

Vietnams Verpackungsdruck

Ziel dieser Ausarbeitung ist es, einen kurzen Einblick in die Situation des Verpackungsdruckes in Vietnam zu geben.

Angaben und Meinungen von Fachverbänden wurden übernommen, wenn entweder konkrete prüfbare Daten vorlagen oder diese plausibel nachvollziehbar waren und gleichzeitig durch eigene Beobachtungen bestätigt werden konnten.

Dirk Drope

Berlin, den 07.07.2020

Inhalt	Seite
1. Vergleichende Statistik	
1.1. Bevölkerung und Arbeitsmarkt von Vietnam im Vergleich zu Deutschland	2
1.2. Einwohnerzahl und BIP in Südostasien, der EU, den USA und in China	2
1.3. Infrastrukturelles und Benefits	3
2. Die Druckindustrie Vietnams und der Verpackungsdruck	
2.1. 50% Wachstum im Verpackungsdruck (2018)	4
2.2. Verpackungs- und Etikettendruck	5
2.2.1. Steigende Wertschätzung attraktiver Verpackungen	5
2.2.2. Offset- und Flexodruck	5
2.2.3. Die Probleme der vietnamesische Firmen	6
2.3. Warenpräsentationen und Verpackungen im Nahrungsmittelmarkt	7
2.3.1. Kaufhäuser und traditionelle Märkte	7
2.3.2. Verbraucher geben mehr Geld für Luxus und Produktsicherheit aus	9
2.3.3. Werbung mit „Made from Europe und den USA“ soll hohe Umsätze sichern	9
2.3.4. Ausländische Verpackungsunternehmen steigen in den Markt ein	9
3. Andere ausländische Investoren	10
4. Währungsumrechnungen	10
5. Quellengesamtverzeichnis	10

1. Vergleichende Statistik

1.1. Bevölkerung und Arbeitsmarkt von Vietnam im Vergleich zu Deutschland

	Ein-- wohner	Erwerbs- personen	Selbst- ständige-	Erwerbs- losen- quote
VN	97 Mio. (2019) Mittelwert aus Quelle 6 und 8	56 Mio. (2018) Quelle: 5	34 Mio. (2016) Quelle: 1	2% (2019) Quelle: 2
DE	83 Mio. (2019) Quelle: 9	46 Mio. (2019) Quelle: 2	4 Mio. (2016) Quelle: 3 und 4	3% (2019) Quelle: 7

Altersgruppe: 15 Jahre und älter, Zahlen auf Vorkommastellen gerundet

Quellen: 1: ILO-KLM, 2: de.statista.com, 3: Forschungsbericht d. Bundesministeriums für Arbeit u. Soziales 2018, 4: www.destatis.de 2017, 5: GSO Vietnam, 6: VOV5.VN (Radiosender „Die Stimme Vietnams“ vom 11. Juli 2019) 7: Bundesagentur für Arbeit, 8: countrymeters.info, 9: INSEE, Eurostat

VN: Vietnam, DE: Deutschland

1.2. Einwohner und BIP in Südostasien, der EU, den USA und in China

Südostasien (hier mit SOA abgekürzt) umfasst die Länder: Brunei, Indonesien, Kambodscha, Malaysia, Myanmar, Laos, Osttimor/Timor-Leste, Philippinen, Singapur, Thailand und Vietnam.

	Einwohner ca. (2019)	BIP ca. (2019)
SOA	659 Mio. (2019) Einzeldaten aus Quelle: 1 und 4	3 117 Mrd. US\$ (2018 + 2019) Einzeldaten aus Quelle 1, 4 und 6
EU	513 Mio. (2019) Quelle 2	15 698 Mrd. US\$ (2019) Quelle 3
USA	328 Mio. (2019) Quelle 5	21 439 Mrd. US\$ (2019) Quelle 3
China	1408 Mio. (2019) Quelle 4	14 140 Mrd. US\$ (2019) Quelle 3

Quellen: 1: Wikipedia, 2: ec.europe.eu, 3: de.statista.com, 4: countrymeters.info, 5: Eurostat, 6: wko.at

Umrechnung: 1 EURO → 1,13 US\$

BIP: Gesamtwert aller Güter, d. h. Waren und Dienstleistungen, die während eines Jahres innerhalb der Landesgrenzen einer Volkswirtschaft als Endprodukte hergestellt wurden, nach Abzug aller Vorleistungen.

1.3. Infrastrukturelles und Investoren

- **Vietnam liegt infrastrukturell günstig inmitten der asiatisch-pazifischen Wachstumsregion.**

Im Land gibt es 45 Flughäfen (davon 10 internationale), 26 Seehäfen und Container-Terminals, 47.130 km Wasserstraßen (davon ca. 5000 km ganzjährig befahrbar), 3.106 km Schienennetz sowie ein Straßennetz von 195.468 km (davon 148.338 km asphaltiert).

Neben Singapur, ist Vietnam der einzige Staat in der Region, der ein Freihandelsabkommen mit der EU unterzeichnet hat.

- **Vietnam trägt die „Mitverantwortung“ für den wirtschaftlichen Aufstieg der größten Containerschiff-Reederei der Welt, der heutigen Maersk-Sealand-Line.**

Um das umständliche Umladen vom Lkw zum Schiff im Hafen zu optimieren, erfand Malcom P. McLean (USA) 1956 den modernen Container. Hierzu gründete er die Reederei Sea-Land Corporation Ltd. (seit 2006 Maersk-Sealand-Line). Der wirtschaftlichen Durchbruch erfolgte mit der Frachtversorgung des US-Militärs während des Vietnamkriegs.

- **Seit einigen Jahren verlagern zahlreiche Länder Produktionsstätten nach Vietnam.**

Vietnam wird regional als das Land mit den geringsten Markteinstiegsbarrieren für ausländische Unternehmen bewertet.

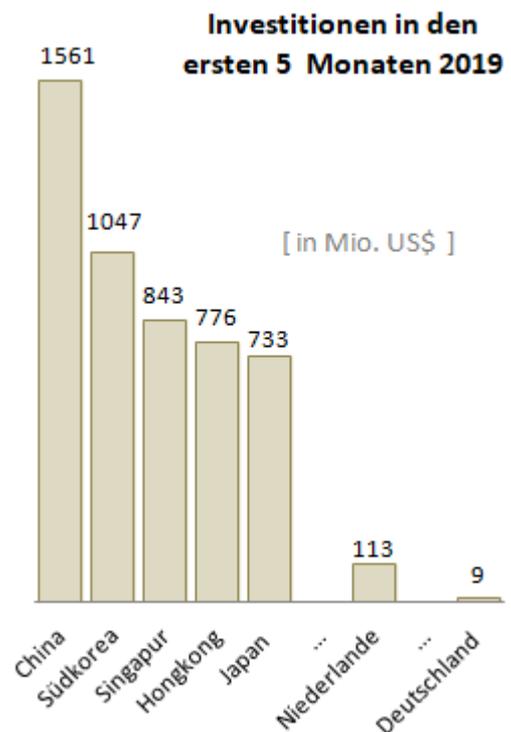
Täglich kontaktieren Saigon* etwa 10 Delegationen aus Ländern der ganzen Welt, die direkt in Vietnam investieren möchten.

Gemäß dem Ministerium für Planung und Investment von Vietnam betragen allein in den ersten 5 Monaten 2019 die Gesamtinvestitionen von ausländischen Investoren 6,5 Mrd. US\$.

Im selben Zeitraum stieg China von einem unbedeutenden Investor zum größten Investor auf.

INVESTITIONEN (Jan bis Mai 2019)

- China	1.561 Mio. US\$
- Südkorea	1.047 Mio. US\$
- Singapur	843 Mio. US\$
- Hongkong	776 Mio. US\$
- Japan	733 Mio. US\$
...	
- Niederlande	113 Mio. US\$
...	
- Deutschland	9 Mio. US\$

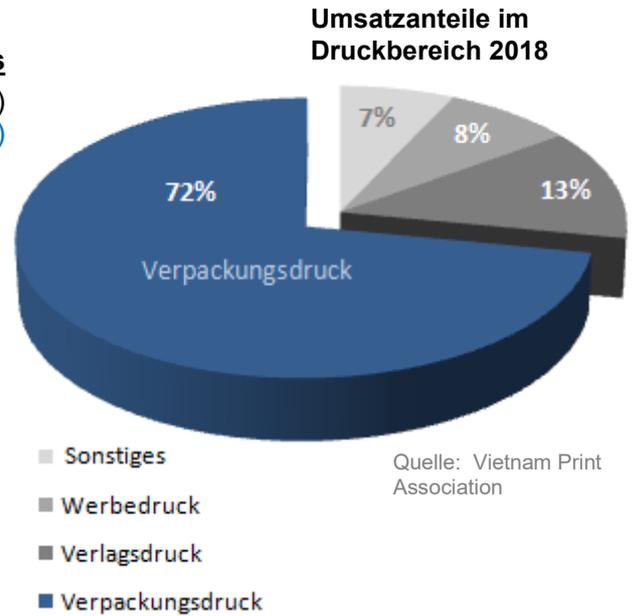


Quelle: Ministerium für Planung und Investment von Vietnam

2. Die Druckindustrie Vietnams und der Verpackungsdruck

2.1. 50% Wachstum im Verpackungsdruck (2018)

<u>2017</u>	<u>2018</u>	<u>Zuwachs</u>
5 Mrd.	7 Mrd.	Gesamtumsatz (+ 40%)
3.350 Mio.	5.040 Mio.	Verpackungen (+ 50%)
900 Mio.	910 Mio.	Verlagsdruck
400 Mio.	560 Mio.	Werbung
350 Mio.	490 Mio.	Sonstige



Die Umsätze im Verpackungs- und Etikettendruck werden auf drei wesentliche Gegebenheiten zurückgeführt:

1. Boomender Einzelhandel
2. Zunehmende Nutzung von E-Commerce
3. **Exportwachstum** (siehe Abb. 2 auf der nächsten Seite), verbunden mit einem Anstieg des Bedarfs an Verpackungen



Quellen: Eurostat, Statistisches Bundesamt, GTAI, AHK Vietnam

Exportiert werden beispielsweise Mobiltelefone, Computer und landwirtschaftliche Produkte, insbesondere Kaffee, Reis, Pfeffer, Zimt, Cashewnüsse, Meeresfrüchte, Obst und Gemüse.

2.2. Verpackungs- und Etikettendruck

Kurzfakten

Marktanteil 2018: 72 %, ca. 3.000 Branchenunternehmen, davon etwa 300 ausländische Unternehmen sowie ca. 70.000 Arbeitskräfte

2.2.1. Steigende Wertschätzung attraktiver Verpackungen

Der vietnamesische Druckverband schätzt ein:

„Verbraucher achten zunehmend auf eine attraktive und hochwertige Verkleidung des gekauften Produkts. Eine anspruchsvolle Verpackung gilt als ein Zeichen für Qualität und ist wichtiger Marketingbestandteil geworden.“

Für den Zeitraum von 2018-2023 wird eine Steigerung der Verpackungsproduktion um knapp 37% von 24 Mrd. Verpackungseinheiten 2018 auf 33 Mrd. Verpackungseinheiten 2023 erwartet.

Der Export in hoch entwickelte Industrieländer erfordert höchste Ansprüche an Funktionalität und Design.

Vietnamesische Konsumgüter werden nach Europa, in die USA oder Japan und Australien exportiert.

Die häufigsten Export-Konsumgüter sind:

- Elektronik,
- Schuhe,
- Bekleidung und
- Nahrungsmittel.

„Diese Märkte erfordern, dass nicht nur die Waren, sondern auch die Verpackungen im Hinblick auf Funktionalität, Design und Optik höchsten internationalen Ansprüchen entsprechen.“

Zitat: GTAI, Branchenbericht Druckerzeugnisse, Nov. 2018

2.2.2. Offset- und Flexodruck

Der klassische Offsetdruck ist aktuell immer noch das am häufigsten genutzte Druckverfahren.

Das Flexodruckverfahren gilt als der am schnellsten wachsende Markt → mit dem Schwerpunkt, der Nahrungsmittel- und Konsumgüterverpackungen.

Im Süden des Landes investieren ausländische Unternehmen, wie Accredo Packaging oder St. John's Packaging, massiv in ihre Druckkapazitäten für flexible Verpackungen und bauen neue Werke auf.

Deutsche Drucktechnik gilt in Vietnam als weltweit führend. Sie kommt jedoch fast nur bei wenigen, finanziell gut aufgestellten Unternehmen zum Einsatz, insbesondere dort, wo höchste Qualität gefordert ist.

2.2.3. Die Probleme der vietnamesische Firmen

1. Kleinen und mittlere Firmen sind meist finanziell kaum in der Lage, sich technisch hochwertige Druckmaschinen zu kaufen und das notwendige Zubehör anzuschaffen.
2. Es fehlt Fachpersonal, das moderne Maschinen bedienen kann.
3. Tiefere Kenntnisse über modernes Marketing und marktgerechte Vertriebsteams sind eher noch eine Seltenheit.
4. Es fehlen technische Fachkräfte zur fachgerechten Reparatur und Wartung von Maschinen sowie der Beurteilung von Störungen oder dem Erkennen von fehlerhaftem Zubehör.

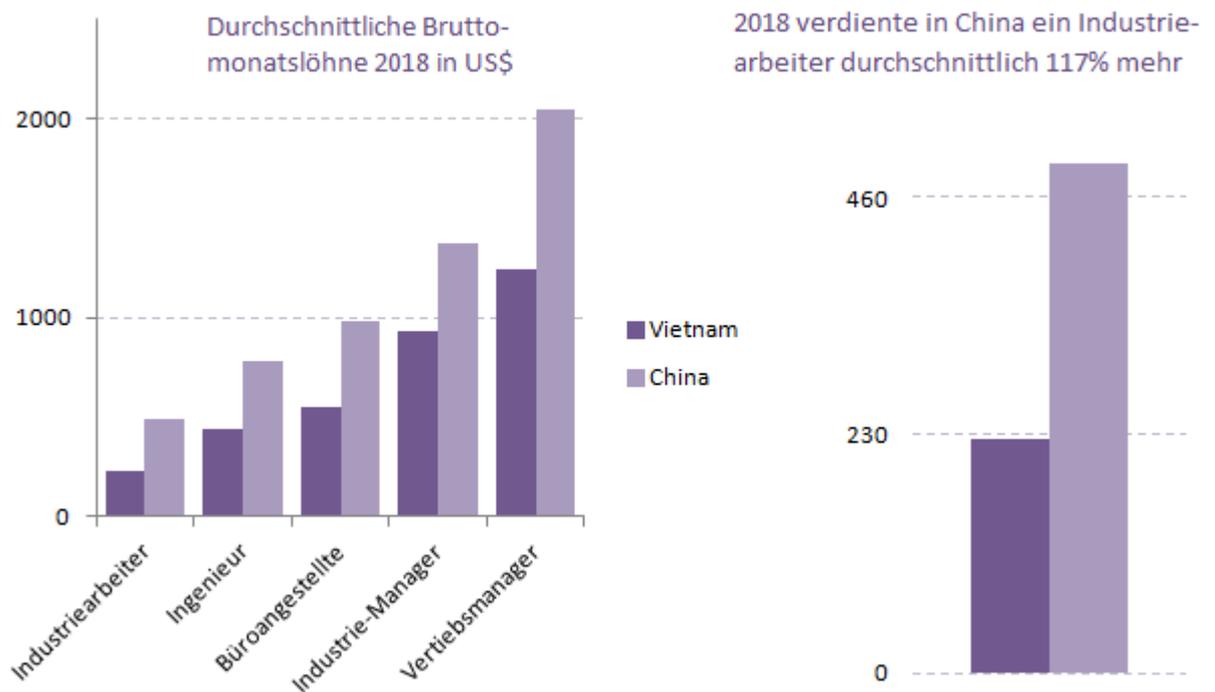
Wir selbst kennen mehr als nur eine Maschine und Anlage, die im Ausland neu oder gebraucht gekauft wurde und bis heute (3-9 Jahre später) noch auf ihren Start „wartet“.

Man behilft sich in einigen Fällen damit, dass einzelne in der Anlage befindliche Systeme ausgebaut werden oder vermutete „defekte Bereiche“ überbrückt; ihre Funktion wird dann „per Hand“ ausgeführt; beispielsweise das Zumischen von Chemikalien oder Kühlmitteldosierungen.

5. Ausführliches Einarbeiten der Mitarbeiter an ihrem Arbeitsplatz und neuen Maschinen findet oft nicht statt.

Viele ausländische Unternehmen nutzen die niedrigen Monatslöhne gleich vom ersten Tag an und senden kein eigenes Personal zur Unterstützung nach Vietnam.

Durchschnittsbruttoeinkommen | Vietnam-China-Vergleich



6. Lieferanten und Kooperationspartner, die Schulungen und After Sale Service anbieten, werden überall im Lande gesucht.

2.3. Warenpräsentationen und Verpackungen im Nahrungsmittelmarkt

2.3.1. Kaufhäuser und traditionelle Märkte

Im Stadtbild sieht man immer mehr moderne Kaufhäuser und Shopping Malls mit attraktiv verpackten Produkten zwischen den traditionellen Märkten eingebettet.

Frischware wird in Vietnam auf traditionellen Straßenmärkten oder in Kleinstgeschäften gekauft. Die Produkte sind meist unverpackt.

In den Metropolen gewinnen Supermärkte oder Convenience Stores immer mehr an Bedeutung. Ihre Produkte sind meist verpackt.

Regelmäßige **Lebensmittelskandale** führen bei vielen Vietnamesen zu einem Misstrauen gegenüber den traditionellen Einkaufskanälen: Der moderne Einzelhandel lockt mit dem Versprechen, dass seine Waren hygienischer und besser kontrolliert sind.



Die traditioneller Art des Verkaufs von Lebensmittel n in Vietnam



Immer mehr moderne Kaufhäuser zwischen traditionellen Märkten prägen das Stadtbild

Mit Motorrad in der Markthalle



2.3.2. Verbraucher geben mehr Geld für Luxus und Produktsicherheit aus

Die Umsätze des Einzelhandels zogen dem Statistikamt zufolge in den ersten drei Quartalen 2019 um 12,6 Prozent an und erreichten umgerechnet knapp 119 Milliarden US-Dollar (US\$).

Steigende Einkommen und eine schnell größer werdende, konsumfreudige Mittelschicht werden den Verbrauch auch in den kommenden Jahren befeuern. Angesichts massiver Probleme mit Produktsicherheit steigen die Ansprüche der Verbraucher und die Bereitschaft, für Qualität höhere Preise zu bezahlen.

2.3.3. Werbung mit „Made from Europe und den USA“ soll hohe Umsätze sichern

Aufgrund international steigender Anforderungen an die Produktqualität richten die großen Unternehmen ihre Produktion zunehmend an internationalen Standards aus. Die dazu erforderlichen Anlagen kommen in der Regel aus dem Ausland.

Gut aufgestellte Firmen werben öffentlich in Vietnam mit Ihren modernen Druckmaschinen aus Europa oder den USA, um an neue Aufträge zu kommen.

- *Saigon Paper* hat seine Zellstoffmaschinen bei der französischen Niederlassung des amerikanischen Maschinenherstellers Kadant France gekauft, die Abwasseraufbereitungsanlagen stammen aus Finnland. Mit der Herkunft der Produktionsmittel aus Europa und den USA wird aktiv Werbung gemacht.
- Auch die umsatzstarke vietnamesische *DOHACO* ist für den Ausbau der Produktion im Giao Long Werk von chinesischen auf europäische Anlagen umgeschwenkt.
- Die *In Nong Nghiep JSC* wirbt öffentlich mit der Verwendung von Offset-Druckmaschinen der Marke Manroland. Im Jahre 2019 wurden Umsätze von 50 Mio. US\$ realisiert.
- Das ISO-zertifizierte Unternehmen *Binh Minh Pat* bedient, neben dem lokalen Markt, die USA, Europa und Japan. Die Jahresumsätze liegen zwischen 35 und 50 Mio. US\$.
- Die Firma *Goldsun Packaging* hat gleich 4 Standorte in Vietnam. Man beliefert u.a. Coca Cola, Heineken * oder Samsung. Die verwendeten Maschinen stehen gleich auf der Homepage. Gedruckt wird mit Koenig & Bauer (KBA), Manroland und Heidelberger Druckmaschinen.

2.3.4. Ausländische Verpackungsunternehmen steigen in den Markt ein

- *Tetra Pak* (Schweden) hat im Juli 2019 die erste aseptische Kartonproduktion Vietnams in Binh Duong eröffnet. Die Gesamtinvestitionen betragen 120 Mio. US\$, die Produktionskapazitäten liegen zunächst bei 20 Mrd. Kartons pro Jahr und sind bei Bedarf erweiterbar.
- Das US-amerikanisch investierte Unternehmen *Accredo Asia* hat sich auf nachhaltige Verpackungen fokussiert.
- *BillerudKorsnäs* Company, schwedisches Unternehmen, das Papier und Wellpappenrohstoffe auf Basis von 100 % Zellstoff herstellt, plant in Vietnam im Bereich Zementverpackungen zu investieren. Das Unternehmen besitzt Fabriken in Schweden,

Finnland und Großbritannien. Spezialisierung: Kraftpapiere, Sackpapiere, Liner und Wellenstoff. Umsatz ca. 23,3 Mrd EUR

- Die *Dongwon Systems Corporation* aus Korea investierte 21,86 Mio. USD in das Unterehmen Minh Viet Packaging Co. Gleichzeitig erwarb man für 39 Mio. US\$ eine 47% ige Beteiligung an der *Tan Tien Plastic Packaging*.
- *SCG Group* (Thailand), konzentriert auf Investitionen in Bereich Verpackungsproduktion. Dieses Unternehmen hat für 44 Mio. US\$ gleich 80% der *BATICO*-Anteile erworben. BATICO ist der größten Verpackungshersteller in Vietnam.

3. Andere ausländische Investoren

Mit Umsätzen von 5 Mrd. US\$ ist Vietnam der verbrauchsstärkster Biermarkt Südostasiens

- Die vor wenigen Jahren privatisierte *SABECO* (Sai Gon Beer Alcohol Beverage Corporation) ist mit einem Marktanteil von rund 40% das größte Brauereiunternehmen in Vietnam. Erst 2017 mehrheitlich von *ThaiBev*, dem größte Brauereikonzern Thailands übernommen; Umsatz in Vietnam 2018: ca. 1,4 Mrd. EUR.
- Der 2. Platz geht - mit 25% Marktanteil – an das schwedische Unternehmen *Heineken*. Der Konzern ist zugleich das zweitgrößtes Brauereiunterehmen der Welt. 2017 wurden in Vietnam Investitionen in Höhe von 185 Mio. US\$ in Erweiterungen getätigt.
- Auf Platz 3 (18%) befindet sich *HABECO*. Gesellschafter sind die *Carlsberg Group* und das Ministerium für Industrie und Handel von Vietnam.

Im Bereich der Softdrinks halten ausländische Unternehmen mehr als 50 % der Marktanteile.

Coca Cola, Suntory PepsiCo, Red Bull und *La Vie (Nestlé)* zählen zu ihnen. Coca Cola plant seine Produktion in den nächsten 10 Jahren auf über 1,2 Mio. Liter pro Jahr zu steigern. 2017 wurden Investition auf die Abfüllerei in Hanoi um 285 Mio. auf insgesamt 580 Mio. US\$ aufgestockt.

- Canon Vietnam, Toyota Motor Vietnam, Hyundai Thành Công, Prudential Vietnam (britisches Finanz- und Versicherungsunternehmen mit Firmensitz in London)

4. Währungsumrechnungen

Die Beträge wurden entweder direkt aus der Quelle übernehmen oder von uns in EUR (10 Stellen hinterdem Komma) umgerechnet. Näherungsweise können hierfür nachfolgende, bereinfachte Umrechnungen genutzt werden: 1 US\$: ca. 0,88 EUR, 1 SEK: ca. 0,096 EUR, 1 VDN: ca. 0,000038 EUR.

5. Quellengesamtverzeichnis

1. Vietnam Print Association, 2. Vietnam Pulp and Paper Association, 3. Vietnam Customs, 4. Statistisches Bundesamt, 5. GTAI, 6. UN Comtrade, 7. Bao Viet Securities, 8. FAOSTAF, 9. Viet Capital Securities, 10. www.vietnam-briefing.com, 11. Eurostat, 12. Laenderdaten.info, 13. Statista GmbH, 14. countrymeters.inf, 15. INSEE, 16. www.aktien-check.de, 17. www.searates.com, 18. AHK Vietnam, 19. suedostasien.net, 20. CIA World Factbook, 21. International Trade Administration, U.S. Department of Commerce, 22. Vietnam Port Association, 23. VOV5 Vietnam, 24. Forschungsbericht d. Bundesministeriums für Arbeit u. Soziales 2018, 25. ILO-KLM, 26. ILO-KLM (International Labor Organization), 27. Bundesagentur für Arbeit, 28. wko.at, 29. ec.europe.eu, 30. www.sabeco.com.vn, 31. www.habeco.com.vn, 32. en.cocacolavietnam.com, 33. www.billerudkorsnas.com, 34. www.maersk.com, 35. Malcom Purcell McLean (Wikipedia), 36. KIZUNA JV CORPORATION, 37. Quelle: Ministerium für Planung und Investment von Vietnam, 38. JETRO, 39. PHAPLUAT (pháp luật) Báo điện tử Pháp Luật thành phố Hồ Chí Minh (Zeitung aus HCMC)