brotweizen in Vietnam

Marktstudie im Rahmen der Exportangebote für die Agrar- und
Ernährungswirtschaft / März 2019

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	3
Tabellenverzeichnis	5
Abbildungsverzeichnis	5
Abkürzungsverzeichnis	7
1. Zusammenfassung	9
2. Einleitung	10
3. Überblick über Politik und Wirtschaft in Vietnam	11
3.1 Zusammenfassung	11
3.2 Länderkurzinformation	11
3.3 Bevölkerung	12
3.4 Politische Rahmenbedingungen	15
3.5 Wirtschaftslage	16
3.6 Außenwirtschaftspolitik	17
3.7 Politische und wirtschaftliche Beziehungen zu Deutschland	19
3.8 Teilhabe an Wohlstandsentwicklung	22
3.9 Kaufkraft und Konsumverhalten	23
4. Überblick über Getreidehandel in Vietnam	25
4.1 Zusammenfassung	25
4.2. Produktgruppen	25
4.3 Konsumentenverhalten im Bereich Getreideprodukte	27
4.4 Preisniveau von Getreide und Getreideprodukten	31
4.5 Lebensmittel- und Getreideaußenhandel	35
4.6 Infrastruktur und Transport	42
4.7 Vertriebs- und Distributionsstrukturen	45
5. Überblick über weizenverarbeitenden Sektor/ Backwarenindustrie	48
5.1 Zusammenfassung	48
5.2 Mühlensektor: Struktur und Standorte	48
5.3 Bäckereien und Lebensmittelhandel	51
5.4 Nutzung von Kleie	55
6. Gesetzliche Regelungen zum Import	57
6.1 Zusammenfassung	57
6.2 Investitions- und Unternehmensgesetz	57
6.3 Importablauf und Einfuhrbestimmungen	58
6.4 Steuern und Einfuhrabgaben	60
6.5 Importregulierungen und -standards	62
7. Verhandlungspraxis und Businessetikette	64
8. SWOT-Analyse und Ausblick	66

8.1 Stärken, Chancen und Risiken des Marktes	66
8.2 Ausblick.....	67
9. Kontakte	69
9.1 Einzelhändler	69
9.2 Verbände und öffentliche Einrichtungen.....	73
9.3 Importeure und Hersteller.....	75
9.4 Produzenten	85
9.5 Fachmessen.....	101

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Bevölkerungsentwicklung in Vietnam	13
Tabelle 2: Länderdaten kompakt: Vietnam im Vergleich zu Deutschland	14
Tabelle 3: Bedeutung der Wirtschaftszweige in Vietnam (2016)	16
Tabelle 4: Größte Wirtschaftsmetropolregionen Vietnams (2016).....	17
Tabelle 5: Entwicklung des deutschen Außenhandels mit Vietnam (in Mrd. USD)	20
Tabelle 6: Verkaufsvolumen und Verkaufsumsatz von 2014 – 2016 (Prognose für 2017 und 2021)	29
Tabelle 7: Exportländer von Backwaren nach Vietnam.....	29
Tabelle 8: Überblick über Vietnams Weizenimporte im Jahr 2016.....	37
Tabelle 9: Vietnams Produktion, Angebot und Nachfrage nach Weizen (in 1 000t).....	39
Tabelle 10: Importanteil und Importvolumen nach Vietnam in 2016.....	41
Tabelle 11: Liste der größten Supermarktketten in Vietnam	46
Tabelle 12: Mehlproduzenten Vietnams	49
Tabelle 13: Marktführer und jeweilige Anteile in 2016.....	53
Tabelle 14: Auswahl an Industrieerzeugnissen mit Zollsätzen (in %).....	61
Tabelle 15: Erforderliche Zertifikate für den Import von Pflanzen und Pflanzenprodukten ...	63

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Lage Vietnam in Südostasien.....	12
Abbildung 2: Straßenszene in Vietnam.....	13
Abbildung 3 : Regierungssystem Vietnam.....	15
Abbildung 4: Wichtigste Lieferländer Vietnams in % in 2016.....	18
Abbildung 5: Wichtigste Abnehmerländer Vietnams in % in 2016.....	18
Abbildung 6: Exporte Deutschlands nach Vietnam in % in 2017.....	20
Abbildung 7: Importe Deutschlands aus Vietnam in % in 2017	21
Abbildung 8: Bánh Mi, Vietnamesisches Sandwich	26
Abbildung 9: Backwarenkonsum in Vietnam	28
Abbildung 10: Wert und Wachstumsrate von Biscuits, Cookies und Crackers	30
Abbildung 11: Chart vom Weizenpreis (2012 – 2018)	31
Abbildung 12: Verbraucherpreisindex für Brot und Backware von 2010 – 2016 mit Basisjahr 2010	34
Abbildung 13: Einfuhr von Lebensmitteln nach Vietnam (in %)	36
Abbildung 14: Vergleich Futterweizen- und Brotweizenimporte (in 1000t).....	38
Abbildung 15: Weizenimporte nach Vietnam (in t).....	40
Abbildung 16: Importvolumen (in Mio. USD) Weizenmehl in Vietnam 2016	41
Abbildung 17: Wichtige Industriezonen in Vietnam	43
Abbildung 18: Nutzungsintensität der Transportwege in 2015	43

Abbildung 19: Wichtige Seehäfen in Vietnam	44
Abbildung 20: Anteile der verschiedenen Formen des Einzelhandels in % (2017).....	45
Abbildung 21: Marktvolumen und Wachstumsrate von Bäckereien in Vietnam	52
Abbildung 22: Ausgelegte Backware im Schaufenster	53
Abbildung 23: Landestypische Bäckereien und Backshops.....	54

Abkürzungsverzeichnis

%	Prozent
AHK	Deutsche Auslandshandelskammer
APEC	Asiatisch-Pazifische Wirtschaftsgemeinschaft (<i>Asia Pacific Economic Conference</i>)
ASEAN	Verband Südostasiatischer Nationen (<i>Association of South East Asian Nations</i>)
B2B	Geschäftsbeziehung zwischen zwei Unternehmen (<i>Business-to-Business</i>)
B2C	(<i>Business-to-Consumer</i>)
Bio.	Millionen
BIP	Bruttoinlandsprodukt
BLE	Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung
BMEL	Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft
CIF	Preis einer Ware zum Zeitpunkt der Einfuhr mit Kosten (<i>Cost</i>), Versicherungen (<i>Insurance</i>) und Fracht (<i>Freight</i>) kostet
CPV	Kommunistische Partei Vietnams (<i>Communist Party of Vietnam</i>)
EU	Europäische Union
EUR	Euro
GATT	Allgemeines Zoll- und Handelsabkommen (<i>General Agreement on Tariffs and Trade</i>)
GDC	Allgemeine Zollabteilung in Vietnam (<i>General Department of Vietnam Customs</i>)
GIZ	Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit GmbH
GTAI	Gesellschaft für Außenwirtschaft und Standortmarketing – Germany Trade and Invest GmbH
HCMC	Ho Chi Minh City
HS-Code	Harmonisiertes System der Zolltarifnomenklatur (<i>Harmonized Commodity Description and Coding System</i>)
IHK	Internationale Handelskammer
Int.	International
IPPC	Internationales Pflanzenschutzübereinkommen (<i>International Plant Protection Convention</i>)
JETRO	Japanische Außenhandelsorganisation (<i>Japan External Trade Organization</i>)
Km	Kilometer
KMU	Kleines oder mittleres Unternehmen
LOE	Unternehmergesetz (<i>Law on Enterprise</i>)
LOI	Investitionsgesetz (<i>Law on Investments</i>)

MARD	Ministerium für Landwirtschaft und ländliche Entwicklung (<i>Ministry of Agriculture and Rural Development</i>)
MEZ	Mitteleuropäische Zeit
MIC	Land mit mittlerem Einkommen (<i>Middle Income Country</i>)
Mio.	Millionen
MOIT	Ministerium für Industrie und Handel (<i>Ministry of Industry and Trade</i>)
Mrd.	Milliarden
PPD	Pflanzenschutz Abteilung (<i>Plant Protection Department</i>)
PPQ	Pflanzenschutz und Quarantäne (<i>Plant Protection and Quarantine</i>)
PRA	Schädlingsrisikoanalyse (<i>Pest Risk Analysis</i>)
Tt	Tonnen
TPP	Transpazifische Partnerschaft (<i>Trans-Pacific Partnership</i>)
USDA	Landwirtschaftsministerium der Vereinigten Staaten (<i>United States Department of Agriculture</i>)
USD	US-Dollar
VND	Vietnamesischer Dong
WTO	Welthandelsorganisation (<i>World Trade Organisation</i>)

1. Zusammenfassung

Nachdem Vietnam aufgrund des Vietnamkrieges und dessen Folgen kurz vor dem wirtschaftlichen Kollaps gestanden hatte, setzte im Jahr 1986 das Wirtschaftswunder ein und das Land begann sich zu öffnen. Seitdem weist Vietnam ein fulminantes Wirtschaftswachstum von bis zu 8 % vor; im Jahr 2017 beendete Vietnam mit einem Wachstum von 6,8 %. Sowohl vietnamesische Privatunternehmen als auch ausländische Firmen konnten zuletzt ihre Investitionen steigern. Das exportorientierte Land boomt und Verbraucher werden zusehends optimistischer und bereit, Geld für gehobene Konsumgüter auszugeben. Durch zahlreiche Freihandelsabkommen ist das Vietnam zudem fest in internationale Lieferketten integriert.

Die sich vorrangig in urbanen Zentren neu formende Mittelschicht führt auch zur Veränderung von Verzehrsgewohnheiten. Hauptnahrungsmittel der Vietnamesen war viele Jahre lang Reis. Dieser wird aber zunehmend von weizenhaltigen Nahrungsmitteln wie Brot, Baguette und Sandwiches abgelöst. Der Trend zu schnellem, unkompliziertem und leicht zuzubereitendem Essen, aufgrund von stressiger werdenden Lebensstilen, lässt sich mitunter an der Zunahme des Fast-Food-Konsums und insbesondere am Konsum von Instant-Nudeln erkennen.

Vietnam produziert selbst kein Weizen und ist demnach Netto-Importeur von Brotweizen, der zur Herstellung von Weizenprodukten benötigt wird. Größter Weizenexporteur war über Jahre hinweg Australien. Durch Missernten konnte jedoch Russland den ersten Platz der Rangliste im Jahr 2018 einnehmen. Mit einem Bedarf von ungefähr 2 Mio. t Brotweizen, bietet sich Vietnam als Absatzmarkt für Brotweizen an. Weizen aus Australien, USA und Argentinien wird gerne von Produzenten qualitativ hochwertiger Produkte nachgefragt. Auch aktuell einsetzende Gesundheitstrends spielen eine Rolle bei der Nachfrage von Weizen und der Produktion von Lebensmitteln auf Weizenbasis.

Um den Handel zu erleichtern und zu modernisieren ist die Regierung bemüht, die Infrastruktur des Landes auszubauen, einen besseren Investitionsschutz und einheitliche Zollregulierungen einzuführen. Es bestehen noch immer hohe Barrieren bei der Einfuhr von landwirtschaftlichen Erzeugnissen, diese sollen jedoch durch das Freihandelsabkommen zwischen der EU und Vietnam verkleinert werden.

Für deutsche Exporteure besteht Potential, die sich derzeit wandelnden Verzehrsgewohnheiten der vietnamesischen Bevölkerung für sich zu erkennen und die noch ausbaufähige Anbieterstruktur des Landes zu nutzen. In Zukunft gilt es, Nischen zu erkennen und somit Brotweizen erfolgreich in Vietnam zu vertreiben.

2. Einleitung

Im Rahmen des Exportförderprogramms des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) wurde von enviacon international die vorliegende Marktstudie zum Thema „Brotweizen“ für Unternehmen aus der deutschen Getreidebranche (mit Fokus Brotweizen) erstellt. Sie dient allen am vietnamesischen Markt interessierten Unternehmen als Marktanalyse für den vietnamesischen Weizenmarkt. So bietet diese Marktstudie einen ersten Einblick in die Marktstrukturen und weist insbesondere Chancen und Potentiale auf. Die Analyse thematisiert in einem ersten Schritt die wirtschaftliche und politische Lage Vietnams. Darauf aufbauend wird speziell der Markt für Brotweizen hinsichtlich des Preisniveaus, des Konsumentenverhaltens, identifizierbarer Trends und des Außenhandels beleuchtet. Weiterhin wird die vietnamesische Brotweizenwirtschaft untersucht, indem unterschiedliche Produktkategorien nacheinander dargestellt und analysiert werden. Schließlich werden die Handelsstrukturen des vietnamesischen Absatzmarktes aufgezeigt. In Folge wird die rechtliche Lage systematisch vorgestellt. Abschließend vermittelt die Studie einen Ausblick für deutsche Unternehmen der Brotweizenwirtschaft. Eine Auflistung branchenspezifischer Unternehmen, Institutionen und Behörden in Vietnam runden die Marktstudie ab.

Die vorliegende Studie stellt eine informative und umfangreiche Wissensquelle für deutsche Unternehmen mit Interesse am vietnamesischen Markt dar. Als Grundlage der dargestellten Informationen wurden aktuelle Daten aus den Jahren 2016 – 2018 genutzt, sofern diese zum Zeitpunkt der Erstellung zur Verfügung standen. Zurückgegriffen wurde mitunter auf Fachveröffentlichungen des US-Landwirtschaftsministeriums, Mitteilungen deutscher und vietnamesischer Ministerien, zur Verfügung gestellte Informationen des vietnamesischen Fachpartners „Source of Asia“ und Artikel der German Trade and Invest.

Aus Gründen der Lesbarkeit wird in dieser Studie anstelle des öffentlich anerkannten Landesnamen „Sozialistische Republik Vietnam“ der umgangssprachliche Name „Vietnam“ verwendet. Zudem sind im gesamten Text mit der männlichen Schreibweise alle Geschlechter gemeint, sofern nicht eine Geschlechtsgruppe explizit hervorgehoben wird. Dasselbe gilt für die Nennung jeglicher anderen Gruppen oder Bevölkerungsschichten (z. B. „Konsumenten“). Englische und andere fremdsprachliche Begrifflichkeiten sind durch kursive Schreibweise kenntlich gemacht. Eigen- und Ortsnamen sind davon ausgenommen. Die Umrechnung der Umsätze und Preise in den einzelnen Kapiteln, sowohl im Fließtext als auch in den Grafiken, erfolgte über die Webseite www.oanda.com am 12. Dezember 2018.¹

¹ <https://www.oanda.com>

3. Überblick über Politik und Wirtschaft in Vietnam

3.1 Zusammenfassung

- Vietnam verfügt über 97 Mio. Einwohner und ist die 14. größte Bevölkerung der Welt.
- Die vermögende Mittelschicht wächst in Vietnam schneller als in allen anderen südostasiatischen Ländern.
- In den letzten Jahrzehnten war das Wirtschaftswachstum mit durchschnittlichen 6,46 % im Jahr eines der schnellsten der Welt.
- Die strategisch günstige Lage im Zentrum der ASEAN begünstigt das wirtschaftliche Potential des Landes. Durch eine Vielzahl an Freihandelsabkommen ist Vietnam global integriert. Im Jahr 2019 wird ergänzend zu den bestehenden internationalen Kooperationen das Freihandelsabkommen zwischen der EU und Vietnam in Kraft treten.
- Ausländischen Investitionen steht das Land offen gegenüber.

3.2 Länderkurzinformation

Als Ostküste der indochinesischen Halbinsel erstreckt sich die Sozialistische Republik Vietnam (kurz: Vietnam, „*Việt Nam*“) 3.444 km entlang des Südchinesischen Meeres (vgl. Abbildung 1). Mit einer Staatsfläche von über 332.000 km² ist sie in etwa vergleichbar mit der Fläche der Bundesrepublik Deutschland. Angrenzend liegen die Länder Laos, Kambodscha und China. Aufgrund der günstigen Lage zwischen dem Pazifischen und Indischen Ozean gilt das Land als ein wichtiger Verkehrsknotenpunkt. Jahreszeitenabhängig ist das Klima als subtropisch bis tropisch einzuordnen.²

Die Zeitverschiebung beträgt +6 Stunden (MEZ).³ Die Landeswährung ist der Vietnamesische Dong (VND). Der Wechselkurs zum Euro (EUR) betrug am 12. Dezember 2018:

1 EUR = 26391,4 VND. Hauptstadt ist Hanoi, das wirtschaftliche Zentrum Ho-Chi-Minh-City (HCMC) ist die zweitgrößte Stadt des Landes. Amtssprache ist Vietnamesisch, Französisch hat mit Beenden der Kolonialzeit an offiziellem Status verloren. An den meisten Schulen wird Englisch unterrichtet und gilt als zweite Geschäftssprache. Genaue Angaben zur Religionszugehörigkeit in Vietnam sind schwer zu machen, da die Mehrheit der Vietnamesen sich zu keinem Glauben bekennt.⁴

² GIZ (2016): Neue Märkte – neue Chancen

³ Auswärtiges Amt (2018): Länderprofil Vietnam

⁴ Auswärtiges Amt (2018): Länderprofil Vietnam

3. Überblick über Politik und Wirtschaft in Vietnam



Abbildung 1: Lage Vietnam in Südostasien

Quelle: Vietnam Aktuell (2018), [Vietnam Karte](#)

3.3 Bevölkerung

Vietnam ist ein multi-ethnisches Land. Mit einer Bevölkerung von fast 97 Mio. Einwohnern und mit 54 friedvoll zusammenlebenden Ethnien liegt es auf Rang 14 der bevölkerungsreichsten Länder der Welt.⁵ Im Jahr 2016 lag die durchschnittliche Lebenserwartung bei 76,3 Jahren, der weltweite Durchschnitt lag im selben Jahr bei rund 72 Jahren.⁶

Mit einer Bevölkerungsdichte von knapp 300 Einwohnern pro Quadratkilometer liegt diese leicht über dem deutschen Durchschnitt. Während die Bevölkerungsdichte aber in Deutschland in den letzten 50 Jahren nur geringfügig anstieg, verdreifachte sie sich in Vietnam. Dies liegt mitunter an der deutlich höheren Geburtenrate. Vietnam hat mit einem aktuellen Durchschnittsalter von etwa 30 Jahren eine relativ junge Bevölkerung.

⁵ UN DESA(2017): [World Population Prospects](#)

⁶ Statistisches Bundesamt (2018): [Statistisches Länderprofil](#)

3. Überblick über Politik und Wirtschaft in Vietnam



Abbildung 2: Straßenszene in Vietnam

Quelle: [Unsplash](#)

Jedoch befindet sich auch die Bevölkerung Vietnams im allmählichen Alterungsprozess. Der Grund dieser Entwicklung liegt zum einen in der steigenden Anzahl von älteren Menschen, zurückführbar auf die steigende Lebenserwartung, und zum anderen im Rückgang der Geburtenrate. Im Zeitraum 1990 – 2015 sank diese von 5,0 Kindern auf 2,0 pro Frau.⁷

Tabelle Nr. 1 prognostiziert die Bevölkerungsentwicklung von 2024 – 2049. Die steigende Lebenserwartung und eine über der Sterberate liegende Geburtenrate treiben das Bevölkerungswachstum weiter voran. Dabei steigt auch das Durchschnittsalter der Bevölkerung auf über 40 Jahre. Deutschland weist im Vergleich ein Durchschnittsalter von 44,3 Jahren auf.⁸ Auch der Anteil der über 65-jährigen an der Gesamtbevölkerung steigt kontinuierlich an.

Tabelle 1: Bevölkerungsentwicklung in Vietnam

Prognosejahr	Bevölkerung	Durchschnittsalter	>65 Jahre alt
2024	99,5 Mio.	33,9 Jahre	8,6 Mio.
2034	105,0 Mio.	38 Jahre	13,5 Mio.
2044	108,0 Mio.	39,9 Jahre	17,5 Mio.
2049	108,7 Mio.	40,5 Jahre	19,5 Mio.

Quelle: Eigene Darstellung nach [AHK](#), 2016

⁷ General Statistics Office of Vietnam (2016): [Population Change and family planning survey](#)

⁸ Statistische Bundesamt (2018): [Bevölkerungszahlen 2017](#)

3. Überblick über Politik und Wirtschaft in Vietnam

Tabelle 2: Länderdaten kompakt: Vietnam im Vergleich zu Deutschland

	Vietnam	Deutschland
Einwohnerzahl in Mio.	96,2 (2017) 120 (2050)*	82,8 (2017) 76,1 (2050)*
Bevölkerungswachstum in %	0,9 (2017)*	-0,2 (2017)*
Pro-Kopf-Einkommen jährlich, nominal	2.306 EUR (2017)	42.177 EUR (2016)
Bruttoinlandsprodukt (BIP, nom. in Mrd. EUR.)	178,5 (2016) 194,6 (2017) 209,4 (2018)* 230,3 (2019)*	3.259 (2017) 3.390 (2018)* 3.514 (2019)*
Wirtschaftswachstum nach Sektoren In %, real	(Stand: 2016) Bau: 10,0 Handel/Gaststätten/Hotels: 7,8 Bergbau/Industrie: 7,1 Transport/Logistik/ Kommunikation: 6,8 Land-/Forst-/ Fischwirtschaft: 1,4	(Stand: 2017) Information/Kommunikation: 3,9 Handel/Gastgewerbe/ Verkehr: 2,9 Produzierendes Gewerbe: 2,5 Unternehmensdienstleister: 2,5 Baugewerbe: 2,2 Grundstückswesen: 1,4 Finanzen/Versicherungen: 0,0 Land-/Forst-/ Fischwirtschaft: -0,7
Inflationsrate in %	3,5 (2017) 3,8 (2018)* 4,0 (2019)*	1,7 (2017) 1,6 (2018)* 1,8 (2019)*
Korruptionsindex (Rang) (Transparency International)	107 von 180 Ländern (2017)	12 von 180 Ländern (2017)

* Prognose/Schätzung

Quelle: eigene Darstellung nach [Auswärtiges Amt](#); [GTAI](#); [Transparency International](#); [World Bank](#)

3.4 Politische Rahmenbedingungen

Die Sozialistische Republik Vietnam wird als Einparteienstaat alleinig von der Kommunistischen Partei Vietnams (*Communist Party of Vietnam*, kurz CPV), die ca. 4,5 Mio. Mitglieder zählt, geführt. Oberstes Organ laut Verfassung und gesetzgebende Macht ist die Nationalversammlung mit 489 Mitgliedern als Einkammerparlament. Sie ernennt den Präsidenten, welcher als Staatsoberhaupt des Landes und Oberbefehlshaber des vietnamesischen Militärs den Staat im Inland und im Ausland vertritt. Ferner ernennt der vietnamesische Präsident auf Vorschlag der Nationalversammlung den Premierminister, den Leiter der aus verschiedenen Ministerien bestehenden Exekutivregierung. Angehörige der 26 Ministerien werden von der Nationalversammlung nach Empfehlungen des Premierministers für eine fünfjährige Amtszeit gewählt.⁹ Zwar gibt es auf nationaler wie auch auf Bezirks- und Provinzebene eine politische Willensbildung in Partei, Regierung und Parlament. Da es jedoch keine Opposition gibt, kann nicht von einem Mehrparteiensystem gesprochen werden.

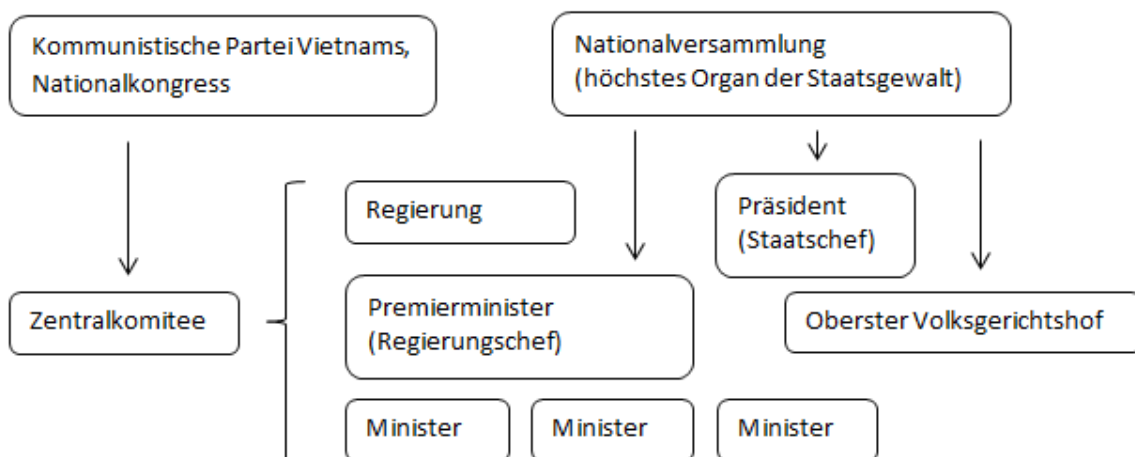


Abbildung 3: Regierungssystem Vietnam

Quelle: Eigene Darstellung nach East Asia Local and Regional Government Congress (2017)

Unter dem Einfluss der zunehmenden internationalen Integration Vietnams haben die Reform- und Demokratisierungsbestrebungen des Landes zu erheblichen Veränderungen geführt. Im Fokus stehen dabei Strukturreformen, soziale Gerechtigkeit, makroökonomische Stabilität und ökologische Nachhaltigkeit.¹⁰ Durch die schrittweise Erneuerungspolitik sind in den vergangenen 25 Jahren bemerkenswerte wirtschaftliche Erfolge erzielt worden. Verbesserte Rahmenbedingungen für internationale Investoren, Ausbau der Infrastruktur und die stetige Weiterentwicklung erneuerbarer Energien führten zu einer wirtschaftlichen

⁹ Santander Trade (2018): Vietnamese Political Outline

¹⁰ Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (2018): Vietnam

3. Überblick über Politik und Wirtschaft in Vietnam

Verwandlung von einem der ärmsten Länder der Welt zu einem Land mit mittleren Einkommen.¹¹

3.5 Wirtschaftslage

Vietnam ist nach Indonesien, Thailand, den Philippinen, Malaysia und Singapur die sechstgrößte Volkswirtschaft Südostasiens. Die erwähnte Reformpolitik „*Doi Moi*“ ebnete den Weg für das „vietnamesische Wirtschaftswunder“ ab dem Jahr 1986. Das Land öffnete sich damit wirtschaftlich und schlug den Weg zu einer „sozialistischen Marktwirtschaft“ ein, als es aufgrund von Krieg und Zerstörung kurz vor dem Wirtschaftskollaps stand. Seitdem hält der ökonomische Aufschwung unverändert an. Das Land weist fulminante Wachstumsraten von 7 – 8 % in den knapp drei Jahrzehnten nach der „*Doi Moi*“-Einführung auf. So lag die Rate des Wirtschaftswachstums im Jahr 2017 bei starken 6,8 %.¹²

Auch von der Finanzkrise in den Jahren 2008/09 erholte sich das Land vergleichsweise schnell. Bereits im Jahr 2009 überschritt das Jahreseinkommen pro Kopf die Schwelle von 1.000 USD. Damit ist Vietnam ein Land mit mittlerem Einkommen (*Middle Income Country*, MIC).¹³ Vietnam ist nach wie vor agrarisch geprägt. Außerdem besitzt es viele natürliche Ressourcen, wie unter anderem Erdöl, Erdgas und Mineralien, aber auch fruchtbare Böden. Von großer wirtschaftlicher Bedeutung sind überdies die Dienstleistungsbranche und die exportorientierte verarbeitende Industrie. Marktexperten zufolge wird Vietnam durch Inkrafttreten wichtiger Handelsabkommen, wie dem zwischen der EU und Vietnam, in diesen Wirtschaftssektoren weiterhin an Gewicht gewinnen.¹⁴

Tabelle 3: Bedeutung der Wirtschaftszweige in Vietnam (2016)

Zentrale Wirtschaftssektoren	Anteil am BIP 2016 (in %)	Anteil an den Beschäftigten 2016 (in %)
Land- und Forstwirtschaft, Fischerei	16,3	41,9
Verarbeitendes Gewerbe	14,3	16,6
Dienstleistungen	40,9	33,4
Sonstige	28,5	9,1

Quelle: eigene Darstellung nach GTaF Wirtschaftsstruktur Vietnam (2018)

Treiber des vietnamesischen Wirtschaftswachstums ist das verarbeitende Gewerbe. Zu den bedeutendsten Produktionszweigen gehören die Elektronikindustrie und die Textilindustrie.

¹¹ Weltbank (2018): Overview

¹² Auswärtige Amt (2018): Wirtschaft

¹³ Auswärtiges Amt (2018): Wirtschaft

¹⁴ GTaF (2018): Wirtschaftsstruktur – Vietnam

3. Überblick über Politik und Wirtschaft in Vietnam

Ein großes Problem stellt jedoch die noch zu geringe Produktivität dar, die dazu führt, dass viele Güter noch nicht international konkurrenzfähig sind. Im Dienstleistungssektor, vor allem im Groß- und Einzelhandel, sowie in der Tourismus- und Logistikbranche, ist aufgrund des steigenden inländischen Konsums und wachsender Exporte ein Boom zu verzeichnen. Die mit Abstand wichtigste Wirtschaftsmetropole ist Ho-Chi-Minh City (HCMC). Parallel besteht zwischen den einzelnen Provinzen ein Konkurrenzkampf. Vor allem der Norden des Landes (Hanoi und die Hafenstadt Haiphong) können hier durch steigende Investitionen aufholen.¹⁵

Tabelle 4: Größte Wirtschaftsmetropolregionen Vietnams (2016)

Wirtschaftliche Metropolregion	Bevölkerung (in Mio.)	Anteil am BIP (in %)
Red River Delta (inkl. Hauptstadt Hanoi, Haiphong)	21,1	19,9
North Central und Central Coast Area (inkl. Da Nang)	19,8	12,6
South East (inkl. HCMC)	16,4	19,3
Mekong River Delta	17,7	13,0

Quelle: eigene Darstellung nach GTAI Wirtschaftsstruktur Vietnam (2018)

3.6 Außenwirtschaftspolitik

Außenpolitisch ist Vietnam als Mitglied des ASEAN vornehmlich im südostasiatischen Raum aktiv. Mitglieder des ASEAN sind neben Vietnam die Länder Brunei, Kambodscha, Indonesien, Laos, Malaysia, Myanmar, die Philippinen, Singapur, Thailand sowie Papua-Neuguinea und Osttimor mit Beobachterstatus. Die Ausmaße des ASEAN sind in Bezug auf Bevölkerung (600 Mio.) und Fläche (4,5 Mio. km²) in etwa mit der EU vergleichbar (513 Mio. und 4,4 Mio. km²). Neben den ASEAN-Partnern sind auch China, Japan, Südkorea, Russland, die USA sowie die EU wichtige diplomatische Partner. Außerdem wurden in jüngster Zeit die Beziehungen mit Indien und Australien zunehmend verstärkt.¹⁶

Vietnam verfolgt mit seiner Außenpolitik drei Kernziele: Sicherheit des Staates, Sicherung der wirtschaftlichen Entwicklung und die verstärkte Einbindung in die Arbeit internationaler Organisationen. Seit dem Jahr 2007 ist das Land Teil der Welthandelsorganisation (*World Trade Organization*, WTO). Der Beitritt ist demnach nicht nur ein wichtiger Schritt zum Abbau von Handelshemmnissen und die damit verbundene internationale Einbindung des Landes, sondern gilt auch als politisches Signal und Bekenntnis zu Nichtdiskriminierung, Transparenz sowie zum Schutz des geistigen Eigentums.¹⁷

¹⁵ GTAI (2018): Wirtschaftsstruktur – Vietnam

¹⁶ PWC (2018): The Future of ASEAN

¹⁷ Auswärtiges Amt (2018): Außenpolitik

3. Überblick über Politik und Wirtschaft in Vietnam

Die Beziehungen zwischen Vietnam und der EU sind als stabil und intensiv einzuordnen. Die EU ist drittgrößter Handelspartner Vietnams. Noch bevor die Verhandlungen für ein Freihandelsabkommen begannen, unterzeichneten beide Parteien im Jahr 2012 ein Partnerschafts- und Kooperationsabkommen.¹⁸

Der mit Abstand größte Handelspartner Vietnams ist China. Jedoch liegt ein recht hohes Handelsdefizit auf vietnamesischer Seite vor. Dahingegen fallen die vietnamesisch-amerikanischen Beziehungen durchweg dynamisch und positiv aus und überholten die EU zuletzt als wichtigsten Exportmarkt für Vietnam.

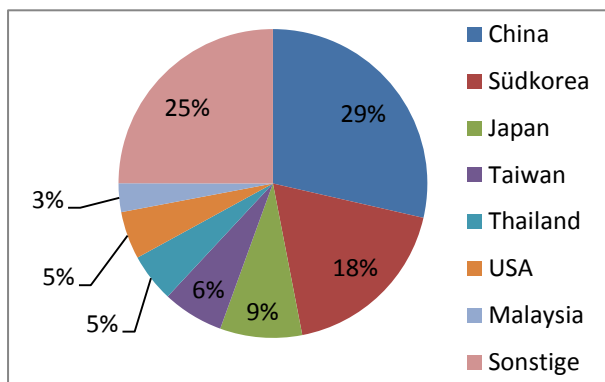


Abbildung 4: Wichtigste Lieferländer Vietnams in % in 2016

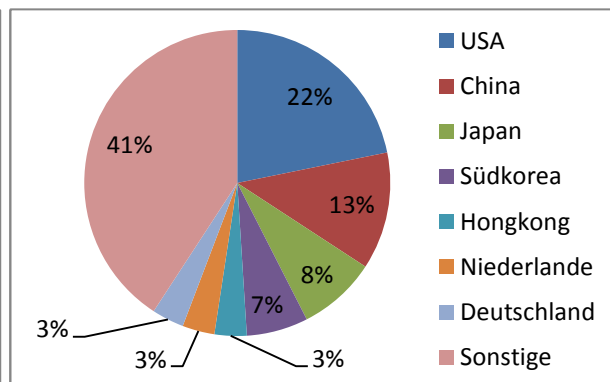


Abbildung 5: Wichtigste Abnehmerländer Vietnams in % in 2016

Quelle: eigene Darstellung, nach GTaI (2016)

Nach außen hin expandiert die vietnamesische Ökonomie nach wie vor. So wies der Außenhandel im Jahr 2017 einen Überschuss von mehr als 2,8 Mrd. USD auf. Hauptbestandteil des Exportwachstums sind Güterausfuhren, die von ausländischen Unternehmen in Vietnam gefertigt wurden.¹⁹ Der Exportwert verzeichnete 2017 einen Anstieg von knapp 12 % gegenüber dem Vorjahr. Die bedeutendsten Exportdestinationen sind nach Volumengröße China (93,5 Mrd. USD), Südkorea (61,8 Mrd. USD), die EU (50,3 Mrd. USD) und die USA (50,6 Mrd. USD), ASEAN (49,7 Mrd. USD) und Japan (33,3 Mrd. USD).²⁰

¹⁸ Auswärtiges Amt (2018): Außenpolitik

¹⁹ GTaI (2018): Vietnams Außenhandel steht auf solidem Grund

²⁰ Auswärtiges Amt (2018): Außenpolitik

3.7 Politische und wirtschaftliche Beziehungen zu Deutschland

Im Jahr 2015 feierten Vietnam und Deutschland 40-jähriges Bestehen der diplomatischen Beziehungen. Beide Länder teilen die Erfahrung von Spaltung und Wiedervereinigung. Dies schafft eine Brücke für gegenseitiges politisches Verständnis.²¹

In den Bereichen Entwicklung und Liberalisierung zählt Deutschland zu den wichtigsten Kooperationspartnern Vietnams. Schwerpunkte sind die gemeinsame Arbeit an einer effizienten und nachhaltigen Energieversorgung, Umwelt- und Ressourcenschutz, sowie die berufliche Aus- und Weiterbildung, um das sozio-ökonomische Wachstum und die Umwelt schonend zu fördern. Um das hohe Wirtschaftswachstum des Landes beizubehalten, sind allerdings Reformen notwendig. Deutschland sieht in Vietnam mit über 90 Mio. Einwohnern einen nahezu unerschlossenen Markt und zugleich besteht Interesse daran, über eine gute politische und wirtschaftliche Zusammenarbeit das Land als einen starken Partner in der Region zu halten. Um dieses Ziel zu festigen, führt die EU-KOM seit mehreren Jahren Verhandlungen zu einem Freihandelsabkommen.²² Die ursprünglichen Pläne, das Freihandelsabkommen im Jahr 2017 zur Ratifizierung vorzulegen, wurden nach einer Stellungnahme des Europäischen Gerichtshofs auf Eis gelegt. Der Europäische Rat hat die vorläufigen Gespräche über das Abkommen für den 28. März 2019 geplant. Wenn sich der Zeitplan nicht ändert, werden sie erst nach den Europawahlen vom Mai 2019 vom Parlament debattiert werden. Die Ratifizierung ist dementsprechend vor Herbst 2019 unwahrscheinlich.²³

Ein im Rahmen der deutsch-vietnamesischen Kooperation weiteres wichtiges Vorhaben war die Errichtung des „Deutschen Hauses“ in HCMC. Der am 1. September 2017 eröffnete Gebäudekomplex wurde im Rahmen einer Regierungsvereinbarung zwischen Vietnam und Deutschland initiiert und beherbergt alle deutschen Institutionen und interessierte deutsche Unternehmen. Gleichzeitig stellt das Deutsche Haus für vietnamesische Unternehmen, die Geschäfte in Deutschland tätigen wollen, eine Handelsplattform dar. Somit fungiert es als kultureller und wirtschaftlicher Dreh- und Angelpunkt für deutsche Repräsentanzen in Vietnam.²⁴

Das bilaterale Handelsvolumen zwischen Deutschland und Vietnam wächst stetig und betrug im Jahr 2017 ca. 12,6 Mrd. USD. Damit ist Deutschland einer der stärksten EU-Handelspartner.²⁵ Die deutschen Exporte nach Vietnam beliefen sich in diesem Jahr auf rund 3,5 Mrd. USD.²⁶ Deutsche und vietnamesische Unternehmen versprechen sich zudem weitere

²¹ GIZ (2016): Zielmarktanalyse Vietnam

²² Auswärtiges Amt (2018): Hanoier Erklärung

²³ European Parliament (2019): Legislative Train Schedule

²⁴ GIZ (2016): Zielmarktanalyse

²⁵ GTA (2018): Deutsch-vietnamesischen Wirtschaftsbeziehungen

²⁶ Statistisches Bundesamt (2018): Außenhandel

3. Überblick über Politik und Wirtschaft in Vietnam

Impulse von dem EU-Vietnam-Freihandelsabkommen, das sich derzeit im Ratifikationsprozess befindet. Bis zum Jahr 2020 soll das deutsch-vietnamesische Handelsvolumen auf über 20 Mrd. USD ausgeweitet werden.²⁷

Tabelle 5: Entwicklung des deutschen Außenhandels mit Vietnam (in Mrd. USD)

Deutscher Außenhandel	2015	2016	2017
Importe aus Vietnam	9,129	9,996	10,932
Exporte nach Vietnam	2,598	2,958	3,943
Saldo	-6,531	-7,038	-6,989

Quelle: eigene Darstellung nach GTaI: Wirtschaftsdaten kompakt (2018)

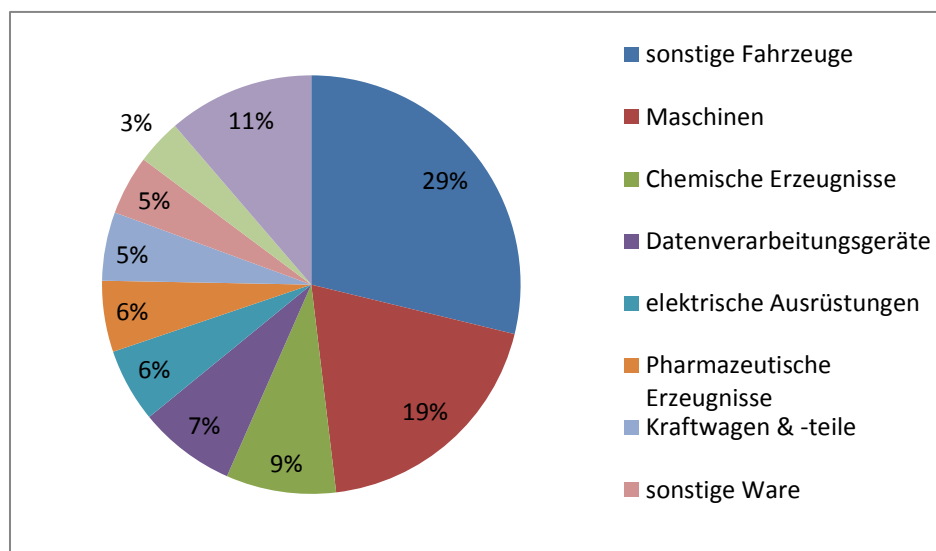


Abbildung 6: Exporte Deutschlands nach Vietnam in % in 2017

Quelle: eigene Darstellung nach Außenwirtschaftsportal Bayern

Vietnams wichtigste Einfuhrgüter aus Deutschland sind Maschinen, Fahrzeuge und Ausrüstungsgegenstände, sowie Produkte der chemischen Industrie. In der darauffolgenden Abbildung sind die wichtigsten Exportgüter Vietnams nach Deutschland aufgeführt. Zu erkennen ist, dass die meisten Importe Deutschlands Datenverarbeitungsgeräte, darunter elektronische und optische Erzeugnisse, Leder und Lederwaren, sowie Bekleidungsartikel sind. Bis zum Jahr 2020 verfolgt der Staat das ehrgeizige Ziel, sich zum Industrieland zu entwickeln. Produkte mit dem Label „Made in Germany“ genießen einen hervorragenden Ruf und ihnen wird ein besonderes Vertrauen entgegengebracht, da sie für Qualität und Sicherheit stehen. Im Rahmen von rund 300 Projekten investierten deutsche Unternehmen insgesamt

²⁷ Auswärtiges Amt (2018): Beziehungen zu Deutschland

3. Überblick über Politik und Wirtschaft in Vietnam

1,6 Mrd. USD.²⁸ Davon beliefen sich im Jahr 2017 über 30 neue Vorhaben auf einen Gesamtwert von 414 Mio. USD.²⁹

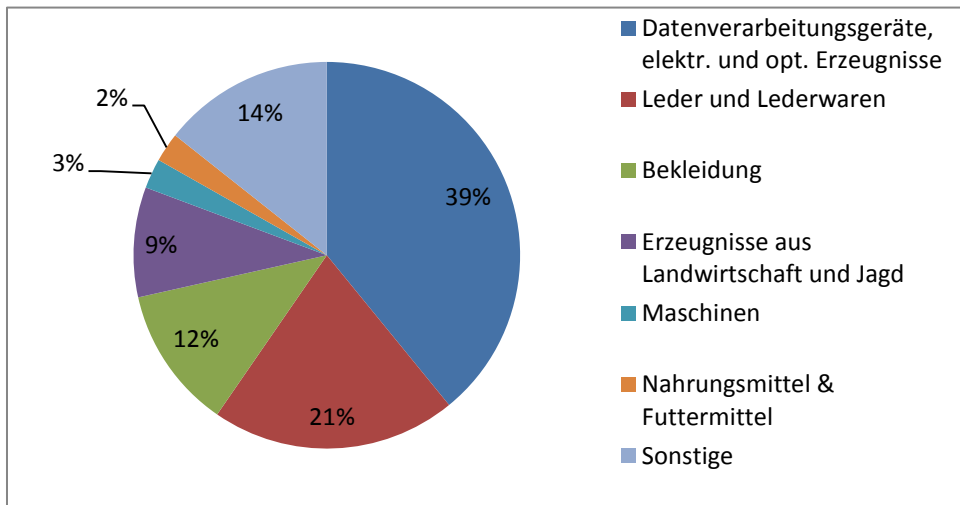


Abbildung 7: Importe Deutschlands aus Vietnam in % in 2017

Quelle: eigene Darstellung nach [Außenwirtschaftsportal Bayern](#)

²⁸ Wichtige Investitionen deutscher Unternehmen werden jedoch über Auslandstöchter gesteuert und fallen statistisch nicht Deutschland zu.

²⁹ Auswärtiges Amt (2018): [Beziehungen zu Deutschland](#)

3.8 Teilhabe an Wohlstandsentwicklung

In keinem anderen ASEAN-Land wächst die Wirtschaft so schnell wie in Vietnam. Gemessen am BIP belegt das Land demnach Rang 47 mit einem Pro-Kopf-BIP von 2.400 USD. Das reale Bruttoinlandsprodukt wuchs im Jahr 2017 um 6,8 %. Als Vergleich: Das weltweite reale BIP wächst jährlich um rund 3,2 %.³⁰ Dieses dynamische Wachstum wird durch die ansteigende Binnennachfrage, Kapitalflüsse aus dem Ausland, ausländische Direktinvestitionen, eine starke verarbeitende Industrie und Exportausbau weiter vorangetrieben und dadurch für Einzelhändler und Konsumgüterproduzenten immer attraktiver.³¹

Die Arbeitslosenquote des Landes ist verglichen mit den meisten anderen Mitgliedsstaaten der ASEAN mit 2,0 % verhältnismäßig konstant und niedrig.³² Steigende Mindest- und Durchschnittslöhne führen zu einer Verbesserung der Lebensverhältnisse, was wiederum in einer größeren Konsumbereitschaft resultiert.³³ Laut einer JETRO-Umfrage³⁴ wird für das Jahr 2018 eine Gehaltssteigerung von 7,9 % erwartet und liegt damit über den Zuwächsen von China, Thailand oder den Philippinen. Langfristige Prognosen der Beratungsgesellschaft PricewaterhouseCoopers erwarten auch bis zum Jahr 2050 ein Wirtschaftswachstum von 5,3 % im Jahr.³⁵

Etwa die Hälfte der Bevölkerung ist unter 30 Jahre alt und befindet sich dementsprechend in einem günstigen demographischen Fenster, nämlich jenem einer jungen dynamischen Volkswirtschaft. Noch wichtiger ist, dass die Mittelschicht, die mittlerweile 7 Mio. Haushalte umfasst, schnell wächst. Durch den Ausbau der Infrastruktur, den damit verbesserten Zugang zu ruralen Räumen sowie die steigende Kaufkraft werden ländliche Regionen für die Konsumgüterindustrie zunehmend interessanter und partizipieren demnach gleichermaßen am steigenden Einkommen.³⁶

Resümierend ist Vietnam aufgrund der günstigen geografischen Lage, des Wirtschaftswachstums und der jungen Bevölkerung einer der attraktivsten Absatzmärkte Südostasiens.

³⁰ Statistisches Bundesamt (2018): [Statistisches Länderprofil](#)

³¹ McKinsey & Company (2018): [Growing up fast: Vietnam discovers the consumer society](#)

³² [Asean \(2018\): Statistical Yearbook](#)

³³ GTal (2018) [Kaufkraft und Konsumverhalten](#)

³⁴ JETRO: Japan External Trade Organization, eine vom japanischen Ministerium für Internationalen Handel und Industrie gegründete Außenhandelsorganisation

³⁵ GTal (2018): [Lohn und Lohnnebenkosten – Vietnam](#)

³⁶ GTal (2018): [Kaufkraft und Konsumverhalten](#)

3.9 Kaufkraft und Konsumverhalten

Vietnams Konsumenten sind jung. Die Auswahl in vietnamesischen Geschäften ist im Vergleich zu weiter entwickelten Volkswirtschaften in Südostasien noch gering, aber die Sortimente werden allmählich vergrößert. Dies bietet für erstplatzierte Produkte die große Chance der sogenannten „First-Mover-Vorteile“ gegenüber späteren Wettbewerbern.³⁷

Seit der wirtschaftlichen Öffnung des Landes („Doi Moi“) konnten immense Fortschritte in der Armutsbekämpfung erzielt werden. Bedingt durch kurzfristige Geldentwertung in den letzten Jahren schwankte die preisbereinigte reale Kaufkraft in diesen Zeitraum. Jedoch liegen seit mehreren Jahren die Einkommen in den Städten im Vergleich zum Land konstant doppelt so hoch. Da die Einkommen auf dem Land allerdings schneller zulegen als in Ballungsgebieten, gehen Experten davon aus, dass sich die Kluft in den kommenden Jahren verringern bzw. schließen wird. Zudem nehmen auch in ländlichen Regionen die Kaufkraft und Konsumfreude im Allgemeinen zu. Da die Bevölkerung an Stromnetze und Internet fast vollständig angebunden ist und Smartphones stark verbreitet sind, werden schichtübergreifend Konsumwünsche geweckt, die befriedigt werden sollen. Der moderne Einzelhandel wendet sich deshalb zunehmend auch den kleineren und mittleren Städten zu.

Die Lebenshaltungskosten für Wohnen, Nahrung und Transport machen knapp die Hälfte der Konsumausgaben aus. Die Konsumenten vertrauen aber auf eine Verbesserung ihrer wirtschaftlichen Lage. Dieses Vertrauen wird durch das starke Wirtschaftswachstum, steigende Reallöhne und die niedrige Arbeitslosenquote unterstützt. Aufgrund einer niedrigen Inflationsrate, die im Jahr 2017 bei 3,5 % lag, und die deutlich darüber liegende Lohnsteigerung verzeichnet die Mehrheit der Bevölkerung reale Lohnzuwächse. Der Anteil an Lebenshaltungskosten geht zunehmend zugunsten von Ausgaben für Gebrauchsgüter, Reisen, Luxusartikel und Freizeitaktivitäten zurück. Teure Autos, Markenbekleidung sowie Smartphones sind kein seltener Anblick in Städten wie Hanoi oder HCMC.³⁸

In den Großstädten wächst momentan eine neue, selbstbewusste Kundengeneration heran. Diese zeichnet sich durch höhere Ansprüche und ihre Begeisterung für Technologie aus. Eine weitere Besonderheit stellt die Treue zu vertrauten Produkten, Marken und Geschäften dar. Gewohnte Geschäfte werden selten gewechselt. Lediglich wenn durch ein neues Produkt ein Zusatznutzen entsteht oder es durch die innovative Wirkung interessant erscheint, werden diese Muster gebrochen und Ausnahmen gemacht. Dank der Verbreitung von sozialen

³⁷ GTal (2018): Kaufkraft und Konsumverhalten
³⁸ GTal (2018): Kaufkraft und Konsum Vietnam

3. Überblick über Politik und Wirtschaft in Vietnam

Medien wie Facebook, YouTube und Instagram richten sich junge Erwachsene immer stärker nach internationalen Trends aus.³⁹

Der nach außen gerichtete Konsum wird auch in Vietnam immer stärker. Essengehen in edlen Restaurants ist sowohl für die junge als auch die ältere Generation mehr als nur Genuss. Hier geht es nicht mehr nur lediglich um Nahrungsaufnahme; der Besuch entsprechender Restaurants ist vielmehr ein Mittel, den eigenen Erfolg zu präsentieren.

Vietnams Konsumenten sind wertgetrieben und wollen einen möglichst hohen Mehrwert für ihre Ausgaben erzielen. Gesundheit hat für die Verbraucher eine hohe Priorität. Deutsche Produkte aus dem Bereich der Nahrungsmittelerzeugnisse genießen vor diesem Hintergrund ein hohes Ansehen und haben einen guten Ruf. Die Familie bildet den Lebensmittelpunkt, Empfehlungen von Familienangehörigen spielen bei der Kaufentscheidung dementsprechend eine große Rolle.⁴⁰ Der Verkauf von Lebensmitteln und Artikeln des täglichen Bedarfs wird bislang eher von kleinen Straßenläden und Märkten beherrscht. Vor allem in urbanen Gegenden verdrängen Supermärkte und Convenience-Stores im Zuge der zunehmenden Gesundheits- und Hygienestandards die traditionellen Distributionskanäle.⁴¹

³⁹ GTAI (2018): Kaufkraft und Konsum Vietnam

⁴⁰ Source of Asia (2018)

⁴¹ GTAI (2012): Kaufkraft und Konsumverhalten

4. Überblick über Getreidehandel in Vietnam

4.1 Zusammenfassung

- Vietnam ist ein wichtiger Importeur von Weizen. Im Jahr 2018 importierte das Land ungefähr 2 Mio. t Brotweizen.
- Der größte Weizenexporteur nach Vietnam war jahrelang Australien, bis aufgrund von geringen Ernten Russland die Führung übernahm.
- Die Inlandsnachfrage nach weizenhaltigen Nahrungsmitteln nimmt infolge veränderten Konsumverhaltens und steigender Einkommen laufend zu.
- Vertriebskanäle mit wenigen Intermediären wird von Unternehmen in Vietnam bevorzugt, um Komplikationen zu vermeiden.
- Es wird eine rasant wachsende Zahl an modernen Einzelhandelsgeschäften verzeichnet.

4.2. Produktgruppen

Brotweizen, auch als Weichweizen (*lat. Triticum aestivum*) bezeichnet, ist eine Pflanzenart der Familie der Süßgräser. Die Getreideart ist eine der ältesten Kulturpflanzen und die wirtschaftlich bedeutendste Weizenart der Erde. An einigen Stellen wird im Zusammenhang mit dieser Studie zur Vereinfachung die Formulierung von „Weizen“ anstelle von „Brotweizen“ verwendet.

Nach Vietnam exportierter Weizen dient hauptsächlich als Mischfutter sowohl für die Aquakultur, als auch für die Viehzucht. Weizen stellt dabei eine Alternative zu Mais, Sojabohnen-Mehl und Reiskleie dar. Die Nutzung von Weizen als Futtermittel hängt dabei stets von den jeweiligen Ernteerträgen des Jahres ab, die die Preise für Mais oder Brotweizen direkt beeinflussen.⁴²

Als Hauptzutat für Backwaren, worunter nach Definition Brot, feine Backwaren, Dauerbackwaren sowie Kleingebäck zählen, spielt exportierter Weizen nach Vietnam ebenfalls in der Lebensmittelindustrie eine große Rolle. Um diese Produkte herstellen zu können, wird Weizenmehl benötigt. Vietnam produziert rund 2 Mio. t Weizenmehl im Jahr. Das Mehl wird jedoch nicht ausschließlich für den eigenen Bedarf verwendet, sondern auch in andere Länder exportiert. Schätzungen zufolge belaufen sich die Exporte auf ein Volumen von 150.000 t. Der Verbrauch von Weizenmehl steigt jährlich um 5 – 7 % an.⁴³

⁴² [Source of Asia \(2018\)](#)

⁴³ [Source of Asia \(2018\)](#)

4. Überblick über Getreidehandel in Vietnam

Brotweizen wird auch verwendet, um Leim für Holz oder auch Biokraftstoffe, wie z. B. Bioethanol, herzustellen. Brotweizen fällt hier allerdings weniger ins Gewicht und wird entsprechend nur in sehr geringen Mengen verwendet. Hauptsächlich dient er der Herstellung von verschiedenen Broten, Baguettes und anderen Backwaren und wird zudem für weitere Nahrungsmittel auf Weizenbasis verwendet.⁴⁴

Neben Brot und anderen Backwaren gehören in Vietnam Nudeln mittlerweile zu den Lebensmitteln des täglichen Bedarfs. Speziell die auf Weizen basierenden Instant-Nudeln sind ein stark nachgefragtes Produkt im lokalen Markt. Für die arbeitende, junge Bevölkerung stellen Instant-Nudeln aufgrund des geringen Zubereitungsaufwands eine kostengünstige Ernährungsalternative dar. Vietnam belegt im Konsum dieser Nudeln den fünften Platz weltweit.⁴⁵ Neben der raschen Urbanisierung und der Vertrautheit der Konsumenten mit Fertigprodukten, wird der gesteigerte Weizenkonsum auch durch die Bekanntheit und die Verbreitung von Fast-Food-Ketten wie McDonalds, Dunkin Donuts und Burger King bedient.

Aufgrund der historischen Verbindung Vietnams zu Frankreich gehören neben Schokoladencroissants, Brownies und Cookies auch französische Baguettes zu den beliebtesten Backwaren der Bevölkerung. Eine bekannte französisch-vietnamesische Spezialität ist in diesem Zusammenhang Bánh Mì (siehe Abbildung 8), ein während der Kolonialzeit eingeführtes französisches Baguette, am populärsten kombiniert mit Schweinebraten, Gurke, langem Koriander, Pastete und Soße. Das Gericht ist an fast jeder Straßenecke aufzufinden und nicht nur für Einheimische ein Genuss.⁴⁶



Abbildung 8: Bánh Mì, Vietnamesisches Sandwich

Quelle: [Pexels](#)

⁴⁴ Source of Asia (2018): [Vietnam](#)

⁴⁵ BMEL (2017): [Studie Lebensmittelmärkte in Vietnam](#)

⁴⁶ Farmonline (2017): [Demand from Vietnamese flour millers](#)

4.3 Konsumentenverhalten im Bereich Getreideprodukte

Vietnam entwickelt sich zu einer Konsumgesellschaft. Für Einzelhändler und Konsumgüterunternehmer ist das Land in Südostasien ein attraktiver Markt, denn die Wirtschaft wächst schnell und nachhaltig. Wie Vietnam selbst, so sind auch die Essgewohnheiten in einem Prozess der Veränderung. Hervorgerufen durch eine erstarkende vietnamesische Wirtschaft, makroökonomische Stabilität, durch ökonomische Integration und eine durch rasche Urbanisierung geprägte Gesellschaft, werden diese Gewohnheiten verstärkt in Richtung verarbeitete und verpackte Lebensmittel gelenkt.⁴⁷ Reis gehört zu der am meisten konsumierten Getreideart und bildet damit die Nahrungsgrundlage für einen großen Teil der Bevölkerung. Seit Jahren erkennen Wissenschaftler, dass der Pro-Kopf-Reiskonsum in einkommensschwächeren asiatischen Ländern in der Tendenz steigend ist und in einkommensstärkeren asiatischen Ländern sinkt – so auch in Vietnam.

Bei der Nachfrage nach bestimmten Lebensmitteln wird in wirtschaftliche und nichtwirtschaftliche Aspekte unterschieden. Ökonomische Aspekte beziehen sich auf Einkommensniveau der Konsumenten, Preise, Qualität und Kundenservice. Nichtökonomische Aspekte spiegeln währenddessen psychologische, soziale Bedürfnisse und geografische Merkmale des Einzelnen wider.⁴⁸

Ernährungsgewohnheiten sind in vielen anderen asiatischen Ländern an die soziale Schicht gebunden. So steigt die Nachfrage nach Fleisch, Milchprodukten und Backwaren vor allem bei der Mittelschicht, die von der dynamischen Wirtschaft am stärksten profitiert. Die Konsumenten reagieren auf neue Produkte im Markt und interessieren sich für westliche Marken.

Vietnamesische Konsumenten sind bereit, einen beträchtlichen Teil ihres Einkommens für Nahrungsmittel auszugeben. Mehr als die Hälfte der Ausgaben für Nahrungsmittel entfallen dabei auf Grundnahrungsmittel wie z. B. für Reis, Weizenprodukte, Salz, Zucker, Fleisch, Pflanzenöle und Saucen. Obwohl ein durchschnittlicher vietnamesischer Haushalt wenig für hochwertig verarbeitete Nahrungsmittel ausgibt, deuten jüngste Verbraucherumfragen auf einen Anstieg der Ausgaben für hochwertige Lebensmittel und Getränke hin. Generell ist ein Anstieg des Lebensmittelkonsums der vietnamesischen Bevölkerung zu beobachten. In den Jahren 2014 – 2018 ist der Lebensmittelkonsum um 11,4 % gestiegen. Die Zunahme der Mittelschicht, eine steigende Kaufkraft und die zunehmende Urbanisierung schaffen neue Bedürfnisse und neue Formen des Konsums.⁴⁹

⁴⁷ USDA (2018): Vietnam: Food Processing Ingredients 2018

⁴⁸ USDA: Effects of Urbanization on Global Food Demand

⁴⁹ GTal (2018): Kaufkraft und Konsumverhalten Vietnam

4. Überblick über Getreidehandel in Vietnam

Überdies ist die Bevölkerung zunehmend darauf sensibilisiert, auf die Qualität von Waren zu achten. Durch Lebensmittelskandale und Berichte über gefälschte Waren aller Art, wurde ein Umdenken unter vietnamesischen Konsumenten bewirkt. International anerkannte Qualität, ein „gesundes“ Image und der Schutz des Verbrauchers stehen heute immer mehr im Fokus. Vor allem die Hersteller von Instant-Nudeln legen bei der Vermarktung viel Wert darauf, die gesundheitlichen Vorteile der Nudeln in den Werbespots einzubeziehen und zu übermitteln. Deutsche Marken und Produkte stehen dabei weit oben auf der Wertigkeitsliste. Die im Vergleich zu lokalen Produkten höheren Preise stellen dabei in der Regel keine Hürde bei der Kaufentscheidung dar.⁵⁰

Der Backwarenmarkt in Vietnam gilt als einer der robustesten in Asien.⁵¹ Seit Jahren steigt der Konsum von Backwaren kontinuierlich an (siehe Tabelle 6). Im Jahr 2014 importierte das Land laut dem vietnamesischen Industrie- und Handelsministerium (*Ministry of Industry and Trade, MOIT*) 107,1 Mio. Getreide- und Süßwarenprodukte. Der Umsatz des Brotverkaufs lag im Jahr 2013 bei 387,7 Mio. USD, was einem Anteil von 76,8 % des gesamten Bäckereimarktes entspricht (siehe Abbildung 9).⁵²

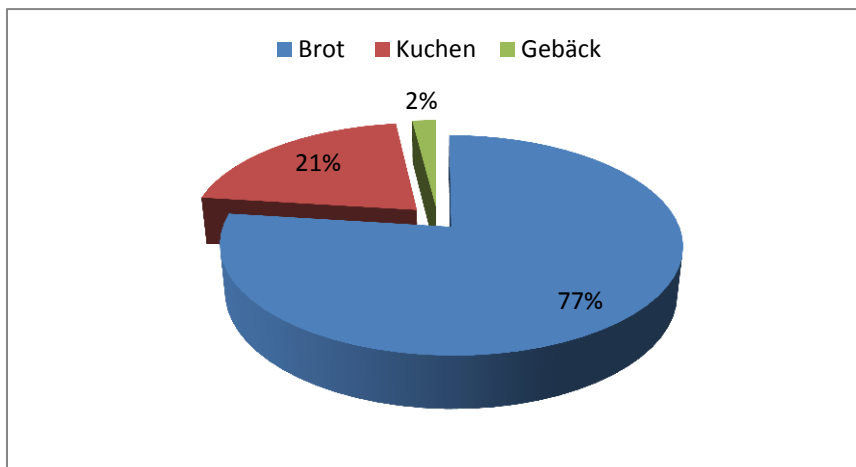


Abbildung 9: Backwarenkonsum in Vietnam

Quelle: eigene Darstellung nach [Source of Asia](#)

⁵⁰ BMEL(2017): [Studie über die Lebensmittelmärkte in Vietnam](#)

⁵¹ Scribd (2013): [Baked Goods in Vietnam](#)

⁵² EU-Vietnam Business Network (2014): [Agrofood Research Report](#)

4. Überblick über Getreidehandel in Vietnam

Tabelle 6: Verkaufsvolumen und Verkaufsumsatz von 2014 – 2016 (Prognose für 2017 und 2021)

Absolutes Wachstum	2014	2015	2016	2017*	2021*
Verkaufsvolumen (in t)	2.606.000	2.745.000	2.886.000	3.027.000	3.637.000
Verkaufsumsatz (Mio. USD)	592,2	636,0	686,8	717,3	842,0

Quelle: eigene Darstellung nach BMEL: Der Markt für Süßwaren und Knabberartikel in Vietnam (2017)

Vietnam importierte im Jahr 2016 ca. 42.000 t Backwaren. Bemessen an Ausfuhrwerten und –mengen wurden die meisten Backwaren aus Indonesien eingeführt. Weitere wichtige Exporteure sind Malaysia, Thailand und Südkorea. Deutschland steht auf Rang 11 der Exporteure von Backwaren in das südostasiatische Land und spielt dementsprechend als Exporteur eine bis dato weniger relevante Rolle.⁵³

Tabelle 7: Exportländer von Backwaren nach Vietnam

Exportland	Importmenge (in t)	Importwert (in Mio. USD)	Prozentualer Anteil
Indonesien	22.600,0	75,8	47,0
Malaysia	7.000,0	29,5	18,0
Thailand	5.020,0	17,6	11,0
Süd-Korea	860,0	6,1	3,8
USA	840,0	5,8	3,6
Japan	725,0	4,6	2,9
Frankreich	720,0	4,5	2,8
Rest	4.235,0	18,1	10,9
Gesamt	42.000,0	162,0	100

Quelle: eigene Darstellung nach Observation of Economic Complexity: [Vietnam](#) (2016)

Zur Gruppe der Süßwaren gehören auch weizenhaltige Snacks wie Biscuits, Cookies und Cracker. Diese machen, gemessen am Umsatz, 42 % des Marktanteils in Vietnam aus. Im Jahr 2013⁵⁴ wurden demnach rund 333 Mio. USD (umgerechnet: 6,9 Bio. VND) durch den Verkauf der Snacks erwirtschaftet.⁵⁵ Der Markt für Süßwarenprodukte ist in den letzten Jahren durch die Präsenz von über 100 Marken im In- und Ausland recht wettbewerbsfähig

⁵³ Observation of Economic Complexity (2016): Import Statistic

⁵⁴ Neuere Zahlen lagen zum Zeitpunkt der Recherche nicht vor.

⁵⁵ BMEL (2017): [Studie über die Lebensmittelmärkte in Vietnam](#)

4. Überblick über Getreidehandel in Vietnam

geworden. Die Wachstumsrate von etwa 8 – 10 % liegt deutlich über dem regionalen Wachstum in Südostasien und der weltweiten Wachstumsrate von rund 3 %.⁵⁶

Wie auf dem Chart der Abbildung 10 dargestellt, gibt es einen steigenden Trend des Konsums der verpackten Ware (Biscuits, Cookies, und Cracker). Vietnamesische Konsumenten entscheiden sich gerne für herzhaftere oder einfache Kekse, da diese, verglichen mit anderen Süßwaren, weniger Zucker und dafür mehr Vitamine enthalten. Auch hier ist der Trend der Bevölkerung hin zu einer bewussten, gesunden Lebensweise erkennbar. Der Süßwarenmarkt zieht immer mehr ausländische Unternehmen an, die ihre Produkte nach Vietnam exportieren. Qualitativ hochwertige und teure Süßwarenprodukte werden häufig auf traditionellen Veranstaltungen und Feiern verschenkt.

Die blaue Linie in Abbildung 10 zeigt die Wachstumsrate in % der drei vorgestellten Produkte innerhalb der Kategorie der Süßwaren. Zwischen den Jahren 2010 – 2015 betrug die Wachstumsrate durchschnittlich 9,1 %. Auch wenn der Trend abwärts geht, sind die Wachstumsraten zum Vorjahr stets positiv.⁵⁷

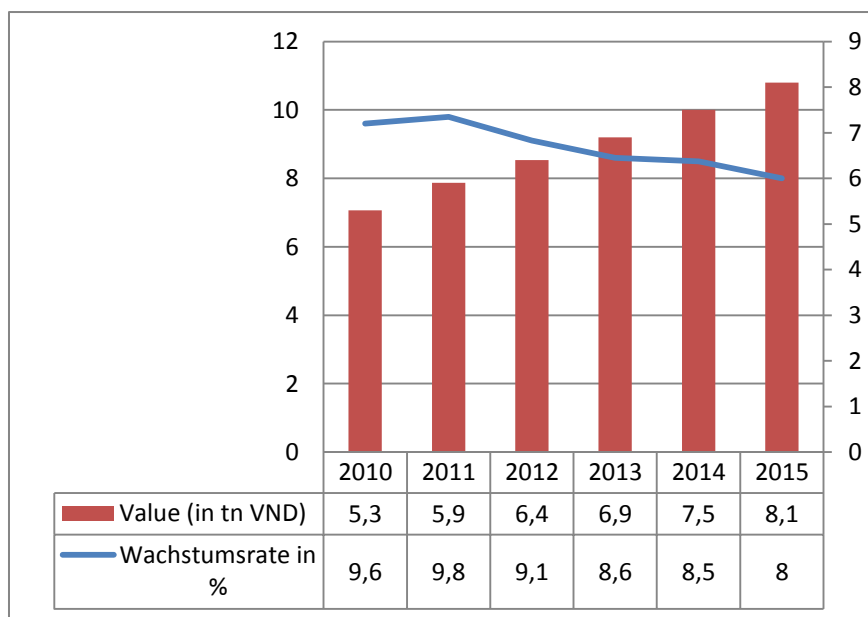


Abbildung 10: Wert und Wachstumsrate von Biscuits, Cookies und Crackers

Quelle: eigene Darstellung nach EU-Vietnam Business Network: Agrofood Research Report (2014)

⁵⁶ Source of Asia (2018)

⁵⁷ EU-Vietnam Business Network (2014): Agrofood Research Report

4. Überblick über Getreidehandel in Vietnam

Business Monitor International prognostizierte für das Jahr 2018 einen Umsatz von 1,76 Mrd. USD für Süßwaren in Vietnam. Um den Wettbewerb zu gewinnen, führen die Unternehmen ständig neue Produkte ein mit einer starken Wettbewerbsstrategie.⁵⁸ Der Süßwarenmarkt ist zu großen Teilen zwischen den beiden Unternehmen Mondelez Kinh Do Corp. und ABC Bakery aufgeteilt, die vor allem die Fast-Food-Ketten KFC und Jollibee mit hochwertigem Rohmaterial beliefern.⁵⁹

4.4 Preisniveau von Getreide und Getreideprodukten

Abbildung 11 stellt die Weizenpreis-Entwicklung von 2009 – 2018 dar. Weizenpreise sind stark von den Witterungsbedingungen in den wichtigsten weizenproduzierenden Ländern abhängig. Hierzu gehören die USA, Kanada, Australien, Brasilien und Russland. Erkennbar sind die im Jahr 2011 durch Trockenheit ausgelösten geringen Erträge und deshalb gestiegenen Preise.⁶⁰ Zudem spielt die politische Stabilität eine wichtige Rolle bei der Entwicklung der Weizenpreise, wie man an den Unruhen der Ukraine, beginnend im Jahr 2013, erkennen kann.⁶¹

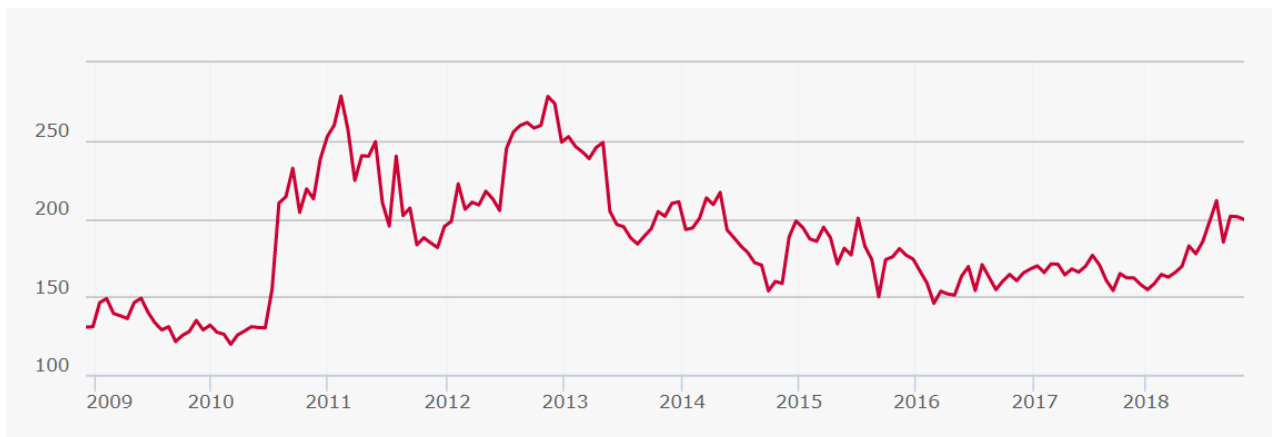


Abbildung 11: Chart vom Weizenpreis (2012 – 2018)

Quelle: Börse online (2018): [Weizenpreis](#)

Zudem hängt der Preis für Weizen stark von der Qualität der importierten Menge ab. In der Regel unterscheidet sich der Preis zwischen 20 – 30 USD pro t zwischen den verschiedenen Qualitätsstufen (Premiumweizen; Weizen mittlerer bzw. schlechter Qualität). Der Importpreis wird meist zwischen Weizenhändler/Importeur und den Mühlenunternehmen diskutiert und festgelegt.

⁵⁸ Source of Asia (2018)

⁵⁹ BMEL (2017): Der Markt für Süßwaren und Knabberartikel in Vietnam

⁶⁰ BMEL (2011): [Ernte 2011: Mengen und Preise](#)

⁶¹ EU-Vietnam Business Network (2014): [Agrofood Research Report](#)

4. Überblick über Getreidehandel in Vietnam

2017 gilt als ein instabiles Jahr für Weizenpreise. Der durchschnittliche Weizenpreis stieg vierteljährlich um 20 – 30 USD pro t. Australischer Premiumweizen, der für die Herstellung von Backwaren häufig verwendet wird, wurde im Jahr 2016 noch für 210 USD verkauft, im April 2017 stieg der Preis auf 230 USD und im Dezember 2017 auf 265 – 270 USD.⁶²

Wegen der anhaltenden Trockenheit steigen die Preise für Weizen laut USDA im Jahr 2018 wieder an. Der zur Herstellung von Backwaren benötigte Brotweizen und dessen Preis werden aber nicht nur durch das Angebot beeinflusst. Weltweit wird mehr Weizen und Futtergetreide nachgefragt als erzeugt wird, in Folge dessen muss auf eingelagerte Bestände zurückgegriffen werden.⁶³ Im asiatischen Raum steigt die Nachfrage nach Weizen zunehmend an, um die wachsenden Ansprüche der Bevölkerung im Bereich der Nahrungsmittelversorgung erfüllen zu können. Das Produktionswachstum von Weizen hält mit dem Bevölkerungswachstum Asiens nicht mit, wodurch die Preise der Produkte steigen.

Laut den Rohdaten der vietnamesischen Zollbehörde wird für das Jahr 2018 ein weiterer Anstieg der Weizenimporte prognostiziert. Den Angaben zufolge wurden in den ersten Monaten des Jahres 2018 bereits eine Menge von knapp 3,9 Mio. t importiert. Unternehmen und Nahrungsmittelhersteller, wie u. a. Uni-President, Mekong Flour Mills, Interflour, Vimaflour, Vinafood, Tan Long Corp., Dai Phong und Tien Hung sind große Nachfrager nach importierten Weizen in Vietnam.⁶⁴

Australischer Brotweizen (max. Feuchtigkeit 14,5 %, min. Proteingehalt 12 %), der hauptsächlich für die Herstellung von Lebensmitteln verwendet wird, wurde im Januar 2018 für einen Preis von 248 bis 255 USD pro t verkauft. Bis August 2018 stieg dieser jedoch auf 280 – 285 USD pro t an.⁶⁵

Auch die Weizenpreise für Viehfutter sind im Laufe des Jahres 2018 angestiegen. Der Preis pro Tonne lag im Januar 2018 noch bei 196 – 205 USD und stieg auf 257 – 283 USD pro t an. Bestimmt werden die Weizenpreise anhand des an der Börse notierten Referenzpreises. Mehl wird auf verschiedene Arten an Lebensmittelunternehmen, Süßwarenhersteller und Tierfutterunternehmen weitergeleitet, die dieses sofort weiterverarbeiten.

Im Falle des Verkaufs von Mehl für Produkte, die sofort verarbeitet werden, wie z. B. Instant-Nudeln, unterzeichnen Weizenmühlenunternehmen einen Einjahresvertrag mit ihren Kunden. Preise werden von Fall zu Fall und von Auftrag zu Auftrag unterschiedlich ausgehandelt. In der Kategorie der Instant-Nudeln fragen Unternehmen, wie z. B. Acecook, Masan und

⁶² [Source of Asia \(2018\)](#)

⁶³ [BMEL \(2018\): Ernte 2018: Mengen und Preise](#)

⁶⁴ [Vietnam Trade Promotion Agency \(2017\): Vietrade](#)

⁶⁵ [Grains Research & Development Corporation \(2009\): Understanding Australian Wheat Quality](#)

4. Überblick über Getreidehandel in Vietnam

Micoem, häufig nach dem Preisangebot für das nächste Quartal, wenn der globale Weizenpreis fällt. Abhängig von den Angeboten der Mühlenunternehmen entscheiden Unternehmen über die Menge des benötigten Mehls.

Der Markt für Weizenmehl ist sehr wettbewerbsfähig, was dazu führt, dass Mühlenunternehmen ihren Kunden einen günstigeren Preis als den Normalpreis anbieten. Dieser ist meist 200 – 300 VND (umgerechnet 0,0086 – 0,013 USD) günstiger pro kg, damit Mühlen ihre Marktanteile halten können.

Weizenmühlenunternehmen konkurrieren so stark untereinander, dass sie potentielle Kunden mit Werbeaktionen und Marketingkampagnen zu beeinflussen versuchen. Um gegenüber der Konkurrenz attraktiver zu wirken und größere Marktanteile zu gewinnen, bieten Mühlenunternehmen neben Preisnachlässen und kostenlosen Lieferungen auch kostenlose Überseereise an.⁶⁶

Mehlpreise für die Herstellung von Brot und Backwaren werden, abhängig von den Vertragsbedingungen zwischen den Mahlunternehmen und den Herstellern, gewöhnlich für 6 Monate bis zu einem Jahr abgeschlossen. Je nach Versanddistanz und Mengenwunsch können Hersteller die Ware 2 – 3 Tage im Voraus bestellen. Produzenten, wie z. B. Big C, Tous le jours, Kinh Do Bakery, verbrauchen monatlich zwischen 300 – 400 t Mehl für die Herstellung von Backwaren.

Weizenmehl und Zucker machen etwa 35 – 40 % der benötigten Zutaten zur Herstellung von Backwaren aus. Jede Veränderung der weltweiten Produktion kann daher zu Preisvolatilität der beiden Rohstoffe führen. Fallen Ernten gering aus, was zu einer Verknappung der Angebotsseite führt und deswegen zu einem Anstieg der Weizenpreise, wird die lokale Produktion negativ beeinflusst.

Fallende Weizenpreise wirken sich positiv auf die Bruttomargen von lokalen Produzenten aus. Aufgrund der gestiegenen Nachfrage nach Brot und Backwaren stiegen die Preise von 2010 – 2016 auch in Vietnam an. Vor allem die vietnamesische Sandwich-Version Bánh Mì gewinnt immer mehr an Beliebtheit und treibt den Konsum von Backwaren weiter voran. Abgebildet in der nachfolgenden Grafik ist der Preisverlauf von Brot und Backwaren ab dem Jahr 2010 (Index = 100 %).

⁶⁶ [Source of Asia](#) (2018)

4. Überblick über Getreidehandel in Vietnam

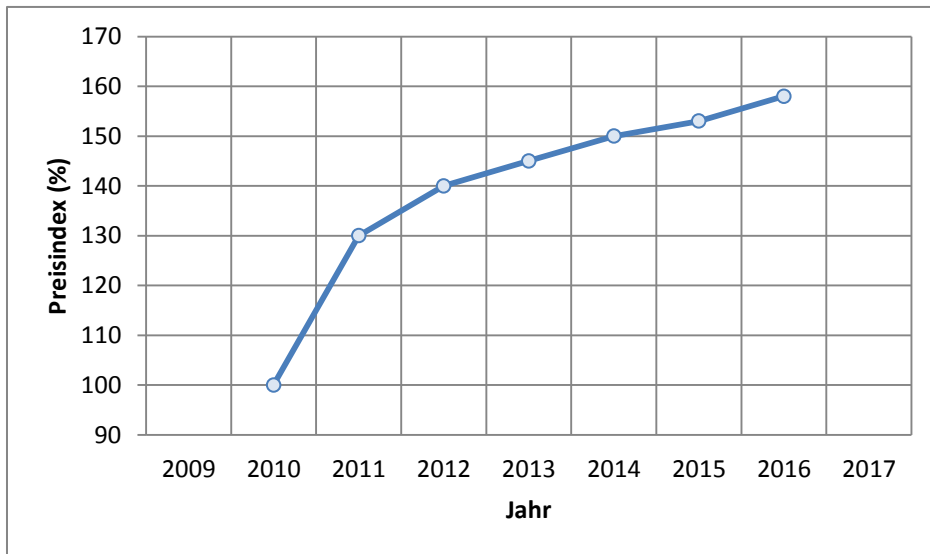


Abbildung 12: Verbraucherpreisindex für Brot und Backware von 2010 – 2016 mit Basisjahr 2010

Quelle: eigene Darstellung nach Statista: Consumer Market Outlook Food Vietnam (2016)

Im Zeitraum 2010 – 2012 stiegen die Preise für Brot und Backwaren um 40 % an. Ein Grund für diesen starken Anstieg liegt in der hohen Inflationsrate von über 18 % im Jahr 2011.⁶⁷ Danach ist ein moderater Anstieg im Rahmen der Inflation zu erkennen. Durch die Erweiterung des Sortiments und das Wachstum der verschiedenen Produktgruppen, stiegen Preise zwischen 2011 – 2016 im Durchschnitt um bis zu 13,5 %. Seit dem Jahr 2012 steigen die Preise moderater an, was hauptsächlich an der niedrigen Inflationsrate innerhalb des Zeitraums liegt. Von 2012 – 2016 stiegen die Preise unter 20 %.

⁶⁷ Länderdaten (2018): Inflationsraten

4.5 Lebensmittel- und Getreideaußenhandel

Vietnam ist ein bedeutender Produzent von Nahrungsmitteln und landwirtschaftlichen Produkten und hat sich zu einem führenden Agrarexporteur entwickelt. Kaffee, Reis, Pfeffer, Cashew und Fisch/Meeresfrüchte sind lediglich einige Beispiele für das Potential der Nahrungsmittelindustrie in Vietnam. Hersteller, Lebensmittelverarbeiter, Groß- und Einzelhändler, Gastronomiedienstleister sowie Lebensmittelimporteure sind Teil eines sich entwickelten dynamischen agrarischen Sektors.⁶⁸

Im Jahr 2017 betrug die Einfuhren landwirtschaftlicher Erzeugnisse ungefähr 24 Mrd. USD. Damit stiegen die Importe landwirtschaftlicher Fabrikate im Vergleich zum Vorjahr um 4,7 % an. Verbraucherorientierte Produkte stammen hauptsächlich aus China oder aus Ländern der ASEAN-Region.⁶⁹ Die stärksten Exportgüter aus dem Bereich der landwirtschaftlichen Erzeugnisse machten im Jahr 2017 einen Umsatz von 24,8 Mrd. USD aus, was einen Anteil von 11,5 % des gesamten vietnamesischen Exportumsatzes entsprach.⁷⁰ Vietnam ist Nettoimporteur von Getreide. Die Importzölle liegen derzeit bei 5 % für Weizen und bei 15 % für Weizenmehl. Ausgenommen aus dieser Regelung ist Australien, mit dem seit Januar 2016 ein Freihandelsabkommen besteht. Auch Russland, Kasachstan, Armenien und Kirgistan, die seit Oktober 2016 im vietnamesisch-eurasischen Freihandelsabkommen sind, genießen Zollfreiheit.⁷¹

Im Jahr 2014 lagen die deutschen Nahrungsmittlexporte nach Vietnam bei einem Volumen von insgesamt 93,1 Mio. USD.

Von diesem gesamten Umsatz machten jedoch die Exporte von Getreide, Getreideprodukten und Backwaren 58 % aus (54,1 Mio. USD).⁷² Abbildung 13 vergleicht die verschiedenen Exportgüter Deutschlands im Bereich der Nahrungsmittel untereinander. Erkennbar wird ein noch nicht ausgeschöpftes Potential, betrachtet man sich die großen Marktchancen des Brotweizens.

⁶⁸ USDA (2018): [Food Processing Ingredients](#)

⁶⁹ USDA (2018): [Food Processing Ingredients](#)

⁷⁰ GTal (2017): [Vietnam technisiert die Landwirtschaft](#)

⁷¹ USDA (2018): [Grain and Feed Annual](#)

⁷² GTal (2016): [Branche kompakt: Vietnams wachsende Mittelschicht treibt Ernährungswirtschaft](#)

4. Überblick über Getreidehandel in Vietnam

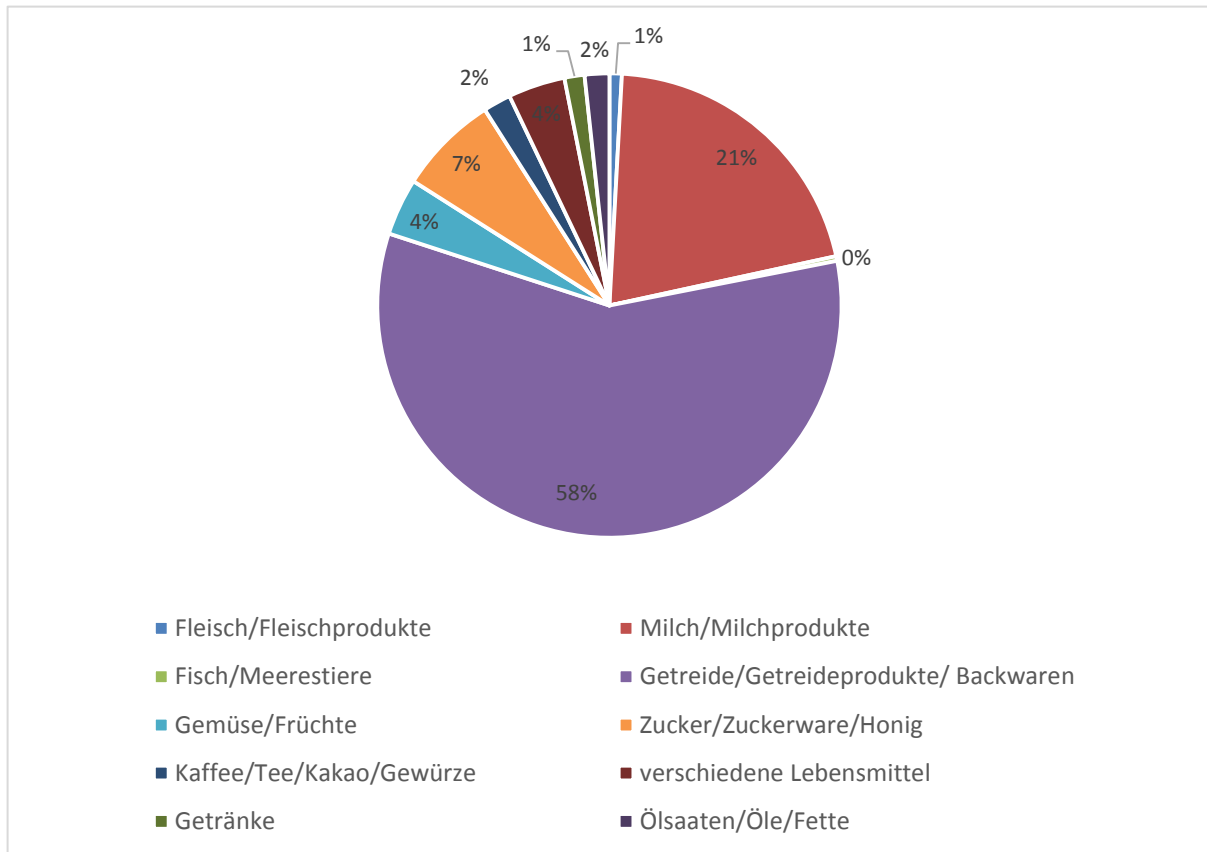


Abbildung 13: Einfuhr von Lebensmitteln nach Vietnam (in %)

Quelle: eigene Darstellung nach GTaI: Vietnams wachsende Mittelschicht treibt Ernährungswirtschaft (2016)

In der Abbildung 13 Getreide/Getreideprodukte, Zuckerwaren

In der nachfolgenden Tabelle sind die größten Weizenimporteure Vietnams (Stand 2016) zusammengefasst. Neben Importmenge und Importwert werden der Preis pro t, die Wachstumsrate zum Vorjahr und der Wachstumstrend der letzten 3 Jahre dargestellt, um Veränderungen auf dem Weizenmarkt zu veranschaulichen. Da nicht für jedes Land alle Daten zur Verfügung stehen und die vorhandenen Daten variieren, handelt es sich hier um eine Aufführung von Durchschnittswerten, die allgemeine Trends verdeutlichen.

4. Überblick über Getreidehandel in Vietnam

Tabelle 8: Überblick über Vietnams Weizenimporte im Jahr 2016

Rang	Land	Importwert im Jahr 2016 (in USD)	Importanteil in %	1-Jahres Wachstumsrate (in %)	3-Jahres Wachstumsrate (in %)	Importmenge (in t)	1-Jahres Wachstumsrate Menge (in %)	Preis pro Tonne (in USD)	1-Jahres Veränderung des Preises (in %)
1	Australien	333,4 Mio.	39,9	+0,8	-24,06	1,5 Mio.	+15,9	0,22	-13,0
2	Rumänien	141,5 Mio.	16,9	+1.035,3	+909,9	838,2 K	+1.322,1	0,169	-20,2
3	Argentinien	128,0 Mio.	15,3	-	-	736,0 K	-	0,174	-
4	Bulgarien	66,2 Mio.	7,9	+234,6	+15.159,3	393,5 K	+338,4	0,168	-23,7
5	USA	49,8 Mio.	6,0	-28,2	+20,1	230,0 K	-13,8	0,217	-16,7
6	Brasilien	35,1 Mio.	4,2	-57,7	-	215,9 K	-39,7	0,163	-29,8
7	Frankreich	19,8 Mio.	2,4	-	+4.378.893,6	120,1 K	-	0,165	-
8	Kanada	15,9 Mio.	1,9	-79,0	-71,0	71,9 K	-76,5	0,221	-10,5
9	UK	10,9 Mio.	1,3	-	-	70,0 K	-	0,156	-
10	Russland	8,8 Mio.	1,1	-	-33,5	66,0 K	-	0,133	-
11	Finnland	8,7 Mio.	1,1	-	-	57,1 K	-	0,153	-
12	Litauen	8,3 Mio.	1,0	+8.702,2	-	54,9 K	+14.967,4	0,151	-41,6
13	Dänemark	8,1 Mio.	1,0	-	-	48,7 K	-	0,166	-
14	Uruguay	637,6 K	0,1	-93,1	-90,6	3,8 K	-90,0	0,178	-31,1
15	Malaysia	95,1 K	0,01	+2.204,2	+20,7	362,2	+2.130,4	0,263	+3,3

Quelle: eigene Darstellung; Observation of Economic Complexity (2016): Vietnam Wheat Import Statistic; Tridge (2016): Wheat

4. Überblick über Getreidehandel in Vietnam

Größter Exporteur im Jahr 2016, mit einer Exportmenge von 1,5 Mio. t Weizen nach Vietnam, war Australien. Als viertgrößter Weizenexporteur der Welt war das Land aufgrund der Nähe zu Vietnam und wegen seines Qualitätsversprechens eine günstig gelegene Exportregion. Erkennbar an den Wachstumsraten der letzten 3 Jahre ist der Import aus Australien jedoch rückläufig. Rumänien und Bulgarien konnten ihre Marktanteile durch günstigere Preise pro t (im Durchschnitt 30 % unter Preis von Australien) ausbauen und damit ihren Einfluss im Markt festigen. Auch Argentinien und die USA sind große Weizenexporteure, da der von hier stammende, sogenannte „Premium-Weizen“, als qualitativ hochwertig angesehen und entsprechend nachgefragt wird.⁷³

Abbildung 14 gleicht Futter- und Brotweizenimporte miteinander ab.⁷⁴ Es wird verdeutlicht, dass in den ersten beiden dargestellten Geschäftsjahren weniger Futterweizen als Brotweizen importiert wurde. Die Futterweizenimporte fluktuierten stärker, während die Importmenge von Brotweizen kontinuierlich anstieg. Schätzungen des Landwirtschaftsministeriums der Vereinigten Staaten zufolge wurden im Geschäftsjahr 2016/2017 insgesamt 5,5 Mio. t Weizen importiert. Davon waren knapp 1,9 Mio. t Brotweizen und 3,6 Mio. t Futterweizen.⁷⁵

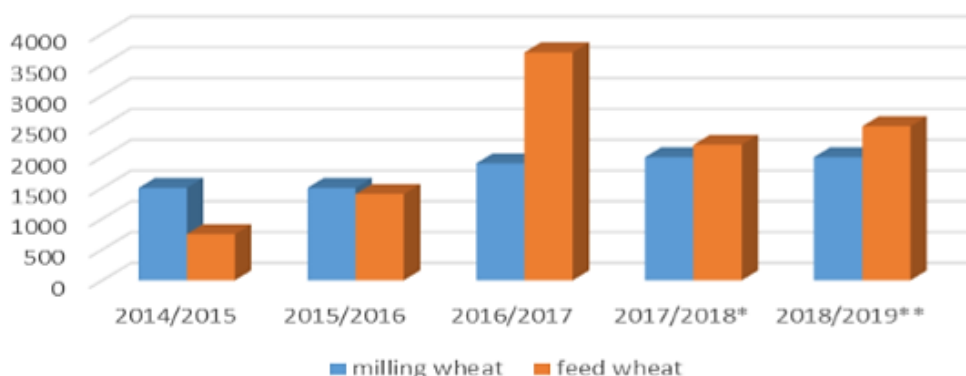


Abbildung 14: Vergleich Futterweizen- und Brotweizenimporte (in 1000t)

Quelle: USDA (2018): Vietnam: Grain and Feed Annual

Seit dem Jahr 1990 steigt in Vietnam der Konsum von Schweinefleisch rapide an. Nach China steht Vietnam auf dem zweiten Platz mit dem höchsten Verbrauch von Schweinefleisch. Die Schweinefleischbranche konzentrierte sich bis Ende 2015 zunächst auf die Versorgung des heimischen Marktes. Landwirte in den Provinzen weiteten diese Produktion aber ab Ende 2015 verstärkt aus, um am Export lebender Schweine teilzunehmen. Dadurch kam es zur verstärkten Nachfrage nach Futtermitteln, wie beispielsweise Futterweizen und Mais.⁷⁶ Da der Weizenpreis im Vergleich zu Mais wettbewerbsfähiger wurde, kann der Anstieg der

⁷³ USDA (2018): Vietnam: Grain and Feed Update

⁷⁴ Mit * gekennzeichnete Zeiträume stellen Prognosen dar.

⁷⁵ USDA (2018): Vietnam: Grain and Feed Annual

⁷⁶ USDA (2017): Vietnam: Grain and Feed Annual

4. Überblick über Getreidehandel in Vietnam

Futterweizenimporte darauf zurückgeführt werden.⁷⁷ Für das Wirtschaftsjahr 2018/2019 wird aufgrund der hohen Ernteerzeugnisse der produzierenden Länder im Vorjahr weiterhin ein hoher Weizenkonsum erwartet.

Tabelle 9: Vietnams Produktion, Angebot und Nachfrage nach Weizen (in 1 000t)

Weizenmarkt zu Beginn des Jahres	2016/2017	2017/2018	2018/2019
Geerntete Fläche	0	0	0
Anfangsbestand	628	1.033	1.283
Produktion	0	0	0
MY Importe	5.546	4.500	4.500
Gesamtversorgung	6.174	5.533	5.783
MY Exporte	241	250	250
Futter und Rest	3.100	2.000	2.500
Lebensmittel, Saatgut, Industrie	1.800	2.000	2.100
Gesamtverbrauch	4.900	4.000	4.600
Endbestand	1.033	1.283	933
Gesamtverteilung	6.174	5.587	5.837
Ertrag	0	0	0

Quelle: eigene Darstellung nach USDA: Grain and Feed Update (2018)

MY: Marketing Year

Ergänzend zu Abbildung 14 werden in Tabelle 9 Anfangsbestände, Nutzung und Endbestand von Weizen der ausgewählten Jahre dargestellt. Auffällig an den erhobenen Daten ist, dass Vietnam selbst keinen Weizen produziert und somit den gesamten Bedarf an dem Getreide für den Eigengebrauch importieren muss. Das Importvolumen von ca. 5,5 Mio. t Weizen im Zeitraum 2016/2017 stellt einen Anstieg von knapp 50 % im Vergleich zum Vorjahreszeitraum (2,9 Mio. t) dar. Der importierte Weizen und die Bestände des Vorjahres wurden zum einen als Futtermittel für die Tierindustrie des Landes (ca. 3,1 Mio. t) und zum anderen für die Lebensmittelherstellung, für die Industrie und als Saatgut (ca. 1,8 Mio t) verwendet.⁷⁸

Bis zum Jahr 2017 war Australien noch der mengenmäßig größte Importeur von Brotweizen nach Vietnam. Traditionell machte der australische Brotweizen 70 – 80 % der Importe nach Vietnam aus. Besonders wegen der Farbe des gemahlene Weizens, der geringen

⁷⁷ USDA (2018): Vietnam: Annual Report

⁷⁸ USDA (2018): Vietnam: Grain and Feed Update

4. Überblick über Getreidehandel in Vietnam

Feuchtigkeit, der hohen Mahlleistung und der verbliebenen Kleie wurde der Brotweizen überwiegend für die Herstellung des bekannten Bánh Mì verwendet.⁷⁹

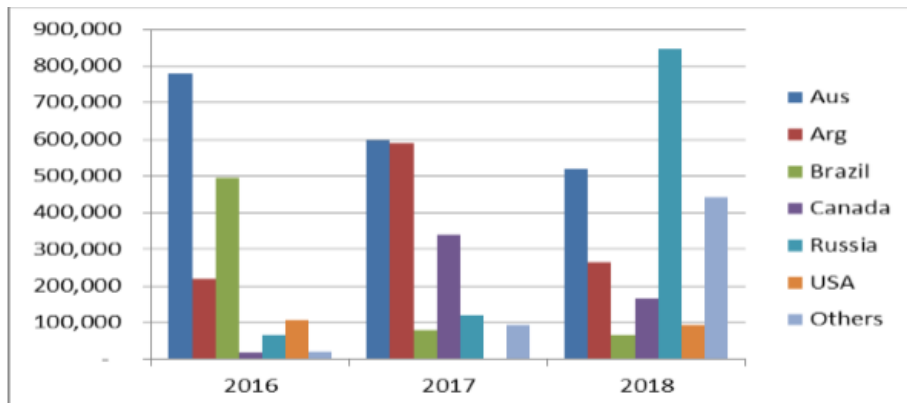


Abbildung 15: Weizenimporte nach Vietnam (in t)

Quelle: USDA (2018): [Grain and Feed Update](#)

Wie in Abbildung 15 des Landwirtschaftsministeriums der Vereinigten Staaten dargestellt, gehen australische Weizenimporte aktuell zurück. Gleichzeitig steigen die Importe aus Russland an. Damit bestätigt die Analyse des US-Ministeriums die Tabelle 9 in der Aussage, Importe aus dem nahegelegenen Australien seien rückläufig. Russland wurde zum ersten Mal größter Weizenanbieter in Vietnam.⁸⁰

Die Gründe für den Anstieg der russischen Weizenimporte nach Vietnam sind vielfältig. Zum einen sind die Produktionskosten für Getreide in Russland niedrig, zum anderen fielen die Ernten in diesem Jahr großzügig aus. Australien dagegen weist im Jahr 2018 Gegenteiliges auf. Höhere Produktionskosten und schlechte Ernteerträge führten zu einem Anstieg der Getreidepreise. Infolge dessen war der australische Weizen im internationalen Handel gegenüber dem russischen Weizen nicht mehr wettbewerbsfähig. Auch wenn australischer Weizen für die bessere Qualität der Ware bekannt ist, wird zunehmend minderwertiger, russischer Weizen aus Russland zur Herstellung von Backwaren verwendet.⁸¹ Die niedrigen Preise von Weizenmehl, welches in Vietnam hergestellt wird, sprechen für die niedrigere Qualität des Weizens. Dafür sind niedrigere Preise auf dem internationalen Markt wettbewerbsfähiger als höhere.

⁷⁹ Australian Export Grains Innovation Centre (2017): [Hand me a bánh mì](#)

⁸⁰ USDA (2018): [Vietnam: Grain and Feed Update](#)

⁸¹ USDA: (2018): [Vietnam: Grain and Feed Update](#)

4. Überblick über Getreidehandel in Vietnam

Tabelle 10: Importanteil und Importvolumen nach Vietnam in 2016

Exporteur	Importwert (in Mio. USD)	Anteil (in %)
Japan	4,9	52,0
Indonesien	1,6	17,0
Philippinen	0,9	9,7
Malaysia	0,5	5,2
Thailand	0,4	4,7
Singapur	0,4	4,2
Süd Korea	0,3	3,6
Sri Lanka	0,2	1,5
Hongkong	0,1	1,0
Rest	0,1	1,1
Gesamt	9,4	100,0

Quelle: eigene Darstellung nach Observation of Economic Complexity: [Import Wheat Flour](#) (2016)

Die Tabelle 10 verdeutlicht, dass Japan mehr als die Hälfte der benötigten Weizenmehlmenge exportiert. Danach folgen die Länder Indonesien, die Philippinen, Malaysia, Thailand und Singapur. Generell fällt außerdem auf, dass für den Mehlexport überwiegend Länder der ASEAN oder andere naheliegende Staaten das Land beliefern. Abbildung 16 visualisiert das Anteilsverhältnis entsprechend.

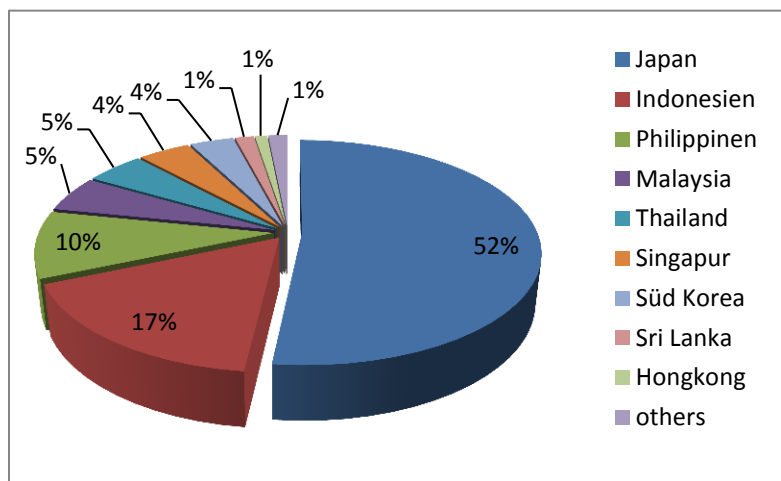


Abbildung 16: Importvolumen (in Mio. USD) Weizenmehl in Vietnam 2016

Quelle: eigene Darstellung nach Observation of Economic Complexity: [Import Wheat Flour](#) (2016)

4.6 Infrastruktur und Transport

Die Hauptstadt Hanoi und das Wirtschaftszentrum HCMC sind die größten und wichtigsten Märkte in Vietnam. Der Großteil der Waren, einschließlich der Lebensmittel, werden in diese beiden Zielregionen importiert und dann an Verarbeiter, Distributoren usw. im ganzen Land ausgeliefert.⁸² Der vietnamesische Staat ist bestrebt, den Ausbau der Infrastruktur des Landes voranzutreiben.

Der immer stärker wachsende Außenhandel sowie die voranschreitende Industrialisierung des Landes begünstigen die Ziele der Regierung. Im Jahr 2017 wuchs das Außenhandelsvolumen auf 269 Mrd. USD an, was einer Steigerung von 21,3 % im Vergleich zum Jahr 2016 entspricht. Das Transportaufkommen hat sich im Zeitraum 2010 – 2016 mit 1.300 Mio. t fast verdoppelt. Um den aufgrund des zunehmenden Transportaufkommens stetig steigenden Anforderungen nachzukommen, fließen pro Jahr schätzungsweise 8 – 9 % des BIP in Infrastrukturmaßnahmen. Bis zum Jahr 2020 sind, vom Ministerium für Planung und Investitionen, Förderungen in Höhe von 170 Mrd. USD erforderlich.⁸³

Mit einem jährlichen Wachstum des Personen- und Frachttransportes von knapp 7 % zwischen 2013 – 2017 gehört Vietnam im Bereich des Luftverkehrs weltweit zu den am schnellsten wachsenden Märkten. Das Land unterhält 9 internationale Flughäfen sowie eine Vielzahl nationaler Flughäfen.⁸⁴ Seitdem der Bereich der Luftfahrt für Privatinvestoren geöffnet wurde, strömen immer mehr ausländische Investitionen in das Land. Die sich immer mehr diversifizierende Industrie ist verstärkt auf präzise Zulieferungen, sowie professionelle und umfassende Logistikdienstleistungen angewiesen.⁸⁵ Besonders im Bereich der Nahrungsmittelproduktion und -verarbeitung müssen funktionierende Kühlketten für den Bedarf im Inland und für den Export ausgebaut werden.

Nicht nur der Außenhandel floriert, auch der Binnenhandel expandiert durch den zunehmenden Ausbau des modernen Einzelhandels. Dadurch wächst der Bedarf an neuen Beschaffungs- und Absatzlogistiklösungen. E-Commerce und das Zeitalter des Onlinehandels befördern die Nachfrage nach Kurieren und Expressdiensten. Besonders im Norden Vietnams haben sich um die Hauptstadt wichtige Industriezentren gebildet, aber auch im Süden des Landes bei HCMC und im Zentrum Vietnams floriert die Wirtschaft. Abbildung 17 veranschaulicht die Verteilung der wichtigsten Industriezentren des Landes. Akteure der Lebensmittelindustrie sind mehrheitlich im Süden des Landes angesiedelt.⁸⁶

⁸² USDA (2018): Vietnam: [Food Processing Ingredients](#)

⁸³ GTaI (2017): [Transport und Logistik](#)

⁸⁴ AHK Vietnam (2018): [Vietnam](#)

⁸⁵ GTaI (2016): [Infrastruktur Vietnam](#)

⁸⁶ USDA (2015): Vietnam: [Food Processing Ingredients](#)

4. Überblick über Getreidehandel in Vietnam

Der Transport von Produkten findet überwiegend per LKW statt. 991 Mio. t wurden über den Landweg transportiert. Die hohe Zeitintensität, die mangelnde Qualität der Straßen und die Gefahr von Diebstahl und Stau stellen dabei alltägliche Herausforderungen dar.⁸⁷

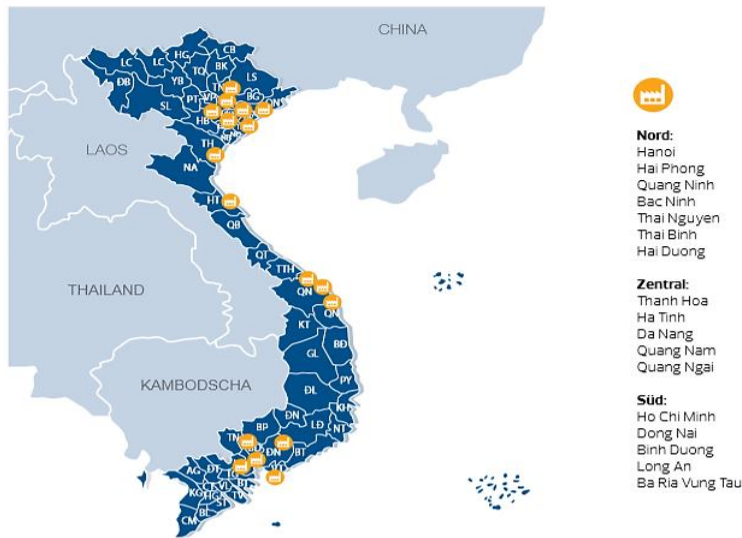


Abbildung 17: Wichtige Industriezonen in Vietnam

Quelle: AHK Vietnam (2015): Infolyer Vietnam

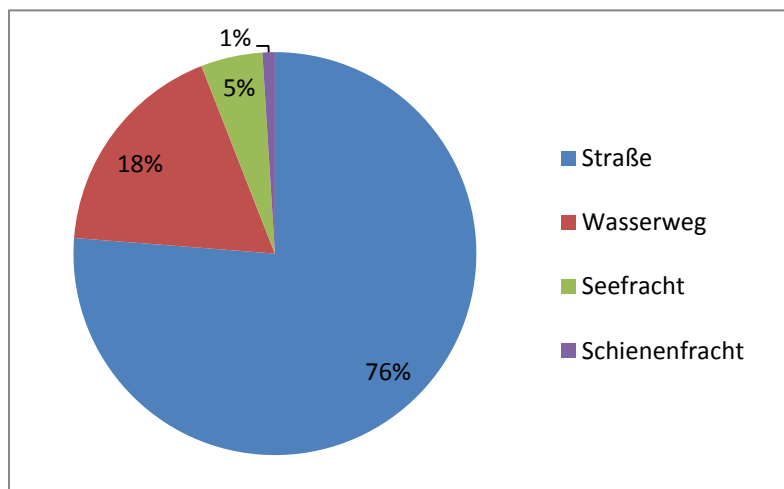


Abbildung 18: Nutzungsintensität der Transportwege in 2015

Quelle: eigene Darstellung nach BMEL: Studie Lebensmittelmarkt Vietnam (2017)

Inländische Wasserwege werden für den Warentransport bislang zu wenig genutzt, obwohl diese Form des Transportes am wirtschaftlichsten wäre (siehe Abbildung 18). Im Jahr 2015 wurden um die 218 Mio. t per Binnenflussschifffahrt und ca. 61 Mio. t per Binnenseeschifffahrt transportiert. Bis heute werden Wasserwege hauptsächlich in den Gebieten des Mekong River genutzt.⁸⁸ Das für Warenbeförderung am wenigsten genutzte Transportmittel ist in Vietnam der Zug. Das aktuelle Schienennetz umfasst aktuell lediglich

⁸⁷ GTal (2017): Transport und Logistik

⁸⁸ GTal (2017): Transport und Logistik

4. Überblick über Getreidehandel in Vietnam

3.200 km. Die Strecke weist auf der Nord-Süd Verbindung viele Unterbrechungen auf, die die Transportdauer häufig um einen Tag verlängern. Der sowohl nationale wie auch internationale Ausbau, der beispielsweise eine Verbindung zwischen Nordvietnam und China oder China-Vietnam-Kambodscha-Malaysia und Singapur umfassen würde, ist in Planung.

Die wichtigsten Seehäfen Vietnams liegen nahe der Wirtschaftszentren Hanoi, Da Nang, HCMC und am Mekong River Delta (siehe Abbildung 19). Direkt vor der Hauptstadt Hanoi liegt der Hafen Hai Phong, ein zentrales Gateway für Waren, die für die Industriezonen um Hanoi bestimmt sind. In Zentralvietnam bei Da Nang befindet sich ein Tiefwasserhafen. Direktverbindungen von und nach Europa bieten sich dementsprechend an. Der zentral gelegene Quy Nhon Port ist besonders für Waren, die für das westliche Hinterland und für die Region des Mekong Deltas bestimmt sind, attraktiv. Für Waren aus Nordeuropa sind die Häfen bei HCMC zentrale Anlaufpunkte. Das größte und modernste Hafenterminal Cat Lai verfügt über eine gute Anbindung zum Hinterland und bietet sich zugleich für Transporte in die industriellen Produktionszentren von HCMC an.⁸⁹

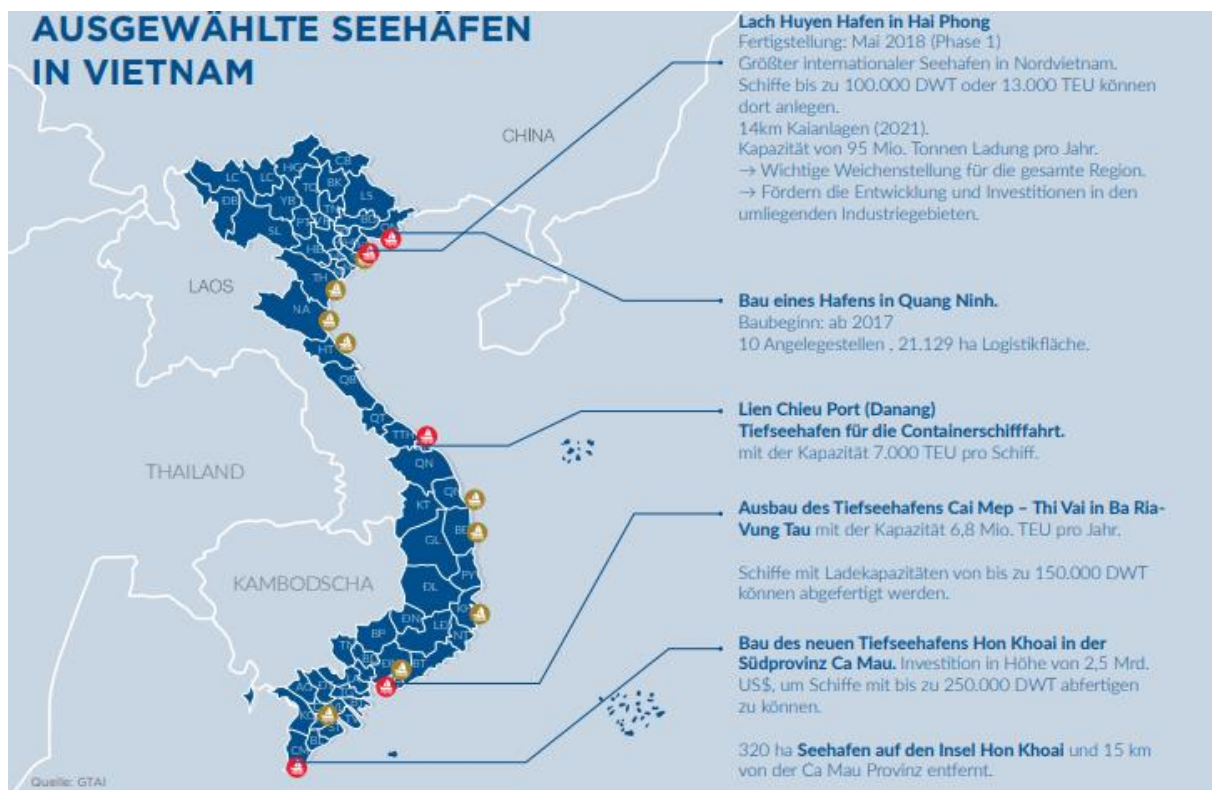


Abbildung 19: Wichtige Seehäfen in Vietnam

Quelle: AHK Vietnam (2018): Vietnam

⁸⁹ Karl Gross (2018): Hafenlandschaft von Vietnam

4.7 Vertriebs- und Distributionsstrukturen

Vietnam gehört weltweit zu den attraktivsten Einzelhandelsmärkten. Neben den rund 800 Supermärkten, 150 Einkaufszentren und den etwa 9.000 traditionellen Märkten gibt es im Land 2,2 Mio. traditionelle Familien- und Straßenläden. Vietnamesen beziehen ihre Waren präferiert in lokalen Geschäften oder auf offenen Märkten, in denen sie den Besitzer kennen. Vor allem in ländlichen Gebieten verlässt sich die Mehrzahl der Verbraucher auf diese traditionelle Form der Handelskanäle. In städtischen Gebieten wächst hingegen der moderne Handel.

Auch wenn der traditionelle Einzelhandel bisher den größten Anteil ausmacht, erreicht diese Form des Handels jedoch nur ein bescheidenes Wachstum. Die modernen Einzelhandelsgeschäfte variieren und grenzen sich in ihrer Größe, der Ausführung und der vertriebenen Produkte voneinander ab. Zwischen Convenience-Stores, Supermärkten, Verbrauchermärkten und Einkaufszentren besteht ein ausgeprägter Wettbewerb.

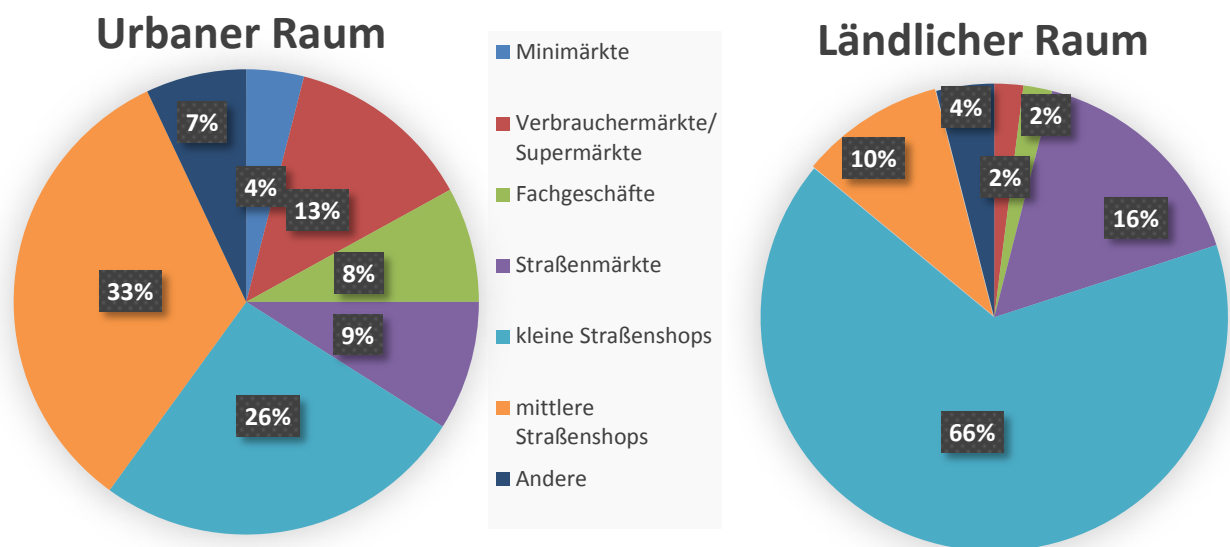


Abbildung 20: Anteile der verschiedenen Formen des Einzelhandels in % (2017)

Quelle: eigene Darstellung nach [Source of Asia](#)

Die Einführung des modernen Einzelhandelssystems liegt erst 2 Jahrzehnte zurück.⁹⁰ Erkennbar ist dies am verhältnismäßig kleinen Anteil von 10 % des organisierten Einzelhandels am Gesamtmarkt. Angesichts einer Bevölkerung von 92 Mio. Menschen und der hohen Wachstumsraten ist der Markt nicht sehr groß, expandiert jedoch aufgrund von verändernden Gewohnheiten besonders in Städten wie Hanoi und HCMC stark.

⁹⁰ GTAI (2017): [Vertrieb und Handelsvertreteruche Vietnam](#)

4. Überblick über Getreidehandel in Vietnam

Nach Angaben des MOIT stiegen zwischen den Jahren 2010 – 2016 die Umsätze des Einzelhandels jährlich um jeweils 15,5 % an. Getragen wird diese Entwicklung hauptsächlich durch lokale Ketten und Geschäfte, so z. B. von Co.op Mart, Citimart und Maximart. Aber auch internationale Einzelhändler wie die Metro Cash & Carry, Big C und Casino sind verstärkt auf dem vietnamesischen Markt aktiv.⁹¹ Aufgrund der robust steigenden Einkommen der Vietnamesen, wird ein über das Lebensnotwendige hinausgehender Konsum ermöglicht.

Tabelle 11: Liste der größten Supermarktketten in Vietnam

Supermärkte	Herkunft	Anzahl der Filialen
Co.op Mart	Vietnam	83 Supermärkte
Big C	Thailand	33 Supermärkte, 10 Convenience Stores
Aeon-Fivimart	Vietnam	19 Supermärkte
Vinmart	Vietnam	10 Supermärkte, 59 Convenience Stores
Metro C&C	Deutschland (2016 jedoch von der thailändischen TTC Group übernommen)	19 Filialen
Hapro	Vietnam	21 Supermärkte, 20 Convenience Stores
Aeon- Citimart	Vietnam	15 Supermärkte, 4 Minisupermärkte, 8 Convenience Stores

Quelle: eigene Darstellung nach GTaI: Vertrieb und Handelsvertretersuche Vietnam (2017)

Der vietnamesische Markt ist laut MOIT noch bei weitem nicht gesättigt. Bis zum Jahr 2020 prognostiziert das Ministerium die Entstehung von bis zu 1.300 Super- und Hypermärkten und über 300 Einkaufszentren. Damit würde der moderne Einzelhandel einen Marktanteil von 40 % erreichen.⁹²

Da die Anbieterstruktur in vielen Branchen noch nicht endgültig etabliert und dadurch veränderbar ist, besteht die Möglichkeit für Markteinsteiger, Nischen zu finden und zu besetzen. Vietnams Märkte gelten als stark segmentiert. Durch die Geschichte der Trennung des Landes bis 1976 in Nord- und Südvietnam und durch die geographischen Gegebenheiten empfiehlt es sich, jeweils unterschiedliche Vertreter zu beauftragen, damit eine gute Vernetzung innerhalb der jeweiligen Region gewährleistet ist.

⁹¹ GTaI(2016): Branche Kompakt Vietnam

⁹² GTaI (2017): Vertrieb und Handelsvertretersuche

4. Überblick über Getreidehandel in Vietnam

Im Nachfolgenden werden sechs verschiedene Distributionskanäle für den Lebensmittelhandel nach Vietnam beschrieben:

- 1) Ausländische Hersteller → Lebensmittelverarbeiter / -hersteller
- 2) Ausländischer Hersteller → lokaler Importeur / Händler → Großhändler → Lebensmittelverarbeiter /-hersteller
- 3) Ausländischer Hersteller → lokaler Importeur / Händler → Lebensmittelverarbeiter / -hersteller
- 4) Ausländischer Hersteller → lokaler Importeur → Großhändler / Händler → Lebensmittelverarbeiter /-hersteller
- 5) Ausländischer Hersteller → lokaler Importeur → Großhändler / Händler → traditioneller Einzelhandel oder Super- / Hypermärkte
- 6) Ausländischer Hersteller → Agent → Lebensmittelverarbeiter /-hersteller⁹³

Variante 1) beschreibt eine Situation, in der der Verarbeiter der Lebensmittel gleichzeitig direkter Importeur der Ware ist. In Variante 2) ist der Großhändler zwischen Exporteur / lokalem Importeur und dem inländischen Hersteller zwischengeschaltet. Variante 3) beschreibt ein Szenario, in dem entweder mittels eines lokalen Importeurs oder Händlers gehandelt wird, Variante 4) und 5) unterscheiden sich alleinig durch den Endkunden. Die letzte Variante 6) sticht durch die Zwischenschaltung eines Agenten zwischen ausländischem Hersteller und Lebensmittelverarbeiter heraus.

Die gängigsten Methoden sind die Varianten 1), 3) und 6). Die meisten Lebensmittelimporteure in Vietnam agieren gleichzeitig als Händler. Vietnams begrenzte Verteilungsinfrastruktur und Einrichtungen für verderbliche Lebensmittel (u.a. Kühlketten), sowie der unsachgemäße Umgang mit Lebensmitteln, sind bestehende Einschränkungen beim Import bestimmter Lebensmittel.⁹⁴

Einige Lebensmittelhersteller bevorzugen den Kauf der Nahrungsmittel über lokale Importeure oder Händler, um Komplikationen beim Einfuhrverfahren zu vermeiden. Kleinere Hersteller mit geringeren Verkaufsvolumen nutzen lokale Großhändler, die sich um alle notwendigen Einfuhrverfahren kümmern.

⁹³ USDA (2015): [Vietnam Food Processing Ingredients](#)

⁹⁴ USDA (2015): [Vietnam: Food Processing Ingredients](#)

5. Überblick über weizenverarbeitenden Sektor/ Backwarenindustrie

5.1 Zusammenfassung

- Vietnam gilt im Brotbereich als wachstumsstärkster Markt Südostasiens.
- Aufgrund von zunehmend hektischeren und westlich orientierten Lebensstilen verändert sich das Konsumverhalten der Vietnamesen immer mehr, was auch zu einer Veränderung der Essgewohnheiten führt.
- Die Gesundheit der Konsumenten und Lebensmittelstandards stehen immer mehr im Fokus der Hersteller.
- Weizenkleie, das nach dem Sieben von Mehl zurückbleibt, ist in vielerlei Hinsicht ein nützliches Nebenprodukt, das als Tierfutter, in der Brotproduktion und in weiteren Feldern Verwendung findet.

5.2 Mühlensektor: Struktur und Standorte

Aktuell sind in Vietnam um die 20 Mühlen registriert. Die größten Mühlenbetreiber sind Vimaflour, Interflour und Vietnam Flour Mills. In der folgenden Tabelle sind Standorte, Kapazitäten und die Produkte, die von den einzelnen Unternehmen hergestellt werden, dargestellt. Manche Unternehmen sind lediglich auf den Export der Güter ausgelegt, andere wiederum produzieren für den heimischen Markt. Mit einem Marktanteil von mehr als 50 % ist Vimaflour der größte Hersteller, der vor allem Weizenmehl zur Herstellung von Brot, Baguette und die beliebten Instant-Nudeln produziert.

5. Überblick über weizenverarbeitenden Sektor/ Backwarenindustrie

Table 12: Mehlindustrie Vietnams

Region	Unternehmen	Kapazität	Produkte
Fabrik: Ha Long City; Quang Ninh Provinz, Nordvietnam	Vina Flour (Joint Venture - MFMB Malaysia 70 % & Vinafood: 30 %) Marktanteil: >50 %	1.500 t pro Tag	Marken: Hoa Ngoc Lan, Phôi lúa mì, Atta Verwendung: zur Herstellung von Süßigkeiten, Brot, Baguette, Instant-Nudeln
Fabrik: Ha Long City, Quang Ninh Provinz, Nordvietnam	VFM-Wilmar Mehl (FFM Malaysia + Wilmar Singapore)	500 t pro Tag	Marken: Vệ Tinh, Chìa Khóa Đỏ, Chìa Khóa Cam, Chìa Khóa Xanh Bánh Bao, Chìa Khóa Xanh Lá, etc. Produkte werden in andere Märkte exportiert: Hongkong, Kanada, Thailand, Philippinen, Laos, Kambodscha
Fabrik: Bac Ninh Provinz, Nordvietnam	Tiên Hưng (privates Unternehmen)	1.000 t pro Tag (2 Fabriken) Silo Speicher: 16.000 t	Marken: Gấu Trúc, Hoa Ban, Sao La, Hải Cầu, Sóc Bay, Con Hươu, Đồng Hồ, King Pie, etc. Produkte vertrieben: Acecook Vietnam, Orion, Miwon Korea
Nordvietnam	Vinafood1	440 t pro Tag (2 Fabriken)	Produkte: Reis, Mais, Weizen, Salz

5. Überblick über weizenverarbeitenden Sektor/ Backwarenindustrie

Region	Unternehmen	Kapazität	Produkte
Südvietnam	Interflour	1.000 t pro Tag Weizenspeicher: 60.000 m ³	Marken: 888, 999 Orange, Brown Globe, FFC, Flamingo, Flying Dragon, Golden Globe, Hai Van, IFV- LG, Non Nuoc, Phoenix, Pink Globe, Red Globe, Bakers' Choice 11, IFV- LG
Fabrik: Da Nang City Südvietnam	Viet Ý (100 % staatliches Unternehmen)	220 t pro Tag	
Fabrik: Binh Duong Provinz Südvietnam	Uni President Vietnam	500 t pro Tag (2 Fabriken)	Marke: Uniflour Premium/Medium- Weizenmehl zur Herstellung von Sandwich, Baguette, Nudeln, Hamburger, Kuchen
Fabrik: Vung Tau City Südvietnam	CJ Foods Milling Vietnam LLC	500 t pro Tag	Marke: Bicycle, LGF, F3 Weizenmehl für die Herstellung von Brot, Sandwiches, Croissants, Pizzen, Donuts, Nudeln
Fabrik: Vung Tau City, Südvietnam	Mekong Flour Mills LTD	500 t pro Tag	Tierfutter, Landwirtschaft

5. Überblick über weizenverarbeitenden Sektor/ Backwarenindustrie

Region	Unternehmen	Kapazität	Produkte
Fabrik: Can Tho City, Südvietnam	Dai Phong Co.	480 t pro Tag In Planung ist eine weitere Anlage mit zusätzlicher Kapazität von 250 t pro Tag	Marken: Cúc đỏ, Cúc Xanh, 555 Verwendung: Weizenmehl für Kuchen, Instant-Nudeln, frische Nudeln, Eiernudeln Đầu Ngựa Xanh Verwendung: zur Herstellung von Sandwich
Fabrik: Vung, Tau City Südvietnam	VFM (Vietnam Flour Mill)	1.050 t pro Tag	Marken: Vệ Tinh, Chìa Khóa Đỏ, Chìa Khóa Cam, Chìa Khóa Xanh Bánh Bao, Chìa Khóa Xanh Lá, etc. Erzeugnisse werden nach Hongkong, Kanada, Thailand, Philippinen, Kambodscha, Laos

Quelle: eigene Darstellung nach [Source of Asia](#)

5.3 Bäckereien und Lebensmittelhandel

Vietnam gilt im Brotbereich als wachstumsstärkster Markt Südostasiens. Vor allem die Nachfrage nach gesäuertem Brot fördert den Markt. Das Land orientiert sich hier stark am westlichen Lebensstil. Parallel legt die Regierung verstärkt Wert auf hochwertige Lebensmittel und dementsprechend auf die verwendeten Produkte und Rohstoffe. Dies bietet deutschen Weizenexporteuren eine Chance, die noch nicht gesättigte Nachfrage zu decken.⁹⁵

Der Backwarenssektor in Vietnam verzeichnete im Zeitraum von 2010 – 2013 eine durchschnittliche jährliche Wachstumsrate von 7,6 % und erreichte bis Ende 2013 rund

⁹⁵ BMEL (2017): Der Markt für Süßwaren und Knabberartikel in Vietnam

5. Überblick über weizenverarbeitenden Sektor/ Backwarenindustrie

500 Mio. USD.⁹⁶ Angesichts der derzeitigen starken Wachstumsraten wird auch für die Zukunft ein positiver Trend prognostiziert. Im Fokus des Backwarenssektors steht eine hohe Qualität, um den Ansprüchen der Konsumenten gerecht zu werden.

Lebensmittelsicherheitsstandards stehen vor allem durch Lebensmittelskandale in der Vergangenheit, die von vergiftetem Schweinefleisch bis hin zu mit Kalk verunreinigtem Mehl reichten, immer stärker im Fokus in der vietnamesischen Bevölkerung.⁹⁷ Die Umsetzung entsprechender Regulierungen ist allerdings aufgrund von fehlendem Know-How und Kapital für lokale Hersteller oftmals eine Hürde. Dadurch genießen ausländische, entsprechend zertifizierte Unternehmen gegenüber inländischen Produzenten Vorteile.

Derzeit gibt es in Vietnam ca. 30 große Backwarenproduzenten und unzählige kleinere Unternehmen. Die Unternehmensgruppe Kinh Do Corp, die im Jahr 2015 von Mondelez International gekauft wurde und seitdem unter dem Namen Mondelez Kinh Do operiert, ist Marktführer im Bereich Backwaren in Vietnam.⁹⁸

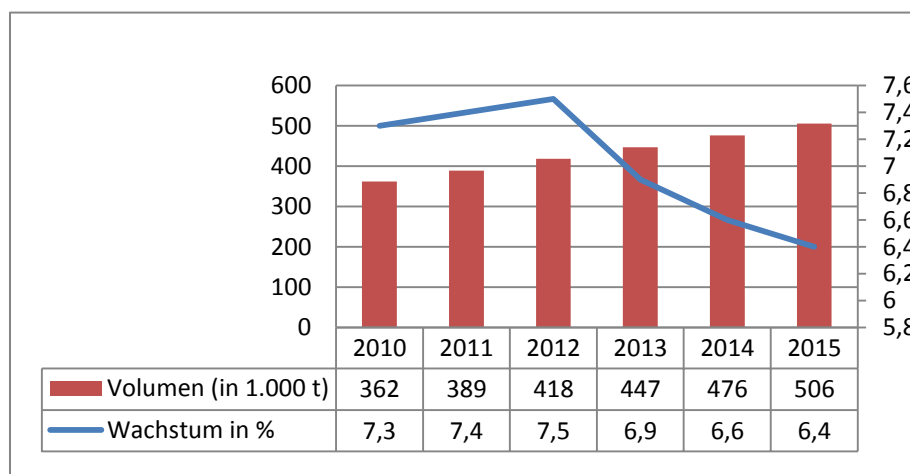


Abbildung 21: Marktvolumen und Wachstumsrate von Bäckereien in Vietnam

Quelle: eigene Darstellung nach BMEL: Der Markt für Süßwaren und Knabberartikel in Vietnam (2017)

Seit dem Jahr 2014 gewinnen lokale Marken auf dem vietnamesischen Backwarenmarkt immer mehr an Einfluss. Durch Einführung neuer Produkte und durch die Erschließung neuer Distributionskanäle, wie Hypermärkte, erhalten lokale Marken zunehmende Marktanteile. Vietnamesische Produkte werden von der Regierung mit Subventionen unterstützt, um verstärkt Anreize zur Eigenproduktion zu schaffen und die Wettbewerbsfähigkeit lokaler Unternehmen gegenüber großen internationalen Ketten zu stärken.⁹⁹

⁹⁶ EU-Vietnam Business Network (2014): [Agrofood Research Report](#)

⁹⁷ BMEL (2017): Der Markt für Süßwaren und Knabberartikel in Vietnam

⁹⁸ European- Vietnam Business Network (2015): [Agrifood Report Vietnam](#)

⁹⁹ Market Research in Vietnam (2015): [Bakery Market in Vietnam](#)

5. Überblick über weizenverarbeitenden Sektor/ Backwarenindustrie

Tabelle 13: Marktführer und jeweilige Anteile in 2016

Hersteller	Marktanteil in %
Mondelez International Inc	15,6
Orion Group	5,9
Duc Phat Private Enterprise	5,0
Huu Nghi Food JSC	4,4
Asia Bakery & Confectionery Pte Enterprise	3,5
Bien Hoa Confectionery Corp (Bibica)	3,0
Bao Ngoc Akito Investment and Manufacturing JSC	1,6
Apollo Food Holdings Bhd	1,3

Quelle: eigene Darstellung nach BMEL: Der Markt für Süßwaren und Knabberartikel in Vietnam (2017)

Der Anstieg der Wachstumsrate des Backwarenmarktes kann auch auf eine neue Form von Bäckereien zurückgeführt werden, die seit dem Jahr 2010 immer mehr an Beliebtheit gewinnt. Kido's Bakery, Onoré Bakery, Tous les jours, Paris Baguette, Bread Talk und Brodard Bakery sind namenhafte Beispiele für neue Caféhäuser in Vietnam, in denen neben dem Verzehr von Backwaren auch der Austausch mit Mitmenschen und ein vergnügliches Beisammensein im Fokus stehen.¹⁰⁰



Abbildung 22: Ausgelegte Backware im Schaufenster

Quelle: Pexels

¹⁰⁰ EU-Vietnam Business Network (2014): Agrofood Research Report

5. Überblick über weizenverarbeitenden Sektor/ Backwarenindustrie

Dank der steigenden Anzahl von Bäckereien ist der Verkaufswert von unverpackten oder handwerklich hergestellten Backwaren gewachsen. Er erreichte im Jahr 2013 einen Umsatz von 195,2 Mio. USD und entsprach demnach 39,6 % des Gesamtverkaufs von Bäckereien. Im Jahr 2013¹⁰¹ lag der Verkauf von verpackten Backwaren bei 297 Mio. USD.¹⁰²

Durch die höhere Präsenz internationaler Märkte werden die Präferenzen vietnamesischer Konsumenten verstärkt in Richtung verpackter Ware gelenkt, da durch die Verpackung Produkte hygienischer erscheinen. Es ist jedoch unwahrscheinlich, dass unverpackte Backwaren einen großen Einfluss auf den Verkauf und auf die Einnahmen von verpackten Backerzeugnissen haben werden und umgekehrt, da jede Produktkategorie unterschiedliche Vorteile bietet. Verpackte Waren bieten vor allem für den städtischen Lebensstil, in dem die Arbeit einen großen Stellenwert hat, große Vorteile. Dem gegenüber steht der bessere Geschmack und die größere Auswahl frischer Backwaren, die vor allem in Bäckereiläden aufzufinden sind.¹⁰³



Abbildung 23: Landestypische Bäckereien und Backshops

Quelle: Source of Asia

¹⁰¹ Aktuellere Zahlen nicht verfügbar.

¹⁰² EU-Vietnam Business Network (2014): [Agrofood Research Report](#)

¹⁰³ BMEL (2017): Der Markt für Süßwaren und Knabberartikel in Vietnam

5.4 Nutzung von Kleie

Da Kleie zum Schutz des Saatguts beiträgt und viele Ballaststoffe, B-Vitamine und Mineralstoffe enthält, wird es für verschiedene Produkte verwendet, sowohl für den Menschen als auch für die Tierindustrie. In den letzten Jahren importierte Vietnam Weizenkleie aus verschiedenen Ländern, darunter Indien, China, Sri Lanka und Indonesien.

Kleie wird zusammen mit anderen Fraktionen der Kerne zur Herstellung von Vollkornbrot und anderer Backware verwendet. Einige beliebte Marken in Vietnam wie Tous les Jours, Bread Talk und Kelloggs sowie Nestlé und Harvest Baking greifen auf die Nutzung von Kleie zurück. Weizenkleie wird zudem mit einer verbesserten Darmgesundheit und möglichen Vorbeugung von Krankheiten, wie z. B. Darmkrebs, in Verbindung gebracht. Aufgrund der Verbindungen von Phenolsäure, Arabinoxylanen, Alkylresorcine und Phytosterolen in Weizenkleie, die als Prävention nicht-übertragbarer Krankheiten wie Herz-Kreislauf-Erkrankungen vermutet werden, werden die Auswirkungen von Kleie medizinisch untersucht.¹⁰⁴

Ein Hauptteil der Weizenkleie wird für die Fütterung von Vieh verwendet. Aufgrund des wettbewerbsfähigeren Preises und der Ernährungsbilanz wird Kleie häufig als Ersatz zum Mais als Tierfutter verwendet, auch in der Aquakultur. Sobald der Weizenpreis unterhalb des Maispreises liegt, bevorzugen lokale Landwirte und Tierzüchter dieses Nebenprodukt.¹⁰⁵

Kleie enthält mehr Ballaststoffe und weniger Kohlenhydrate als Mais. Damit Verdauungsstörungen bei Tieren vermieden werden, wird es als Futtermittel verwendet. Der Prozentsatz mit dem die Kleie mit anderen Futterarten gemischt wird, hängt vom Wachstumsstadium der Tiere ab.¹⁰⁶

Auch in der Aquakultur wird Kleie in Form von Pellets verwendet. Aquakultur wird vor allem in der Region Südvietsams bei Mekong Delta betrieben.¹⁰⁷ Obwohl Vietnam eine große Menge Viehfuttermittel verbraucht, werden über 60 % der Mengen aus anderen Ländern importiert. Der Hauptgrund hierfür liegt in der geringen Wettbewerbsfähigkeit der inländischen Unternehmen aufgrund des mangelhaften Supply-Chain-Managements, fehlendem Know-How, Kapital und Technologien.

¹⁰⁴ Online Library (2015): [Composition and Functionality of wheat bran](#)

¹⁰⁵ LfL-Publikation (2013): [Weizenkleie](#)

¹⁰⁶ Source of Asia (2018)

¹⁰⁷ Öko-Institut e.V.(2015): [Förderinitiative Aquakultur](#)

5. Überblick über weizenverarbeitenden Sektor/ Backwarenindustrie

Weitere Anwendungsfelder von Weizenkleie sind:

- Herstellung von Klebstoff: Die enthaltene Stärke und Proteine kann zu Klebstoff verarbeitet werden, der dann zur Herstellung von Spanplatten verwendet wird.
- Biokraftstoff: Kohlenhydrat-Biomasse gilt aufgrund der geringen Kosten und großen Verfügbarkeit als zukünftiges Ausgangsmaterial für die Bioethanolproduktion.
- Quelle für Ferulasäure, die in Gesichtscremes wie Anti-Aging-Kosmetik oder auch als Lebensmittelgeschmack verwendet wird.
- Medizinische Verwendung: Als Ballaststoffquelle zur Vorbeugung von Darmkrankheiten, Blutkrebs, Cholesterinspiegel, Bluthochdruck und Typ-2-Diabetes¹⁰⁸

¹⁰⁸ Medicine Health: Wheat Bran

6. Gesetzliche Regelungen zum Import

6.1 Zusammenfassung

- Durch die Einführung des Investitionsgesetzes und des Unternehmergeetzes werden ausländische Investoren in Vietnam stärker vor Beschlagnahmung, Enteignung und Verstaatlichung geschützt.
- Der Regelzollsatz für landwirtschaftliche Erzeugnisse und im Speziellen für Brotweizen liegt bei 5 %.
- Für den Import von Pflanzenerzeugnissen gelten strenge Importregulierungen, die eine Reihe von Zertifikaten umfassen.

6.2 Investitions- und Unternehmergeetz

Um den Zugang zum vietnamesischen Markt für ausländische Investoren interessanter und einfacher zu gestalten, wurden im Jahr 2014 ein neues Investitionsgesetz¹⁰⁹ (LOI) und ein neues Unternehmergeetz¹¹⁰ (LOE) veröffentlicht, welche im Juli des darauffolgenden Jahres in Kraft traten. Per Gesetz ist ein ausländischer Investor eine ausländische natürliche oder juristische Person. Mit inbegriffen in die rechtlichen Bedingungen sind vietnamesische Gesellschaften mit einer ausländischen Beteiligung, in denen der Investor mehr als 51 % der Anteile am Gesellschaftskapital hält.¹¹¹ Wenn ein ausländischer Investor, in Form eines eigenständigen Unternehmens, in Vietnam investieren möchte, ist in jedem Fall ein sogenanntes *Certificate of Investment Registration* erforderlich.¹¹²

Firmen aus dem Ausland können ihre Produkte mithilfe eines lokalen Mittlers in Vietnam vertreiben. Diese Mittler können zum einen Makler, Agenten oder Vertriebshändler sein. Sie arbeiten im Namen des ausländischen Verkäufers, übernehmen dabei jedoch keine Haftung und Verantwortung, falls der Endabnehmer die anfallenden Rechnungen nicht begleichen sollte. Eine weitere Möglichkeit besteht im Engagement eines Vertriebshändlers, der die Produkte vom ausländischen Investor kauft und diese auf eigenes Risiko weiterverreibt.¹¹³

Durch die Einführung der beiden Gesetze werden Direktinvestitionen in Form einer 100 %-igen ausländischen Beteiligung an einer Import- / Export- oder Vertriebsgesellschaft in Vietnam ermöglicht. Import / Export-Gesellschaften können ihre Waren importieren und an lizenzierte Groß- und Einzelhändler weiterverkaufen, jedoch nicht an den Endkunden. Vertriebsgesellschaften dagegen sind als Groß- oder Einzelhändler tätig. Großhändler

¹⁰⁹ The National Assembly (2014): [Law on Investment](#)

¹¹⁰ The National Assembly (2014): [Law on Enterprises](#)

¹¹¹ GIZ (2016): [Zielmarktanalyse Vietnam](#)

¹¹² AHK Vietnam (2017): [Zielmarktanalyse Vietnam](#)

¹¹³ Rödl & Partner (2018): [Investitionsführer Vietnam](#)

6. Gesetzliche Regelungen zum Import

verkaufen die Waren an andere Groß- oder Einzelhändler. Einzelhändler können die Waren an Unternehmen, die diese weiterverarbeiten, vertreiben. Bei der Wahl des Vermittlers vor Ort empfiehlt es sich, die Qualität, Fähigkeiten und Kapazitäten des Akteurs sorgfältig zu prüfen, damit das Produkt im Land erfolgreich vertrieben werden kann.

Im Zuge des Freihandelsabkommens zwischen Europa und Vietnam wurden Maßnahmen getroffen, um ausländische Investoren besser zu schützen und den Markt attraktiver zu machen. Die Regierung hat Garantien zugesagt, die die Beschlagnahmung, Enteignung und Verstaatlichung ausländischer Investitionen ausschließen. Zudem regelt das vietnamesische Recht, dass der Vertretene eine Frist einhalten muss und ggf. eine Entschädigung zahlen muss, wenn der Vertrag mit dem Mittler gekündigt wird; der Ausschluss dieser Regelung im Vertrag ist allerdings möglich.¹¹⁴

6.3 Importablauf und Einfuhrbestimmungen

Mit der Einführung des Zollgesetzes und Zolltarifgesetzes wurden von der Regierung in den letzten Jahren Schritte eingeleitet, um die Zollverwaltung zu reformieren und mehr Effizienz in der Abfertigung zu steigern. Das elektronische Zollportal (*Vietnam Automated Cargo and Port Consolidated System / Vietnam Customs Intelligence Information System*) wurde soweit ausgebaut, dass fast ausschließlich alle Zollanmeldungen auf elektronischem Weg eingereicht werden können. Bis zum Jahr 2020 soll das Portal *National Single Window* für sämtliche Import- und Exportnachweise eingerichtet werden.¹¹⁵

Die vietnamesischen Zollbehörden sind über die Ankunft eines Handelsschiffes oder Luftfahrzeugs zu unterrichten. Mindestens 24 Stunden vor dem Eintreffen der Schiffsfracht muss diese mit dem „Manifest“, der Ladeliste, angemeldet werden. Dauert der Transport unter 5 Tagen, gelten 12 Stunden vor Eintreffen als Anmeldefrist. Für Luftfrachtsendungen muss die Anmeldung mindestens 3 Stunden vor der Ankunft erfolgen. Die Anmeldung für den Zoll kann bis zu 15 Tagen vor Eintreffen der Waren oder 30 Tage nach der Ankunft bei den entsprechenden Stellen abgegeben werden.

Ausländische Handelsunternehmen, die nicht in Vietnam ansässig sind, können für den Import der Ware beim vietnamesischen Ministerium für Industrie und Handel ein Zertifikat (*Certificate on Registration of Import and Export Rights*) mit einer Laufzeit von 5 Jahren beantragen. Halten die jeweiligen Importwaren die Zollvorschriften ein, kann die Importware an vietnamesische Handelsunternehmen weiterverkauft werden.

¹¹⁴ Rödl & Partner (2018): *Investitionsführer*

¹¹⁵ Government Vietnam (2015): *VNACCS/VCIS*

6. Gesetzliche Regelungen zum Import

Damit die ordnungsgemäße Zollanmeldung gewährleistet werden kann, sind folgende Warenbegleitpapiere vom Exporteur zu erstellen:

- Originale Handelsrechnungen (Original und Kopie): Diese Rechnungen sind in englischer Sprache mit detaillierten handelsüblichen Angaben wie der Warenbezeichnung, der Codenummer des Harmonisierten Systems zur Codierung der Waren (HS-Code), Verkaufspreis, Verkaufspreis auf Basis der internationalen Vertragsbedingungen (International Commercial Terms, Incoterms), CIF- Werte, Angaben des Ursprungslands und Unterschrift des Ausführers zu versehen.
- IHK-Ursprungszeugnisse (Certificate of Origin): Erforderlich für Waren mit Herkunft aus Ländern, gegen die Vietnam Anti-Dumping-Zölle, Ausgleichszölle oder sonstige handelspolitische Maßnahmen umsetzt, um den Schutz der öffentlichen Ordnung, sowie Gesundheit und Umwelt zu gewährleisten.
- Frachtpapiere
- Packlisten (Original und Kopie)
- Einfuhrgenehmigung
- Kaufverträge
- Gewerbeanmeldebescheinigung
- Sonstige Zertifikate: Für Waren wie landwirtschaftliche Erzeugnisse (z. B. Gemüse, Früchte, Samen) ist ein Gesundheitszeugnis erforderlich. Für Pflanzen und Pflanzenteile ist ein Pflanzengesundheitszeugnis notwendig.¹¹⁶

Wichtig ist zudem, dass das vietnamesische Zollrecht Wirtschaftsteilnehmer verpflichtet, für einen Zeitraum von 5 Jahren alle relevanten Aufzeichnungen aufzubewahren und diese auf Anfrage vorzulegen.¹¹⁷

Waren können ohne Erhebung von Abgaben in Zolllagern unter deren Überwachung gelagert werden. Betrieben werden diese von Speditionen oder Lagerhausgesellschaften an Häfen, Flughäfen oder Grenzzollstellen. Der Besitzer schließt einen Vertrag mit dem Betreiber des Lagerhauses, der bis zu 12 Monate Lagerdauer umfassen kann. Während der Lagerung werden Maßnahmen getroffen, um den Erhalt des Zustandes und zur Verbesserung der Aufmachung dienen.

¹¹⁶ EU Market Access Database (2018): [Procedures and Formalities](#)

¹¹⁷ EU Market Access Database (2018): [Overview of Import Procedures](#)

6.4 Steuern und Einfuhrabgaben

Seit dem 11. Januar 2007 ist Vietnam Mitglied der WTO. Im Rahmen der Mitgliedschaft verpflichtet sich das südostasiatische Land den Allgemeinen Zoll- und Handelsabkommen („*General Agreement on Tariffs and Trade*“, GATT). Diese Vereinbarung beinhaltet Prinzipien der Meistbegünstigung, sprich der Gleichbehandlung von Drittlandswaren an den Zollgrenzen, sowie die Inländerbehandlung, die wettbewerbsrechtliche Gleichstellung von Importwaren im Verhältnis zu inländischen Waren.¹¹⁸

Als Mitglied der ASEAN-Freihandelszone und Staatengemeinschaft hat Vietnam die Einfuhrzölle für Mitglieder der ASEAN fast vollständig abgebaut. Mit der Gründung der ASEAN-Wirtschaftsgemeinschaft APEC im Jahr 2015 wird freier Waren-, Dienstleistungs-, und Kapitalverkehr angestrebt.¹¹⁹

Zollanmeldungen sind entweder vom Importeur direkt oder dessen Vertreter bei der Zollverwaltung („*General Departement of Vietnams Customs*“, GDC) einzureichen. In den vergangenen Jahren fanden Modernisierungsmaßnahmen der Regierung in den Bereichen der GDC und Abfertigungsverfahren statt. Dabei wurde neben einer modernen Zollgesetzgebung mit Risikoanalyse, Verfahrensvereinfachungen und einer nachträglichen Auditkontrolle auch ein automatisiertes elektronisches Zollabfertigungssystem installiert.¹²⁰

Importe unterliegen sowohl Einfuhrzöllen, der Einfuhrumsatzsteuer (oder auch Mehrwertsteuer genannt), sowie für gesonderte Güter einer Sonderverbrauchssteuer und der Umweltsteuer. Vietnamesische Zolltarife basieren auf der Harmonisierten Nomenklatur der Zolltarife der ASEAN-Staaten. Grundlage dafür bildet das internationale Warenverzeichnis des Harmonisierten Systems zur Codierung und Bezeichnung von Waren (HS-Code).

Die Bemessungsgrundlage des Zolltarifs richtet sich nach dem Zollwert der eingeführten Ware und der Art der Ware. Der Zollwert der eingeführten Ware wird durch den Transaktionswert bestimmt, also dem tatsächlich gezahlten oder zu zahlenden Preis. Normalerweise ist der Transaktionswert auf Grundlage des CIF („Kosten, Versicherung und Fracht bis zum Bestimmungshafen“) berechnet.¹²¹

Für einige Waren gibt es allerdings einen verminderten Zolltarif. Darunter fallen Maschinen, Ausrüstungen, Rohstoffe und Güter, die Vietnam selber nicht herstellen kann. Deutschland

¹¹⁸ WTO (2018): [Vietnam](#)

¹¹⁹ GTaI (2017) [Merkblatt über gewerbliche Wareneinführen- Vietnam](#)

¹²⁰ EU Market Access Database (2018): [Procedures and Formalities](#)

¹²¹ IHK Pfalz (2018): [Export nach Vietnam](#)

6. Gesetzliche Regelungen zum Import

gehört zu den Ländern, die bei der Einfuhr von Gütern einen vergünstigten Zolltarif erhalten.¹²²

Allgemeine Einfuhrverbote gelten für:

- Waffen, Munition und Sprengstoffe, außer Sprengstoffen für die Industrie
- Militärische technische Ausrüstung und Uniformen
- Besonderes Feuerwerk
- Bestimmte gebrauchte Waren
- Bestimmte kulturelle Produkte
- Fahrzeuge, die älter als 5 Jahre sind
- Abfälle und Schrott
- Verbotene ozonschädigende Stoffe und Kälteanlagen¹²³

In der Tabelle 14 sind verschiedene Industrieerzeugungen mit geltenden Zollsätzen für Waren und Güter aus der EU aufgelistet. Erkennbar sind die großen Unterschiede innerhalb der Zollsätze für gewisse Importgüter. Vietnam erhebt für Produkte, die das Land eigenständig herstellen kann, in der Regel höhere Zollsätze. Für Produkte oder Waren, die das Land nicht selbständig herstellt oder produziert (z. B. Weizen, medizinische und chirurgische Instrumente), sind die Zollsätze niedriger. Vergünstigte Zollsätze sind auch im Bereich der Maschinen zu erkennen. Luxuswaren unterliegen höheren Zollsätzen zwischen 20 – 30 %.

Tabelle 14: Auswahl an Industrieerzeugnissen mit Zollsätzen (in %)

Warenbezeichnung	HS-Code	Regelzollsatz in %
Organische und chemische Erzeugnisse	29.01-29.16	0 – 5
Kunststoffe in Primärformen	39.01-39.14	0 – 10
Kleidung und Bekleidungszubehör	Kapitel 61-62	20
Textilmaschinen	84.44-84.49	0
Personenkraftwagen	87.03	51 – 70
Medizinische, chirurgische Instrumente, Apparate und Geräte	90.18	0
Möbel	94.01-94.03	10 – 25

Quelle: eigene Darstellung nach GTaI: [Merkblatt für gewerbliche Wareneinfuhren-Vietnam](#) (2017)

¹²² IHK Pfalz (2018): [Export nach Vietnam](#)

¹²³ Market Access Database (2018): [Prohibited Imports](#)

6. Gesetzliche Regelungen zum Import

Einige Produkte unterliegen der vietnamesischen Sonderverbrauchsteuer (*Special Consumption Tax*). Dazu gehören unter anderem Tabakerzeugnisse, alkoholische Getränke, Personenkraftfahrzeuge und weitere Produkte. Zuzüglich zum Zollwert der Waren wird die Abgabe „Zoll“ als Besteuerungsgrundlage gesetzt.

Einfuhren und Warenlieferungen im vietnamesischen Steuergebiet unterliegen der vietnamesischen Mehrwertsteuer. Bei dieser Steuer handelt es sich um eine Allphasen-Nettoumsatzsteuer mit Vorsteuerabzugsberechtigung des in Vietnam registrierten Unternehmers. Die Grundlage bei Importen bildet der Zollwert zuzüglich sämtlicher Einfuhrabgaben (außer Mehrwertsteuer selbst). Der Normalsteuersatz der Mehrwertsteuer beträgt 10 %, der reduzierte Satz liegt bei 5 %.¹²⁴ Mehrwertsteuerbefreit sind die Einfuhren von bestimmten Maschinen, Ausrüstungen, die nicht im Land hergestellt werden und als Anlagevermögen gelten oder der Forschung und Entwicklung dienen.

Informationen zu Zollsätzen und anderen Einfuhrabgaben können online in der Market Access Datenbank (<http://madb.europa.eu/madb/indexPubli.htm>) der EU-Kommission eingesehen werden. Seit dem Jahr 2015 liegt der Zollsatz für Brotweizen bei 5 %.¹²⁵

Die Umweltsteuer wird für das Inverkehrbringen und die Einfuhr von umweltbelastenden Stoffen, Mineralölerzeugnissen, Kohle, Kunststofftüten und -verpackungen und bestimmten Herbiziden erhoben.¹²⁶

Für einige Industriezweige sieht die vietnamesische Regierung Fördermaßnahmen vor. Diese Importzollbegünstigungen sind per Antrag beim Ministerium für Investitionen und Planung anzufordern. Eine Branche, die von der Regierung gefördert wird, ist u. a. die Gruppe der Rohstoffe, Zwischenerzeugnisse und Komponenten, die lokal nicht ausreichend zur Verfügung stehen.¹²⁷

6.5 Importregulierungen und -standards

Akteure, die den Export von Nahrungsmitteln und landwirtschaftlichen Produkten nach Vietnam anstreben, benötigen die jeweiligen Zertifikate von den entsprechenden Ministerien und Behörden. Im Allgemeinen müssen alle verarbeiteten Lebensmittel, sowohl tierischen als auch pflanzlichen Ursprungs, erst vom Gesundheitsministerium (*Ministry of Health*) auf die Lebensmittelsicherheit untersucht, anschließend genehmigt (*Announcement of Conformity*)

¹²⁴ Vietnam Law (2013): Vietnam Decree No.187/2013/ND-CP on Detailing the Implementation of the commercial law regarding international goods sale and purchase and goods sale, purchase, processing and transit agency activities with foreign countries

¹²⁵ European Commission (2018): [Tariffs and Rules of Origin](#)

¹²⁶ GTal (2017): [Merkblatt über gewerbliche Wareneinfuhren-Vietnam](#)

¹²⁷ GTal (2017): [Merkblatt über gewerbliche Wareneinfuhren-Vietnam](#)

6. Gesetzliche Regelungen zum Import

und registriert werden. Zertifikate, wie die Gefahrenanalyse und kritische Kontrollpunkte (*Hazard Analysis and Critical Control Points*), die internationale Norm ISO 22000 (*International Standard Organization*) oder gleichwertige, sowie Zertifikate des freien Verkaufs und Analysenzertifikate sind notwendig, um eine erfolgreiche Registrierung abzuschließen. Tier- und Pflanzengesundheitszeugnisse sind erforderlich, um Tiere, Tierprodukte sowie Pflanzen und Pflanzenerzeugnisse zu importieren.¹²⁸

Zudem wird eine Schädlingsrisikoanalyse (*Pest Risk Analysis, PRA*) angewendet. Diese PRA findet im Rahmen des festgelegten Standards der Pflanzenschutzmaßnahmen des Internationalen Pflanzenschutzübereinkommens (*International Plant Protection Convention*) statt.¹²⁹ Wenn Waren zum ersten Mal nach Vietnam importiert werden, wird in der Regel eine PRA vom Ministerium für Landwirtschaft durchgeführt, da das Einfuhrisiko nicht bekannt ist. Grundsätzlich wendet sich der Pflanzenexporteur oder Händler an die Nationale Pflanzenschutzorganisation, um die PRA zu initiieren.¹³⁰

Tabelle 15: Erforderliche Zertifikate für den Import von Pflanzen und Pflanzenprodukten

Produkt	Referenz / Anfordernde Agentur	Titel des Zertifikats
Pflanzen / Pflanzenprodukte	Circular (Rundschreiben) 33/2014 Ministerium für Landwirtschaft und ländliche Entwicklung (MARD) / Pflanzenschutzabteilung (PPD)	Pflanzengesundheitszeugnis PPQ Form 577
Genetisch modifizierte Pflanzen für Futter und Lebensmittel	Circular (Rundschreiben) 33/2014 MARD/PPD	Pflanzengesundheitszeugnis
Verarbeitete Pflanzenprodukte	Circular (Rundschreiben) 33/2014 MARD/PPD	Export Zertifikat PPQ Form 578
Bestrahlte Pflanzenprodukte	Circular (Rundschreiben) 33/2014 MARD/PPD	Pflanzengesundheitszeugnis

Quelle: eigene Darstellung nach USDA: Vietnam: Food and Agricultural Import Regulations and Standards-Certification, (2017)

¹²⁸ USDA (2017): Food and Agricultural Import Regulations and Standards-Certification

¹²⁹ IPPC (2016): List of regulated Articles of Vietnam

¹³⁰ EU Market Access Database (2018): Procedure and Formalities

7. Verhandlungspraxis und Businessetikette

Im Laufe der Entwicklung des Landes unterlag Vietnam einer Reihe von Fremdherrschaften und ausländischen Einflüssen. Zum einen wurde das Land durch eine fast 1.000 Jahre anhaltende chinesische Herrschaft geprägt, deren Lehren des Konfuzius in der vietnamesischen Kultur noch heute auffindbar sind. Zum anderen ist der Einfluss der französischen Kolonialzeit noch heute präsent. Befreiungs- und Bürgerkrieg, sowie der Kampf zur Wiedervereinigung des Landes, trugen zur Legitimation der kommunistischen Partei bei.¹³¹

Der Einfluss Konfuzius, die sozialemischen Lehren und das Ideal des moralisch guten Menschen sind untergründig in den sozialen und geschäftlichen Beziehungen des Landes verankert. Der Verhaltenskodex des Konfuzius basiert auf einer Vermeidung sozialer Konflikte, Seniorität und Achtung hierarchischer Strukturen. Diese Regeln spielen auch im Geschäftsleben ein Gerüst für wirtschaftliche Beziehungen. Da die Durchsetzung rein rechtlicher Regelungen in Vietnam nach wie vor als herausfordernd gelten, haben Unternehmen und Geschäftsleute außergesetzliche Strategien entwickelt, die ihre geschäftlichen Beziehungen absichern.¹³²

Für den Aufbau und Erhalt von Geschäftsbeziehungen sind persönliche Netzwerke und eine ausgeprägte loyale Vertrauensebene unumgänglich. Neben der Familie spielen informelle Kontakte bei Geschäften eine wichtige Rolle. Die Unterstützung von einflussreichen Partnern verbessert die eigene Durchsetzungsfähigkeit und Verhandlungsposition im vietnamesischen Geschäftsleben. Ein vertrauensvolles Geschäftsverhältnis entsteht meist erst nach einer längeren Zusammenarbeit, da Engagement, regelmäßige Besuche oder Einladungen für den Aufbau einer vertrauensvollen Geschäftsbeziehung und Verbundenheit notwendig sind.¹³³

Westliche Geschäftsleute treffen in Vietnam auf eine ungewohnte Kultur. Um Fauxpas zu vermeiden, folgt die Aufzählung einiger Hinweise, die es im Geschäftskontext zu beachten gilt:

- Gesichtswahrung ist Voraussetzung für Geschäftserfolg in Vietnam. Gefühlsausbrüche, arrogantes Verhalten und egoistisches Auftreten führen auf beiden Seiten zum Gesichtsverlust und resultieren schlimmstenfalls in einem Abbruch der Beziehungen.
- Vietnamesen sind bei Geschäftsterminen pünktlich und erwarten dies von deutschen Unternehmern im gleichen Maße.

¹³¹ GTal (2018): Verhandlungspraxis kompakt

¹³² Commisceo Global (2018): Country Guide

¹³³ GTal (2018): Verhandlungspraxis kompakt

7. Verhandlungspraxis und Businessetikette

- Hierarchie nach Seniorität und Position erfordern, dass der richtige Ansprechpartner identifiziert wird.
- Konservative Businesskleidung ist bei Geschäftsterminen Pflicht.
- Tabuthemen für ein unverfängliches Gespräch sind Politik, Kritik am Land oder wichtigen Persönlichkeiten. Ziehen Sie ein Gespräch über die Familie, Wetter oder Sport diesen Themen vor.
- Deutscher Humor, Zynismus und Ironie werden häufig nicht verstanden und können zu Missverständnissen führen.
- Die wichtigsten Feiertage, wie u. a. das vietnamesische Neujahr *Tet* (Ende Januar, Anfang Februar) und die Maifeiertage sind bei Geschäftsterminen zu berücksichtigen. Christliche Feiertage haben kaum einen Einfluss auf Termine bei vietnamesischen Unternehmen.¹³⁴

¹³⁴ eDiplomat (2018): Cultural Etiquette

8. SWOT-Analyse und Ausblick

8.1 Stärken, Chancen und Risiken des Marktes

Strength (Stärken)	Weaknesses (Schwächen)
<ul style="list-style-type: none"> • Abhängigkeit des Landes von Weizenimporten aufgrund fehlender einheimischer Produktion • Offene Haltung junger vietnamesischer Verbraucher gegenüber westlichen Lebensstilen, speziell im Segment der Backwaren und Fast-Food Produkte • Freihandelsabkommen zwischen der EU und Vietnam öffnet Inlandsmarkt und fördert Exportchancen • Kontinuierliches starkes Wirtschaftswachstum • Aktive regionale und globale Integration • Motivierte Arbeitskräfte • Liberales Investitionsumfeld 	<ul style="list-style-type: none"> • Staat und Staatsunternehmen arbeiten ineffizient • Reformstau und Korruption gefährden internationale Wettbewerbsfähigkeit • Skepsis vietnamesischer Verbraucher gegenüber unverpackter, loser Ware durch Lebensmittelskandale • Große Einkommensunterschiede zwischen ländlicher und städtischer Bevölkerung • Kaum Zuliefererindustrie, zu wenige Fachkräfte • Lücken in der Infrastruktur • Eingeschränkte Kühlketten-Infrastruktur
Opportunities (Chancen)	Threats (Risiken)
<ul style="list-style-type: none"> • Zunehmende Urbanisierung • Starker Zustrom von Direktinvestitionen • kritischer und gesundheitsbewusster werdende Verbraucher gegenüber lokalen Produkten • Zunehmende Kaufkraft der Mittelschicht • Bereitschaft, Aufpreis für Importware zu zahlen • Expandierender Einzelhandel • Stabile Regierung • Starkes Bevölkerungswachstum • Junge, konsumorientierte Bevölkerung 	<ul style="list-style-type: none"> • Ineffiziente Bürokratie • Geringe Arbeitsproduktivität • Benachteiligung privater Unternehmen gegenüber öffentlichen Betrieben • Internationale Konzerne bereits mit starken Marken auf dem vietnamesischen Markt vertreten • Zeitintensive Umsetzung von Reformen • Steigende Staatsschulden behindern Investitionen in Infrastruktur

8.2 Ausblick

Vietnams Ökonomie befindet sich im Übergang vom Schwellenland zum Industrieland. Das Land verfolgt das Entwicklungskonzept der Tigerstaaten¹³⁵, hat jedoch noch nicht deren wirtschaftliches Niveau erreicht. Das exportorientierte Land hat sich in den letzten Jahren mit Hilfe einer Reihe von Freihandelsabkommen als ein wichtiger Bestandteil internationaler Lieferketten in der Weltwirtschaft integriert.¹³⁶ Die fortschreitenden Verhandlungen zu einer Transpazifischen Partnerschaft (*Comprehensive and Progressive Agreement for Trans-Pacific Partnership*), das nach dem Scheitern der TPP Verhandlungen ins Leben gerufen wurde, fördert die Einbindung in internationale Handelsströme.¹³⁷

In den vorangegangenen Kapiteln wurde der Brotweizenmarkt in Vietnam aus verschiedenen Blickwinkeln beschrieben, um das Marktpotential des Landes zu verdeutlichen. Das kontinuierlich hohe Wirtschaftswachstum, die steigenden Löhne und die dadurch wachsende Mittelschicht fördern soziale und kulturelle Veränderungen innerhalb der Bevölkerung, die wiederum zu einem Wandel der Essgewohnheiten führen.

Die demografischen Vorteile des Landes, bestehend in der jungen und lernfähigen Bevölkerung, treibt das Florieren der Binnenwirtschaft weiter voran. Die Konsumfreude der Mittelschicht stützt die Wirtschaft nicht nur in HCMC und Hanoi, sondern auch immer stärker in den ländlichen Gebieten des Landes. Der kräftig wachsende Einzelhandelsmarkt unterstützt diese Entwicklung zunehmend. Dem Statistikamt zufolge lagen die Jahresumsätze des Einzelhandels und konsumnaher Dienstleistung bei umgerechnet 173 Mrd. USD. Im 1. Quartal von 2018 erhöhte sich der Konsum um weitere 9,9 % im Vergleich zur Vorjahresperiode.¹³⁸

Die vietnamesische Regierung ist darauf bedacht, die lokale Produktion verstärkt zu fördern, um von Exporten weniger abhängig zu sein. Das knapp 90 Mio. Einwohner-Land steht jedoch unzureichenden agrarischen Ressourcen und Produktionen gegenüber. Trotz der begrenzten Möglichkeiten im Agrarsektor, ist Vietnam mittlerweile durch eine effektive Nutzung der vorhandenen Kapazitäten zu einem wichtigen Exporteur und Produzent geworden. Aufgrund der klimatischen Bedingungen wird das Land jedoch weiterhin auf Weizenimporte zurückgreifen müssen. Der anhaltende Trend der Bevölkerung in Richtung qualitativ hochwertiger Lebensmittel begünstigen Brotweizenimporte nach Vietnam. Um die Ansprüche der vietnamesischen Bevölkerung erfüllen zu können und internationalen Standards in der

¹³⁵ Als Tigerstaaten werden Staaten genannt, die sich durch ein enormes Wirtschaftswachstum auszeichnen. Dazu zählen die Länder Südkorea, Singapur, Hongkong und Taiwan.

¹³⁶ USDA (2014): *Vietnams Agri-Food Sector and the Trans-Pacific Partnership*

¹³⁷ GTal (2018): *Wirtschaftsausblick Vietnam*

¹³⁸ GTal (2018): *Wirtschaftsausblick Vietnam*

8. SWOT-Analyse und Ausblick

Qualität der Backwaren zu erreichen, bietet sich die Nutzung von Premiumweizen aus Deutschland an.

Für Nahrungsmittelimporteure stellen allerdings vielfach die komplexen Anforderungen, die sich häufig ändernden Normen und Bedingungen an Lebensmittelstandards und die Lebensmittelsicherheit eine Herausforderung dar.¹³⁹

Für Global Player ist der Aufbau von Handelsbeziehungen in das südostasiatische Land einfacher, da die Unternehmen einen Bekanntheitsgrad besitzen. Für KMU kann daher der Aufbau von Geschäftsbeziehung und der Erhalt einer Lizenz am Anfang tendenziell schwieriger sein. Moderate Importzölle für Weizen und die bestehende Abhängigkeit vietnamesischer Unternehmen von Weizenimporten für die Herstellung weizenhaltiger Produkte, sprechen aber unverändert für den Import in das Land.¹⁴⁰

Da Rechtsfragen sich als sehr komplex herausstellen können, wird ein lokaler Anwalt neben dem jeweiligen lokalen Handelspartner als unerlässlich betrachtet. Korruption ist ein stark verbreitetes Hindernis und kann zu zusätzlichen Kosten und Verzögerungen führen.

Bevorzugt werden von Mühlenunternehmen Vertriebskanäle mit wenigen Intermediären. Vor allem die Mühlenindustrie treibt die Nachfrage nach Weizen stark voran. Verbraucher orientieren sich an westlichen Ernährungsstilen und vertrauen auf entsprechende Qualität. Diese Faszination fördert die Nachfrage nach weizenhaltigen Produkten, die in den Städten Reis als Hauptnahrungsmittel ablösen.¹⁴¹

Nahrungsmittelexporte nach Vietnam sind in den vergangenen Jahren immer mehr angestiegen. Deutschland profitiert an dem hier beleuchteten Absatzmarkt im Bereich der Nahrungsmittel bisher noch unterdurchschnittlich, doch bestehen große Potentiale, das Volumen stärker auszubauen. Aufgrund der noch nicht festgefahrenen Anbieterstrukturen und der steigenden Nachfrage, besteht eine große Chance für deutsche Weizenexporteure, die Trends zu nutzen und Vietnam als Exportdestination in Betracht zu ziehen.

¹³⁹ Export.Gov (2018): [Vietnam Agribusiness](#)

¹⁴⁰ European-Vietnam Business Network (2015): [Agrifood Report Vietnam](#)

¹⁴¹ European-Vietnam Business Network (2015): [Agrifood Report Vietnam](#)

9. Kontakte

9.1 Einzelhändler

AUCHAN

Anschrift:

11 Truong Son,
Ward 15, District 10,
Ho Chi Minh City

Kontaktinformation:

Kontakt: Ms. Lien Hoang
Position: Manager (Fresh food)
Email: lien.hoang@auchan.vn
Tel.: +84 908 920 055
Fax: n / a
Webseite: www.auchan.vn

Auchan ist eine französische Warenhauskette, die in Vietnam seit dem Jahr 2015 etabliert ist. Zu Auchan gehören 21 Supermärkte in Ho Chi Minh City und 4 Supermärkte in Hanoi. Kategorie: Medium bis High-End Produkte.

MEGA MARKET VIETNAM

Anschrift:

Zone B, An Phu New Urban Area;
An Khanh,
An Phu Ward, District 2;
Ho Chi Minh City

Kontaktinformation:

Kontakt: Mr. Tien Dinh
Position: Bakery Manager OM food
Email: minh-tien.dinh@mmvietnam.com
Tel.: +84 908 272 396
Fax: n / a
Webseite: www.mmvietnam.com

9. Kontakte

Mega Market Vietnam ist einer der größten Großhändler Vietnams mit 19 Filialketten, 3 Plattformen und 2 Zentrallagern im Land. In den Mega Märkten werden alle Formen von Konsumgütern vertrieben, von elektrischer Kleinware bis Nahrungsmittel und Getränke. 90 % der verkauften Ware wird in enger Verbindung mit lokalen Produzenten / Landwirten hergestellt.

NAM AN MARKET

Anschrift:

21 Thao Dien Street,
Ward 2, Thao Dien District,
Ho Chi Minh City

Kontaktinformation:

Kontakt: Mr. Vo Tan Thanh

Position: CEO

Email: tanthanh@namanmarket.com.vn

Tel.: +84 835 191 646

Fax: n / a

Webseite: www.namanmarket.com

Nam An Market ist eine qualitativ hochwertige und gesunde Lebensmitteleinzelhandelskette, die zu Nam An International Investment Ltd. & Co gehört. Diese sind sowohl im Lebensmittelhandel, Konsumgüterhandel als auch im Immobiliengeschäft und Investmentbereich aktiv. Drei Supermärkte sind in Ho Chi Minh City aufzufinden.

VINCOMMERCE

Anschrift:

No. 72, Le Thanh Ton Street,
Ben Nghe Ward, District 1,
Ho Chi Minh City

Kontaktinformation:

Kontakt: Bui Le Chau

Position: Business Developer

Email: v.chaubl@vinmart.com

Tel.: +84 948 198 008

Fax: n / a

Webseite: <https://www.vincommerce.com>

9. Kontakte

Vincommerce ist ein neuer, aber sehr großer Einzelhändler. Er gehört zur Vingroup und verfügt über breite Vertriebskanäle von Verbrauchermärkten zu Convenient Stores. Zudem besitzen sie eine Online Plattform für den Bereich des E-Commerce. Die vertriebenen Produkte reichen von Elektro-Konsumgütern bis hin zu Lebensmitteln.

BIG C GROUP

Anschrift:

163 Phan Dang Luu Street,
Ward 1, Phu Nhuan,
Ho Chi Minh City

Kontaktinformation:

Kontakt: Mr. Alexandre Hammel
Position: Senior Retail Executive
Email: alexandre.hammel@bigc-vietnam.com
Tel.: +84 901 313 985
Fax: +84 28 5416 1609
Webseite: <http://bigc.vn/>

Seit dem Jahr 2009 gibt es die Gruppe Big C Group, die zu einem der größten Einzelhändler Vietnams zählt. Die Verbrauchermarkt-Kette verfügt über 36 Stores. Die meisten Produkte werden in Vietnam hergestellt. Besonders beliebt ist die eigene Bäckerei der Gruppe.

CO. OPMART

Anschrift:

199 – - 205 Nguyen Thai Hoc Street,
Pham Ngu Lao Ward, District 1,
Ho Chi Minh City

Kontaktinformation:

Kontakt: Ms. Trang
Position: Purchasing Department
Email: trangttm@saigonco-op.com.vn
Tel.: n / a
Fax: +84 28 38.370.560
Webseite: <http://www.co-opmart.com.vn/>

9. Kontakte

Co.OPmart ist der älteste und größte Einzelhändler Vietnams. Vertrieben werden von Low-End bis Medium Produkte. Produziert wird unter der Eigenmarke „Co-op“

LA MAISON

Anschrift:

235 Nguyen Van Huong Street,
Thao Dien Ward, District 1,
Ho Chi Minh City

Kontaktinformation:

Kontakt: Ms Chau Tran

Position: Procurement Manager

Email: tranngocthuychau@thitngonquocte.com.vn

Tel.: +84 909 376590

Fax: n / a

Webseite: <https://www.thitngonquocte.vn/>

Neben Fleisch für den Einzelhandel bietet La Maison auch Horeca Produkte an. Horeca steht für Hotel/Restaurant/Café und umfasst Produkte, die lediglich in der Gastronomie und nicht im Handel verkauft werden. La Maison arbeitet mit vielen Ländern, u. a. Frankreich, Deutschland und den USA, zusammen, um internationale Qualitätsstandards sicherzustellen.

9.2 Verbände und öffentliche Einrichtungen

FOOD AND FOODSTUFF ASSOCIATION OF HCMC (FFA)

Anschrift:

156 Nam Ki Khoi Nghia,
Ben Nghe Ward, District 1,
Ho Chi Minh City

Kontaktinformation:

Kontakt: Ms. Nga

Position: In charge of Public Relation

Email: vanphong@ffa.com.vn

Tel.: +84 28 3823 3747

Fax: +84 28 3823 3746

Webseite: www.ffa.com.vn

Die Food and Foodstuff Association von HCMC ist eine Organisation, die produzierende Unternehmen, Verarbeiter, usw. im Raum Ho-Chi-Minh-City vertritt. Es handelt sich um den größten nichtstaatlichen Verband von Nahrungsmitteln und landwirtschaftlichen Erzeugnissen in Vietnam mit 98 Mitgliedern.

VIETNAM FOOD ASSOCIATION

Anschrift:

62 Nguyen Thi Thap Street, Him Lam Area,
Tan Hung Ward, District 7,
Ho Chi Minh City

Kontaktinformation:

Kontakt: Ms. Hai Ha

Position: Secretary

Email: vietfood@vietfood.org.vn

Tel.: +84 28 62983497; +84 28 62983498

Fax: +84 28 6298349

Webseite: <https://www.vietfood.org.vn>

9. Kontakte

Die Vietnam Food Association ist eine soziale Organisation von Unternehmen, die in den Bereichen Herstellung, Verarbeitung und Handel mit Lebensmitteln tätig sind. Organisiert und betrieben wird der Verband vom MARD.

ASSOCIATION OF VIETNAM RETAILERS

Anschrift:

P309-310 E1,
Trung Tu Diplomatic Quarter,
6 Dang Van Ngu, Dong Da District,
Hanoi

Kontaktinformation:

Kontakt: Ms. Dinh Thi My Loan

Position: President

Email: hanoiavr@gmail.com

Tel.: +84 24 62753379 - +84 24 62753258

Fax: +84 24 6275 3393

Webseite: <http://hiephoibanle.com.vn>

Mit 187 Mitgliedern ist der Verband für Einzelhändler der Größte in Vietnam. Der Verband steht Unternehmen, Organisationen und Einzelpersonen, die im Einzelhandel in Vietnam tätig sind, offen gegenüber.

9.3 Importeure und Hersteller

ANNAM FINE FOOD

Anschrift:

322 Dien Bien Phu,
Ward 22, Binh Thanh Dist.,
Ho Chi Minh City

Kontaktinformation:

Kontakt: Mr. Sebastien Lestang
Position: Direktor von Annam Fine Food
Email: sebastien.lestang@annam-finefood.com
Tel.: +84 902512283
Fax: +84 (0)28 3512 6401
Website: www.annam-group.com

ANNAM Fine Food ist sowohl im B2B- wie auch im B2C-Bereich tätig. Seit dem Jahr 2000 ist das Unternehmen einer der größten vietnamesischen Importeure und Einzelhändler für hochwertige Lebensmittel. Zu 60 % im Bereich des Einzelhandels tätig, zu 40 % für Horeca-Produkte.

DAI TAN VIET JOINT STOCK COMPANY

Anschrift:

145 Ton That Dam Str.,
Ben Nghe Ward, Dist. 1,
Ho Chi Minh City

Kontaktinformation:

Kontakt: Mr. Dao Duc Minh
Position: Sales Director
Email: minh.dao@newviet.vn
Tel.: +84 168 400 0123
Fax: +84 28 6288 3520
Webseite: www.newviet.net

9. Kontakte

Das Unternehmen ist seit dem Jahr 1997 vorrangig im Einzelhandel und der Distribution von Horeca-Produkten tätig. Es gehört zu den 50 größten privaten Unternehmen in Vietnam mit einem Umsatz von 310 Mio. USD im Jahr 2017.

HOANG LAN TRADING CO.; LTD

Anschrift:

25 Le Thi Rieng St.,
Ben Thanh Ward, District 1,
Ho Chi Minh City

Kontaktinformationen:

Kontakt: Mr. Nuong Hoang
Position: Direktor
Email: hoanglantrading@hcm.fpt.vn
Tel.: +84 28 3832 4441
Fax: +84 28 3925 5731
Webseite: <http://hoanglangroup.com/>

Seit dem Jahr 1989 ist das Unternehmen im B2B-Bereich tätig und vertreibt seitdem Produkte aus Europa und Amerika. Für ihre Kunden bieten sie qualitativ hochwertige Produkte für günstige Preise an.

GOOD FOOD

Anschrift:

194 Ung Van Khiem Street,
Ward 25, Binh Thanh District,
Ho Chi Minh City

Kontaktinformationen:

Kontakt: Mr. Jimmy Ong
Position: Direktor
Email: jimmy@goodfood.com.vn
Tel.: +84 903 803 233
Fax: n / a
Webseite: www.goodfood.com.vn

9. Kontakte

Seit dem Jahr 2004 ein Importeur und Vertreter mittlerer-gehobener Lebensmittel in den meisten 4 – Sterne Hotels, Restaurants, Catering-Unternehmen und Supermärkten in ganz Vietnam.

HUNG THINH PHAT FOOD TRADING CO. LTD

Anschrift:

391/26/16 Nguyen Van Qua, Block 4,
Dong Hung Thuan Ward, District 12,
Ho Chi Minh City

Kontaktinformationen:

Kontakt: Ms. Tran Thi Thu Ngan

Position: CEO

Email: company@hungthinhphatfood.com.vn

Tel.: +84 938 455 676

Fax: +84 8 37 151 875

Webseite: www.hungthinhphatfood.com.vn

Das Unternehmen wurde im Jahr 2011 gegründet und ist im Bereich des Imports und B2B-Großhandel von Lebensmitteln tätig. Konzentriert hat sich das Unternehmen auf Produkte aus Getreide sowie Säfte oder Milchprodukte.

TMT DISTRIBUTION

Anschrift:

47 Phan Xich Long Str,
Ward 3, Phu Nhuan District,
Ho Chi Minh City

Kontaktinformationen:

Kontakt: Mr. Ho Van Sau

Position: General Manager

Email: sauho@tmtdistribution.com

Tel.: +84 913 806 580

Fax: +84 8 399 55 888

Webseite: www.tmtdistribution.com

9. Kontakte

TMT Distributions ist seit dem Jahr 1998 im Handel und Vertrieb tätig. Einer der Haupttätigkeiten des Unternehmens ist der Im – und Export landwirtschaftlicher Produkte und Tierfutter.

VINA SIAM FOOD

Anschrift:

44B Phan Xich Long Street,
Ward 3, Phu Nhuan District,
Ho Chi Minh City

Kontaktinformationen:

Kontakt: Ms. Phan Kim Chi

Position: Sales

Email: chipk@vinasiamfood.com

Tel.: +84 90 400 1800

Fax: +84 28 3995 6756

Webseite: <http://vinasiamfood.com.vn>

Vina Siam Food ist seit 2012 ein etablierter Akteur im Lebensmittelvertrieb. Das Unternehmen hat sich vor allem auf den Vertrieb von Premium Fleisch-, Meeresfrüchte-, Molkerei- und Backware spezialisiert.

HOLAFOODS

Anschrift:

11th Floor, SUDICO Building,
Me Tri St.,
My Dinh 1 Ward, Nam Tu Liem Dist,
Hanoi

Kontaktinformationen:

Kontakt: Pham Hoang Anh

Position: Business Developer

Email: hoangvan@holafoods.com.vn

Tel.: +84 903 408 383

Fax: +84 24 35 377 009

Webseite: www.holafoods.com.vn/?lang=en

9. Kontakte

Holafoods ist ein Lieferant von Lebensmittelzutaten, Lebensmittelzusatzstoffen, Produktionsmaschinen und Ausrüstung für Nahrungsmittel sowie im Bereich der Ausbildung und Technologietransfer seit dem Jahr 2004 tätig und zählt zu den besten Anbietern in Vietnam.

DKSH

Anschrift:

Viettel Complex,
285 Cach mang thang tam,
District 10,
Ho Chi Minh City

Kontaktinformationen:

Kontakt: Ms Nguyen Thi Minh Ngoc
Position: Business Development Assistant
Email: ngoc.thiminh.nguyen@dksh.com
Tel.: +84 902 788 843
Fax: n / a
Webseite: <http://dksh.com/vn-en/home>

DKSH ist ein führender Marktexpansionsdienstleister für Unternehmen, die ihr Geschäft in Vietnam weiter ausbauen möchten. Aufgrund des großen Netzwerkes und Branchenkenntnissen sind sie einer der führenden Anbieter in Asien, für Unternehmen mit Schwerpunkt auf schnelllebigem Konsumgütern, Luxusgütern sowie Lifestyleprodukten.

HUONG THUY

Anschrift:

C10, 39 Homeland Area 18A,
Nguyen Huu Tho Street,
Phuoc Kien Ward, Nha Be Town,
Ho Chi Minh City

Kontaktinformationen:

Kontakt: Duong Minh Tuan Anh
Position: Director
Email: anh.duongminhtuan@huongthuy.com
Tel.: +84 908981323
Fax: +84 28 3620 9960
Webseite: www.huongthuy.com

Die Huong Thuy Manufacturing Service Trading Corporation vertreibt neben Nahrungsmitteln, wie z. B. Molkereiprodukte, Süßwaren, Instant-Nudeln, Müsli auch Kosmetika und Konsumgüter. Zusätzlich werden Logistik, Import und Lagermöglichkeiten angeboten. Das Unternehmen wurde im Jahr 1994 gegründet und hat seinen Sitz in HCMC.

BAO QUANG EXPORT-IMPORT

Anschrift:

41 Tay Ho Street,
Quang An,
Hanoi

Kontaktinformationen:

Kontakt: Ms. Le Pham
Position: Business Development Manager
Email: lepham@baoquang.vn
Tel.: +84 932 565 696
Fax: n / a
Webseite: www.muasuabot.com

9. Kontakte

Seit dem Jahr 1998 ist das Unternehmen ein großer Importeur von Gütern und Nahrungsmitteln in den Norden Vietnams. Vor allem für Güter die gefroren sind wie Fleisch, aber auch für Kosmetik, Haferprodukte, Süßwaren und Frühstücksprodukte sind sie spezialisiert.

TIN PHUONG

Anschrift:

628/3 Ho Ngoc Lam,
Binh Tri Dong B Ward, Binh Tan District,
Ho Chi Minh City

Kontaktinformationen:

Kontakt: n / a

Position: n / a

Email: tinphuongltd@yahoo.com

Tel.: +84 283 9600 881

Fax: +84 283 9600 889

Webseite: <http://botmitinphuong.com/>

Das Unternehmen Tin Phuong gilt als Importeur von Rohmaterial in die Regionen um Ho Chi Minh City und den Süden Vietnams.

MINH NHAT CO., LTD

Anschrift:

281 Han Hai Nguyen,
Ward 11,
Ho Chi Minh City

Kontaktinformationen:

Kontakt: n / a

Position: n / a

Email: minaco@hcm.vnn.vn

Tel.: +84 28 3963 0881, +84 3969 0873

Fax: +84 28 3963 0881

Webseite: <http://minhnhat.vn/trang-chu/>

9. Kontakte

Das Unternehmen wurde im Jahr 1998 gegründet. Qualifiziert ist das Unternehmen im Bereich der Schiffsvermittlung, internationale Warentransporte, Zollanmeldungen und Warenimporte von Rohmaterialien.

GIAY VANG

Anschrift:

Street No. 10,
Hoa Khanh Bac, Lien Chieu District,
Da Nang City.

Kontaktinformationen:

Kontakt: Mr. Tran Dang Tien

Position: Director

Email: phuocanflourmill@vnn.vn

Tel.: +84 650 3712893-97 (5 lines)

Fax: +84 650 3712892

Webseite: <http://giayvangjsc.com/>

Seit der Gründung im Jahr 2007 ist das Unternehmen auf die Herstellung und den Handel von Stärke und Weizenmehl spezialisiert, die zur Herstellung von Brot, Nudeln und Kuchen verwendet werden. Zudem arbeitet das Unternehmen mit Kleie, was anschließend für die Tierfutterproduktion weiterverwendet wird. Darüber hinaus beliefert das Unternehmen eine Reihe größerer Unternehmen in Vietnam, Malaysia, Thailand und Laos.

CLASSIC FINE FOODS

Anschrift:

Lot Vb.17b-19-21a,
Street 22A,
Tan Thuan EPZ,
Tan Thuan Dong Ward, District 7,
Ho Chi Minh City

Kontaktinformationen:

Kontakt: Michael Retailleau
Position: Purchasing officer
Email: mickael@classicfinefoods.com.vn
Tel.: +84 9 03 90 93 44
Fax: +84 28 3636 8008
Webseite: <http://www.classicfinefoods.com/>

Classic Fine Foods ist einer der führenden Importeure und Vertreiber von Feinkost. Zusammen mit anderen Lebensmittelproduzenten der Welt werden hochwertige Produkte erstellt und angeboten. Classic Fine Foods verfügt über Niederlassungen auf der ganzen Welt und ist auf die Beschaffung, Lagerung, Vermarktung und den Vertrieb von Feinkostprodukten spezialisiert.

CBOT VIETNAM

Anschrift:

10, Tan Trieu St.,
Thanh Tri,
Hanoi

Kontaktinformationen:

Kontakt: Nguyen Thi Ngoc Mai
Position: Director
Email: n / a
Tel.: n / a
Fax: n / a
Webseite: <https://ha-noi.congtydoanhnghiep.com/cong-ty-co-phan-cbot-viet-nam>

Vietnam Cbot Joint Stock Company beschäftigt sich mit dem Großhandel von Baustoffen und landwirtschaftlichen Erzeugnissen in Vietnam.

T&T GROUP

Anschrift:

2A Pham Su Manh,
Phan Chu Trinh Ward, Hoan Kiem District,
Hanoi

Kontaktinformationen:

Kontakt: n / a

Position: n / a

Email: info@ttgroup.com.vn

Tel.: +84 24 7308 1616

Fax: n / a

Webseite: <http://ttgroup.com.vn>

Die T&T Group JSC ist in den Marktsegmenten Immobilien, Finanzen, Industrie, Sport und Import/Export tätig. Das Unternehmen investiert in Finanzanlagen, Konsumgüter, Kunsthandwerk und landwirtschaftlichen Erzeugnissen. Das Unternehmen importiert/exportiert zudem Meeresfrüchte, Tierfutterprodukte aus Weizenmehl und Gummi.

9.4 Produzenten

VIMA FLOUR

Anschrift:

133 Thai Ha,
Dong Da District,
Hanoi

Kontaktinformationen:

Kontakt: Lim Pang Boon

Position: Director

Email: info@vimaflour.com.vn

Tel.: +84 24 6275 3379; +84 24 6275 3258

Fax: +84 24 3857 3042

Webseite: <http://vimaflour.com>

Der Mehlerzeuger Vima Flour existiert seit den 70er Jahren. Die Vima Flour Wheat Flour Co., Ltd. besitzt eine der modernsten und vollständigsten Produktionslinien in Vietnam, mit vollautomatischen Mahlwerken, Qualitätssicherungssystem usw.

VFM – WILMAR FLOUR

Anschrift:

Cai Lan Industrial Zone,
Ha Long City,
Quang Ninh Province

Kontaktinformationen:

Kontakt: Mr. Tay Szu Yun

Position: General Director

Email: n / a

Tel.: +84 20 3384 8909

Fax: n / a

Webseite: n / a

Die VFM-Wilmar Flour Mills Company Limited produziert und verkauft Mehl, Produkte auf Mehlbasis und Nebenprodukte.

TIEN HUNG

Anschrift:

Tien Son Industrial Zone,
Bac Ninh

Kontaktinformationen:

Kontakt: Hoang Anh Tuan

Position: R&D Manager

Email: info@tienhung.com.vn

Tel.: +84 222 371 4031

Fax: +84 222 371 4032

Webseite: <http://tienhung.com.vn>

Importeur von Rohstoffen, die in den verschiedenen Fabriken weiterverarbeitet werden. Vorteilhaft ist die Nähe zum Hai-Phong Hafen, wodurch importierter Weizen schnell zu den Mühlen gebracht werden kann. Seit dem Jahr 2005 produziert das Unternehmen Mehl und baute zudem Lager in Form von Silos um effizient arbeiten zu können. Qualität steht im Unternehmen im Vordergrund und strebt das Ziel an, das führende Weizenmehl-Unternehmen in Vietnam zu werden.

VINAFOOD1

Anschrift:

94 Luong Yen,
Bach Dang Ward, Hai Ba Trung District,
Hanoi

Kontaktinformationen:

Kontakt: Bui Thi Thanh Tam

Position: General Director

Email: vnflflour@vnflflour.com.vn

Tel.: +84 462 782 448

Fax: +84 24 62 784 457

Webseite: <http://vnflflour.com.vn/>

Vinafood 1 Flour JSC ist ein im Jahr 2008 gegründetes Unternehmen, das eine Mühle betreibt und Mehl bzw. verwandte Produkte produziert. Der Hauptsitz ist in Hanoi.

INTERFLOUR (CI Trading)

Anschrift:

SFC Tower, 11th Floor,
9 Dinh Tien Hoang Street,
Dakao Ward, Dist. 1,
Ho Chi Minh City

Kontaktinformationen:

Kontakt: n / a

Position: n / a

Email: info@interflour.com

Tel.: +84 24 6278 2448

Fax: +84 28 3820 5530

Webseite: <http://www.interflour.com>

Die Interflour Group Pte Ltd betreibt Mehlmühlen in Asien. Angeboten werden Mehlprodukte, die für verschiedenen Produkte wie u. a. Kuchen, Kekse, Nudeln und Brot, angewandt werden können. Zudem importiert und liefert das Unternehmen auch Weizen für die Mehl- und Futtermühlenindustrie.

VIET Y

Anschrift:

Factory: Da Nang City

Kontaktinformationen:

Kontakt: n / a

Position: n / a

Email: n / a

Tel.: n / a

Fax: n / a

Webseite: n / a

Viet Y ist zu 100 % ein staatseigenes Unternehmen, deren Fabriken eine Kapazität von 220 t pro Tag haben.

UNI PRESIDENT VIETNAM

Anschrift:

16-18-20,
DT 743 Street,
Song Than II Industrial Park - Di An Town,
Binh Duong

Kontaktinformationen:

Kontakt: n/a

Email: services@upvn.com.vn

Tel.: +84 274 379 0811 6

Fax: +84 274 379 0810

Webseite: <http://www.uni-president.com.vn/>

Die Uni-President Entreprises Corp. ist ein 1967 gegründetes internationales Lebensmittelkonglomerat aus Taiwan. Seit 1999 operiert Uni President Vietnam auf dem Markt. Neben Mehl, Futtermittel und Lebensmittel, wie z. B. Instant-Nudeln, Brot und Kuchen, werden zudem alkoholfreie Getränke produziert und verkauft.

CJ FOODS MILLING VIETNAM LLC

Anschrift:

Room 804, 8th Floor, the CJ Building,
2bis 4-6 Le Thanh Ton Street,
Ben Nghe Ward, District 1
Ho Chi Minh City

Kontaktinformationen:

Kontakt: Chang Bok Sang

Position: CEO

Email: info@cjvietnam.net

Tel.: +84 28 3824 8424

Fax: +84 28 3824 8300

Webseite: cjvietnam.vn

CJ-SC Global Milling LLC stellt verschiedene Sorten von Weizenmehl für die unterschiedlichen Produkte her. Das Unternehmen besteht zu 100 % aus ausländischem Kapital und hat eine Kapazität von 500 t pro Tag.

MEKONG FLOUR MILLS LTD

Anschrift:

Factory in Vung Tau

Kontaktinformationen:

Kontakt: n / a

Position: n / a

Email: mfml@mekongflour.com.vn

Tel.: +84 (254) 3895 588

Fax: +84 (254) 3895 336

Webseite: <http://www.mekongflour.com/>

Mekong Flour Mills LTD ist ein führendes Unternehmen, das sich zu 100 % in ausländischem Besitz befindet. Das breit gefächerte Sortiment an Weizenmehlprodukten des Unternehmens wird für verschiedene Anwendungen an die Lebensmittelindustrie wie Bäckereien, Süßwarenfabriken und Hersteller von Instant-Nudeln geliefert. Dabei versucht das Unternehmen höchste Qualität zu minimalen Kosten zu erzielen.

DAI PHONG CO.

Anschrift:

Can Tho City

Kontaktinformationen:

Kontakt: n / a

Position: n / a

Email: daiphongco@vikybomi.com.vn

Tel.: +84 28 37652059

Fax: +84 28 37652055

Webseite: <http://www.daiphong.com.vn>

Dai Phong ist eine bekannte Bäckerei im Süden Vietnams mit langjähriger Erfahrung im Import und Export von Mehl. Im Jahr 2000 wurde eine eigene Mühle gebaut und gehört mittlerweile zu einem der größten privaten Mühlenunternehmen Vietnams. Um die höchste Weizenqualität sicherzustellen, legt das Unternehmen viel Wert auf die Weizenrohstoffqualität beim Kauf von Weizen in großen Mengen.

HIEP QUANG AGRO

Anschrift:

Phòng 601-602, Central Plaza, 17,
Lê Duẩn, Phường Bến Nghé,
Quận 1, Bến Nghé, Quận 1,
Ho Chi Minh City

Kontaktinformationen:

Kontakt: Ms. Pham Thi Thanh Duyen

Position: Director

Email: n / a

Tel.: + 84 28 3812 5789

Fax: n / a

Webseite: <http://hiepquangagro.com>

Hiep Quang Agro ist ein Unternehmen, das Rohstoffe für die Futtermittelindustrie in Vietnam importiert und vertreibt. Langjährige Erfahrung erleichtern Geschäftsprozesse und Management, um eine hohe Kundenzufriedenheit zu erreichen.

BINH AN

Anschrift:

2632 Pham The Hien,
District 8,
Ho Chi Minh City

Kontaktinformationen:

Kontakt: Mr. Phan Thanh Hieu

Position: Director

Email: info@vinabomi.com.vn

Tel.: +84 28 3856 9234

Fax: +84 28 3850 4657

Webseite: <http://www.vinabomi.com.vn/>

Binh ist eine Investment- und Entwicklungsaktiengesellschaft. Hauptgeschäftsfeld der Gesellschaft ist die Herstellung und der Handel von Baustoffen und Medizintechnik sowie der Anbau von diversen Pflanzen. Seit dem Jahr 2000 gehört die Binh An Flour Joint Stock Company (Vinabomi) zu den größten Weizenmehlproduzenten Vietnams.

KY NGHE BOT MI

Anschrift:

2623 Phạm Thế Hiển,
Phường 7, Quận 8,
Ho Chi Minh City

Kontaktinformationen:

Kontakt: Mr. Huynh Hong Diep

Position: Director

Email: viky@hcm.vnn.vn

Tel.: +84 28 3856 9234

Fax: n / a

Webseite: <http://www.vikybomi.com.vn/>

Seit den 1990er Jahren ist das Unternehmen als Importeur und Händler von Weizenmehl tätig. Seitdem stellen sie Weizenmehl, Nahrungsergänzungsmittel und Tierfutter für die Aquakultur und weitere Produkte her.

LUA VANG

Anschrift:

25, No.6 Street,
Song Than II Industrial Park,
Di An Town,
Binh Duong Province

Kontaktinformationen:

Email: info@luavangvina.com

Tel.: +84 274 3790083

Fax: n / a

Webseite: <http://luavangvina.com>

Seit dem Jahr 2006 operiert das Unternehmen im Handel, Warentransporte und Verarbeitung von Weizen. Gute Produkte zu wettbewerbsfähigen Preisen stellen den Anspruch des Unternehmens dar. Dabei legt es Wert auf eine nachhaltige Entwicklung, Forschung und Produktion. Lua Vang expandiert und beliefert neben vielen traditionellen Kunden mittlerweile auch führende Unternehmen wie Acecook und die Bibica Confectionary Company.

VINH PHAT

Anschrift:

N Zone, 13-14-15 Suoi Dau Industrial Zone,
Cam Lam District,
Khanh Hoa Province

Kontaktinformationen:

Kontakt: n / a

Position: n / a

Email: info@vinhphatfour.com

Tel.: +84 58 3 813045

Fax: n / a

Webseite: <http://www.vinhphatfour.com>

Vinh Phat wurde im Jahr 2013 gegründet. Aufgrund der steigenden Nachfrage nach Weizen und anderen Weizenprodukten hat die Vinh Phat Co. Ltd. den Trend erkannt und in der Nähe der südlichen Zentralküste ihre Fabrik angesiedelt. Verarbeitet werden dort 120 t pro Tag. Ausgewählt wird Qualitätsweizen aus aller Welt.

BINH DONG

Anschrift:

277A Bến Bình Đông,
Phường 14, Quận 8,
Ho Chi Minh City

Kontaktinformationen:

Kontakt: n / a

Position: n / a

Email: biflomico@binhdongflour.com.vn

Tel.: +84 28 3855 9744

Fax: n / a

Webseite: <http://binhdongflour.com.vn>

Die Binh Dong Flour wurde in den frühen 1970er Jahren von privaten Eigentümern gegründet und in Betrieb genommen. Weltweit bekannt sind zwei Werke mit fünf Produktionslinien.

TRUNG NAM

Anschrift:

98 Binh Chuan 45,
Binh Quoi Town,
Binh Chuan Ward,
Thuan An City,
Binh Duong Province

Kontaktinformationen:

Kontakt: n / a

Position: n / a

Email: info@trungnamjsc.com.vn

Tel.: +84 650 378 8491; +84 650 378 8492

Fax: +84 650 383 2962

Webseite: <http://www.trungnamjsc.com.vn>

Trung Nam Joint Stock Company ist ein Unternehmen, das sich auf die Herstellung und den Vertrieb von Weizenmehlprodukten für die Nudelproduktion, Instant-Nudeln, Brot und andere Backwaren und Tierfutter spezialisiert hat. Die Kunden von Trung Nam reichen von kleinen Produktionsunternehmen bis zu Unternehmen mit einem bekannten Markennamen wie unter anderem Uni-President.

DAI NAM

Anschrift:

Dinh Tien Hoang Street, Group 8, Group 4,
Ward 8,
Vinh Long City

Kontaktinformationen:

Kontakt: n / a

Email: dainambotmi@gmail.com

Tel.: +84 270 3877 296

Fax: +84 270 3877 298

Webseite: <http://www.dainambotmi.com.vn>

Das Unternehmen ist auf die Herstellung und den Handel von Produkten aus Weizenmehl spezialisiert. Im Jahr 2016 wurde das Unternehmen gegründet und qualifiziert sich aufgrund

9. Kontakte

moderner Technologien und Produktionslinien. Einer der größten Mühlen liegt in der Nähe des Mekong River Deltas und ist unter den 10 KMUs mit den schnellsten Wachstumsraten.

THIET LAP FOOD

Anschrift:

Lot A3, Hoa Phu Industrial Zone,
Long Ho District,
Vinh Long province

Kontaktinformationen:

Kontakt: Mr. Nguyen Hoang An

Position: Director

Email: info@thietlapfood.com

Tel.: +84 703.962.722

Fax: +84 703.962.725

Webseite: <http://www.thietlapfood.com/>

Thiet Lap Food ist ein Unternehmen, das sich auf den Handel und die Herstellung von Mehlprodukten spezialisiert hat. Im Jahr 2005 wurde es auf einer Gesamtfläche von 64.000 m² im Industriepark Lot A3 Hoa Phu gegründet. Seit dem Jahr 2008 produziert es offiziell 240 t pro Tag und ist mittlerweile eine der größten Weizenmühlen im Mekong-Delta.

PHUOC AN

Anschrift:

178/2 Quater 1B, An Phu Ward,
Thuan An Town,
Binh Duong Province

Kontaktinformationen:

Kontakt: Mr. Tran Dang Tien

Position: Director

Email: phuocanflourmill@vnn.vn

Tel.: +84 650 3712893-97 (5 lines)

Fax: +84 650 3712892

Webseite: <http://www.phuocanflourmill.com>

9. Kontakte

Phuoc, eine Aktiengesellschaft für Lebensmittelproduktion- und -handel, verarbeitet mehr als 4.000 t Weizen zu Mehl im Monat. Die hergestellten Produkte werden vor allem nach China, Hongkong und Kambodscha exportiert.

TRANG AN

Anschrift:

233, Sao Nam Street

Nghi Thu - Cua Lo County Town

Nghe An

Kontaktinformationen:

Kontakt: n / a

Position: n / a

Email: ta2@trangan.com.vn

Tel.: +84 038 3956 686

Fax: +84 0383 956767

Webseite: <http://www.trangan.com.vn>

Die Trang An Confectionery Company, die vor über 50 Jahren als kleines Unternehmen begann, hat mittlerweile erhebliche Marktanteile erarbeitet. Trang An ist eine bekannte Marke in Vietnam, die immer wieder Konsumtrends im Land und die Diversifikation der Produkte vorantreiben. Das Unternehmen besitzt große Distributionskanäle und über 200.000 Verkaufsstellen.

ACECOOK

Anschrift:

No. 3 street 11,

Tan Binh Industrial Park Zone,

Tan Phu Ward,

Ho Chi Minh City

Kontaktinformationen:

Kontakt: n / a

Position: n / a

Email: acecookvietnam@vnn.vn

Tel.: +84 28 38154064

Fax: n / a

Webseite: <https://acecookvietnam.vn>

9. Kontakte

Die Acecook Vietnam Joint Stock Company wurde im Jahr 1993 gegründet und hat sich seitdem zu einem führenden Hersteller von Lebensmitteln entwickelt. Das Unternehmen hat eine starke Marktposition in Vietnam erlangt und ist einer der führenden Anbieter von verarbeiteten Produkten. Die Instant-Nudel-Marke Hao Hao von Acecook ist in ganz Vietnam berühmt.

MASAN CONSUMER

Anschrift:

Floor 12,
MPlaza Saigon,
39 Le Duan,
Ben Nghe Ward, 1st District,
Ho Chi Minh City

Kontaktinformationen:

Kontakt: n / a

Position: n / a

Email: n / a

Tel.: +84 28 62 555 660

Fax: +84 28 38 109 463

Webseite: <https://www.masanconsumer.com/>

Die Masan Consumer Corporation produziert und vertreibt eine Reihe von Lebensmittel- und Getränkeprodukten. Zu den Produkten gehören Instant-Nudeln, Instant-Cerealien und diverse Saucen. Diese werden in die USA, Frankreich, Kanada, Deutschland und viele weitere Länder exportiert. Gegründet wurde das Unternehmen im Jahr 2000 und hat seinen Sitz in Ho Chi Minh Stadt.

VIFON

Anschrift:

913 Truong Chinh,
Tay Thanh Ward,
Tan Phu District,
Ho Chi Minh City

Kontaktinformationen:

Kontakt: Ms. Bui Phuong Mai

Position: Business Developer

Email: mail.buiphuong@vifon.com.vn

Tel.: +84 903891445

Fax: +84 28 3853059

Webseite: <http://vifon.com.vn/>

Vifon gilt als eines der ersten Unternehmen, das in die Instant-Nudel-Industrie in Vietnam eingestiegen ist. Seitdem hat sich das Unternehmen zu einer bekannten Marke entwickelt. Auf einer 67.000 m² großen Fläche verfügt das Unternehmen über große Produktionskapazitäten, um qualitativ hochwertige Produkte zu schaffen. Besonderes Augenmerk legt das Unternehmen auf Lebensmittelsicherheitsstandards, z. B. werden keine synthetischen Farben verwendet.

ASIA FOOD

Anschrift:

9/2, ĐT 743 Street, Quarter 1B,
An Phu Qard,
Thuan An Town,
Binh Duong Province

Kontaktinformationen:

Kontakt: n / a

Position: n / a

Email: n / a

Tel.: +84 274 3712 888

Fax: +84 274 3712 555

Webseite: <https://www.asiafoods.vn/>

9. Kontakte

Die Asia Food Corporation ist der führende Hersteller von Instant-Food-Produkten in Vietnam und bietet jedes Jahr eine Reihe von Convenience-Food für lokale und internationale Verbraucher an. Das Unternehmen ist vor allem auf die Produktion von Instant-Nudeln spezialisiert.

MICOEM

Anschrift:

No.8, T15 Road,
Tien Son Industrial Zone,
Hoan Son Ward, Tien Du District,
Bac Ninh

Kontaktinformationen:

Kontakt: n / a

Position: n/a

Email: micoem@micoem.vn

Tel.: +84 2223 714 146

Fax: +84 2223 714 036

Webseite: <http://micoem.vn/>

Seit über 20 Jahren ist Micoem auf dem vietnamesischen Markt aktiv. Mit über 1.000 Mitarbeitern und erfahrenen Ingenieuren vertreibt das Unternehmen unter dem Markennamen Micoem qualitativ hochwertige Produkte.

UNIBEN

Anschrift:

32 Phan Van Doi,
Hoc Mon District,
Ho Chi Minh City

Kontaktinformationen:

Kontakt: Le Huyen Trang

Position: PR & Corporate Communications Executive

Email: trang.le2@unibenfoods.com

Tel.: +84 28 36205123

Fax: n / a

Webseite: <http://www.unibenfoods.com/en/>

9. Kontakte

Das im Jahr 1992 gegründete Unternehmen ist ein dynamisches Unternehmen, das in den letzten 26 Jahren ein stetiges Wachstum erzielt hat. In den ersten Jahren hatte sich das Unternehmen im Wesentlichen durch den Export von Instant-Nudeln nach Russland und andere europäischen Länder entwickelt. Seitdem hat das Unternehmen zwei Marken entwickelt, die sich mit ständiger Produktdiversifikation auszeichnen (Reeva und 3 Mien).

BIBICA

Anschrift:

443 Ly Thuong Kiet Street,
Ward 8, Tan Binh District
Ho Chi Minh City

Kontaktinformationen:

Kontakt: Mr. Tran Ngoc Vu Huy

Position: Purchasing Manager

Email: huytnv@bibica.com.vn

Tel.: +84 917 330 126

Fax: n / a

Webseite: <http://www.bibica.com.vn>

Die Bibica Corporation bietet jährlich mehr als 20.000 t Süßwaren an. Damit gehört das Unternehmen zu einem der größten Anbieter Vietnams mit jahrelanger Erfahrung. Vor allem Torten, Kuchen und Kekse stehen im Mittelpunkt der Produktion, aber auch andere Süßwaren werden hergestellt.

MONDELEZ KINH DO

Anschrift:

138 - 142 Hai Ba Trung Street,
Da Kao, District 1,
Ho Chi Minh City

Kontaktinformationen:

Kontakt: n / a

Position: n / a

Email: customercare.mkd@mdlz.com

Tel.: +84 28 38270838

Fax: n / a

Webseite: <http://www.kinhdo.vn>

9. Kontakte

Im Jahr 2015 wurde das Unternehmen Kinh Do Corp. vom amerikanischen Süßwaren- und Lebensmittelunternehmen Mondelez International übernommen. Mondelez Kinh Do vereint das lokale Verständnis der vietnamesischen Konsumenten mit Innovation, Marketing von Mondelez International. Seitdem ist das Unternehmen einer der führenden Anbieter von Snacks, Biscuits und Süßwarenprodukten in Vietnam.

PAN FOOD

Anschrift:

A1-9 VL3 Street, Vinh Loc 2 Industrial Zone,
Long Hiep Ward, Ben Luc District,
Long An Province

Kontaktinformationen:

Kontakt: Ms. Phung Nguyen

Position: Purchasement Manager

Email: phungntk@thepangroup.vn

Tel.: +84 916303161

Fax: n / a

Webseite: thepangroup.vn

Pan Food ist eine zukunftsweisende Agrar- und Lebensmittelgruppe, die eine vertrauenswürdige Produktion und innovative Lösungen anbietet. Die stetige Ausweitung des Lebensmittelportfolios steht im Vordergrund des Unternehmens, das den Trend der Bevölkerung zu Convenience-Food erkannt hat und sich auf Instant-Produkte spezialisiert hat.

9.5 Fachmessen

Foodexpo

Anschrift:

20 Ly Thuong Kiet Street

Hoan Kiem District

Hanoi

Kontaktinformationen:

Kontakt: Ms. Ngoc Nguyen

Position: Project Manager

Email: foodexpo@vietrade.gov.vn

Tel.: +84 2439 3694 91

Webseite: <https://foodexpo.vn/en/index.php>

Die Vietnam Foodexpo bietet umfassendste Lebensmittel und Lebensmitteltechnologien in Vietnam unter einem Dach, den größten Umfang regionaler und nationaler Lebensmittelgeschäftsmöglichkeiten durch exklusiven Zugang der Ausstellung zu den internationalen und nationalen Netzwerken der vietnamesischen Regierung und dem Netzwerk aller Organisationen zur Förderung von Handel und Industrie im In- und Ausland.

Agri Vietnam

Anschrift:

08th Floor, Room 805, Ha Do Building,

2 Hong Ha Street,

Ward 2, Tan Binh District

Ho Chi Minh City

Kontaktinformationen:

Email: info@veas.com.vn

Tel.: +84 28 3848 8561

Webseite: <http://agriculture-exhibition.com/vietnam-3.html>

Die Agri Vietnam ist eine internationale Fachmesse und Konferenz für Landmaschinen, Ausrüstung und Technologien in Vietnam. Mehr als 100 internationale Hersteller sowie Dienstleister für Pflanzenproduktion kommen während der Veranstaltung zusammen.

Vietfood & Beverage

Anschrift:

Saigon Exhibition & Convention Center
799 Nguyen Van Linh Street, District 7,
Ho Chi Minh City

Kontaktinformationen:

Email: vietfood@vinexad.com.vn

Tel.: +84 24 38255546

Webseite: <http://hcm.foodexvietnam.com/en>

Die Vietfood & Beverage ist eine der bedeutendsten Handelsförderungen in den Sektoren Lebensmittel und Getränke. Aussteller aus dem In- und Ausland präsentieren ihre Produktpalette, aber auch Nahrungsmittelergänzungsmittel und Zusatzstoffe werden ausgestellt. Ein wichtiges Merkmal der Vietfood & Beverage, wodurch sie sich von anderen Lebensmittelmessen in Vietnam unterscheidet, liegt in der Professionalität und der Vielfalt der Besucher. Zu den Besucherzielgruppen gehören Fachbesucher aus dem Vertriebskanal, Lebensmittelverarbeiter, Hotels, Restaurants und Agenten.

Food & Hotel

Anschrift:

Saigon Exhibition & Convention Center
799 Nguyen Van Linh Street, District 7,
Ho Chi Minh City

Kontaktinformationen:

Email: fhv@ubm.com

Tel.: +84 28 3622 2588

Fax: +84 28 3622 2527

Webseite: <http://www.foodnhotelvietnam.com/home/>

Food & Hotel Vietnam ist eine in Ho Chi Minh City stattfindende Fachmesse für Lebensmittel, Getränke, Hotels, Bäckereien, Restaurants, Catering und Ausrüstung. Aussteller präsentieren auf der Messe Innovationen, Geschäftsideen, Trends und Technologien. Die Messe zieht viele Hoteliers, Einzelhändler, Investoren, Berater und Einkäufer an. Neben der Messe findet auch eine Konferenz mit einer Fülle an Informationen statt.

HERAUSGEBER

Bundesministerium für Ernährung und
Landwirtschaft (BMEL)
53123 Bonn

BEZUGSQUELLE ANSPRECHPARTNER

Referat 424
(Absatzförderung, Qualitätspolitik)
Rochusstraße 1
53123 Bonn
E-Mail: 424@bmel.bund.de

STAND

März 2019

UMSCHLAGGESTALTUNG/DRUCK

BMEL

BILDNACHWEIS

fotolia.com/Argus

TEXT

enviacon international,
eine Marke der enviacon GmbH
Schlossstr. 26
12163 Berlin
www.enviacon.com

Bearbeiter/ -in; Redaktion
Cornelius Horsch
Charlotte Schuchard

DISCLAIMER/HAFTUNGSAUSSCHLUSS

Trotz gründlicher Quellenauswertung und größtmöglicher Sorgfalt bei der Erstellung übernimmt enviacon international keine Haftung für die Inhalte der vorliegenden Marktstudie bzw. für Schäden, die sich - direkt oder indirekt - durch Entscheidungen ergeben, die auf Grundlage der Inhalte der vorliegenden Marktstudie getroffen werden.

Nachdruck und Fotokopien, auch teilweise, sind unter genauer Angabe der Quelle und mit Hinweis auf erstens enviacon international und zweitens die Förderung durch das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) gestattet.

Das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft ist für den Inhalt der Marktstudie nicht verantwortlich. Es werden ausschließlich Meinungen und Auffassungen der Verfasser wiedergegeben.

Diese Publikation wird vom BMEL kostenlos herausgegeben. Sie darf nicht im Rahmen von Wahlwerbung politischer Parteien oder Gruppen eingesetzt werden.

Weitere Informationen unter

www.bmel.de

[@bmel](https://twitter.com/bmel)

[@Lebensministerium](https://www.instagram.com/lebensministerium)

www.agrarexportfoerderung.de