

Branchen | Vietnam | Druck-, Verlagserzeugnisse

## Druckbranche durchlebt Höhen und Tiefen

**Der Verpackungsdruck expandiert trotz Pandemie. Die Verlagsbranche orientiert sich in Richtung digitale Formate.**

08.11.2021

Von Frauke Schmitz-Bauerdick | Hanoi

### Druckgewerbe

**Der Verpackungsdruck in den Bereichen Pharma, Nahrungsmittel und Getränke expandiert trotz - oder eher - aufgrund der Pandemie. Der Verlagsdruck aber verliert an Bedeutung.**

- ▶ **Markttrends:** Die einzelnen Sparten sind unterschiedlich von der Coronakrise betroffen
- ▶ **Branchenstruktur/Wettbewerb:** Branche steht vor Konsolidierung
- ▶ **Rahmenbedingungen:** Keine Importzölle auf Druckmaschinen aus der EU

### Markttrends: Die einzelnen Sparten sind unterschiedlich von der Coronakrise betroffen

Die Coronapandemie geht auch an der vietnamesischen Druckbranche nicht spurlos vorüber. Nach Angaben des vietnamesischen Ministeriums für Information und Kommunikation erzielte Vietnams Druckindustrie 2020 einen Umsatz von umgerechnet 4,1 Milliarden US-Dollar (US\$). Das entspricht einem leichten Rückgang um nominal 1,7 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Aufgrund des Neuausbruchs der Pandemie seit April 2021 und den damit verbundenen Lockdowns, Einkommensverlusten und Schulschließungen in großen Teilen des Landes dürften weite Bereiche des Verlagswesens auch im Jahr 2021 Umsatzeinbußen erleiden.

Die Verpackungsindustrie hingegen schafft es gut durch die Krise. Nach wie vor steigende Exportquoten sowie die durch Lockdowns forcierten Zuwächse bei pharmazeutischen Produkten, E-Commerce und modernem Einzelhandel stärkt die Nachfrage nach Verpackungen.

### Umsatz der vietnamesischen Druckindustrie (in Millionen US-Dollar)

Segment	2019	Anteil an Gesamtumsatz (in %)	2020
Verpackungen	2.920,0	70	k. A.
Verlagswesen (Zeitungen, Zeitschriften, Bücher etc.)	273,0	7	k. A.
Werbung	333,6	8	k. A.
Andere	643,4	15	k. A.
Gesamte Druckindustrie	4.170,0	100	4.100,0

Quelle: Vietnam Print Association, Ministerium für Information und Kommunikation

### **Zeitungen/Zeitschriften: Onlinezeitungen ersetzen die Druckerschwärze**

Gedruckte Zeitungen und Magazine verlieren an Bedeutung. Die Leserschaft informiert sich zunehmend über Smartphones. Die Regierung forciert eine Umstellung von Druck auf online. Ob reine Modernisierungsaspekte hierbei eine Rolle spielen oder aber die Tatsache, dass unliebsame Inhalte online leichter gesperrt, gelöscht oder geändert werden können als das gedruckte Wort, bleibt unbestimmt. Die Zeitungs- und Buchbranche unterliegt im kommunistischen Einparteiensystem Vietnams als Träger von Meinungsäußerung starker staatlicher Beobachtung.

### **Werbedruck/Geschäftsdruck/Formulardruck: Verwaltung geht online**

Die Digitalisierung des Geschäftslebens beschleunigt sich, nicht zuletzt in Folge der Coronapandemie, die seit April 2021 verstärkt auch in Vietnam wütet. Der Geschäftsdruck verliert an Bedeutung.

Öffentliche Drucksachen, wie Geldscheine, Pässe oder Formulare, werden durch die staatseigenen Druckereien der zuständigen Institution (Sicherheitsministerium, Staatsbank usw.) gedruckt. Prinzipiell fördert die Regierung aber die Fortentwicklung des E-Government. Erste Ämter, so die zentralen Steuerbehörden, akzeptieren digitale Erklärungen. Mittelfristig wird daher auch der Bedarf an Formulardruck sinken.

Auch der Werbedruck steht im Schatten der Digitalisierung und wird Branchenkennern zufolge in den kommenden Jahren gegenüber der Onlinewerbung an Bedeutung verlieren.

### **Bücher: Schulbücher bleiben Fundament des Verlagswesens**

Eine wenig ausgeprägte Lesebereitschaft stellen die Buchverlage vor Herausforderungen. Der Buchumsatz erreichte 2020 lediglich 116,7 Mio. US\$ und verlor damit 3 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Getragen wird der Verlagsdruck vom Bereich der Schul- und Lehrbücher, welcher rund 50 Prozent des Gesamtbuchmarktes ausmacht.

### **Verpackungsdruck und Etiketten: Verpackungsdruck trotz dem Coronaabschwung**

Der Verpackungs- und Etikettendruck beherrscht die Branchenentwicklung. Der moderne Einzelhandel sowie E-Commerce gewinnen in Zeiten der Pandemie an Bedeutung und fragen vielfältigste Verpackungslösungen nach. Die aufgrund steigender internationaler Nachfrage anziehenden Exporte erhöhen den Bedarf an Verpackungen für Verkäufe ins Ausland.

International scheint sich Vietnam zudem als Zulieferer für Verpackungen und Verpackungsmaterial zu etablieren. Die Exporte von Papier und Papierprodukten stiegen im 1. Halbjahr 2021 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um nominal gut 16 Prozent, die Lieferungen in die USA sogar um 24 Prozent.

Die Ansprüche, die an den Verpackungsdruck gestellt werden, verändern sich mit den höheren Erwartungen in- und ausländischer Kunden. Entsprechend steigen auch die Anforderungen an die drucktechnische Ausstattung von Verpackungsherstellern. Im Binnenmarkt sind die Zeiten, in denen Verpackungen lediglich den Zweck hatten, Waren transportfähig zu machen, langsam vorüber. Eine anspruchsvolle Verpackung gilt als ein Zeichen für Qualität und ist wichtiger Marketingbestandteil geworden.

### **Druck- und Mediovorstufe: Druckmaschinenhersteller leiden unter der Pandemie**

Da Vietnam über keine eigene Produktion hochwertiger Druckmaschinen verfügt, ist das Land auf Importe angewiesen. Angesichts der herrschenden pandemiebedingten Unsicherheiten in den Jahren 2020 und 2021 verschiebt ein Großteil der Kunden Investitionsprojekte. 2020 sanken die vietnamesischen Einfuhren von Druck- und Buchbindemaschinen um knapp 14 Prozent. Auch 2021 dürften angesichts einer seit April 2021 anhaltenden schwierigen Infektionslage, die auch die Produktion stark beeinträchtigt, in vielen Branchen Investitionspläne weiterhin auf Eis liegen.

Deutsche Drucktechnik gilt als führend und ist bei finanziell entsprechend aufgestellten Unternehmen gefragt. Knapp ein Viertel aller importierter Drucktechnik (24 Prozent) kam 2020 aus Deutschland. Im Bereich Offset sind deutsche Anlagen mit einem Importanteil von sogar knapp 50 Prozent besonders gut vertreten.

Bislang bleibt der klassische Offsetdruck das am häufigsten genutzte Druckverfahren. Flexodruckverfahren, die gerade im Bereich der Nahrungsmittel- und Konsumgüterverpackung benötigt werden, gewinnen aber an Bedeutung.

Digitaldruckanlagen finden bei international agierenden Unternehmen, die auch im Bereich Verpackungsgestaltung tätig sind, steigende Nachfrage. Sie schätzen die Flexibilität digitaler Druckmaschinen, die ermöglicht, auch kleine Stückmengen und Probeexemplare zu produzieren.

Die Finanzierung der Modernisierung der Druckausstattung bleibt ein Schwachpunkt. Das Gros der kleinen bis mittleren lokalen Firmen ist finanziell kaum in der Lage, technisch hochwertige Druckmaschinen und Zubehör zu kaufen. Daher kommen hauptsächlich Unternehmen, die in der Produktion hochwertiger Verpackungen für die entwickelten Exportmärkte tätig sind, als Kunden qualitativ anspruchsvoller Druckmaschinen in Frage. Allerdings haben pandemiebedingte vorübergehende Betriebsschließungen und andauernde Produktionsbeschränkungen die finanzielle Leistungskraft auch generell gut gestellter Unternehmen angegriffen.

## Branchenstruktur/Wettbewerb: Branche steht vor Konsolidierung

Über 25.000 Unternehmen haben eine Genehmigung für Drucktätigkeiten. Ein Großteil dieser Unternehmen sind im Verpackungsdruck tätig. Dazu zählen reine Verpackungsunternehmen, aber auch Produktionsunternehmen, die die benötigten Verpackungen, Gebrauchsanleitungen und Packungsbeilagen betriebsintern produzieren und drucken. Als reine Druckerei firmieren gut 2.000 Unternehmen. Zudem gibt es 59 auf den Druck von Büchern, Zeitschriften sowie Zeitungen spezialisierte Verlagshäuser. Viele davon sind in staatlicher Hand.

Die lokale Druckindustrie steht vor Herausforderungen. Die staatlichen, aber auch viele der privatisierten oder privaten Druckunternehmen arbeiten nicht selten ineffizient. Die meisten vietnamesischen Unternehmen sind klein und produzieren mit weitestgehend veralteter Technologie. Branchenkenner erwarten aufgrund des steigenden Wettbewerbs eine Konsolidierung des Marktes.

Andere Unternehmen gerade im Verpackungsbereich haben es jedoch geschafft, sich als Zulieferer international agierender Produktionsunternehmen in Vietnam zu behaupten. Zu den wichtigsten vietnamesischen Verpackungsdruckunternehmen gehört In Nong Nghiep JSC (APP). Das im Umland von Hanoi angesiedelte Unternehmen wirbt mit der Verwendung von Schweizer Offset-Druckmaschinen der Marke Manroland und erzielte 2020 einen Umsatz in Höhe von 52 Millionen US\$.

Das in der Provinz Hung Yen produzierende Verpackungsunternehmen [Viet Hung](#) beliefert Samsung und arbeitet im Druckbereich mit Offset-, Flexo- und UV-Druckmaschinen. [Goldsun Packaging](#) verfügt über vier Standorte in Hanoi und Bac Ninh und beliefert Coca Cola, Heineken und Samsung. Seine Druckmaschinen bezieht das Unternehmen von Koenig & Bauer (KBA), Manroland und Heidelberger Druckmaschinen. Im südlichen Ho Chi Minh City ist die halbstaatliche [Liksin](#) eines der bedeutendsten Druckunternehmen (vor allem Konsumgüterverpackungsdruck).

Wichtige staatliche Verlage und Druckereien sind im Norden des Landes die Gewerkschaftsdruckerei (In Cong Dong) sowie die Militärdruckerei (In Quan Doi). Im Süden ist die 2015 privatisierte [Tran Phu Druckerei](#) mit 14 Millionen US\$ Umsatz (2019) eines der wichtigeren Branchenunternehmen.

Ausländische Unternehmen aus unter anderem Thailand, Korea und Japan drängen in den Verpackungssektor. So baut das thailändische Unternehmen SCG Packaging seine Beteiligungen an vietnamesischen Papier- und Verpackungsfirmen aus. 2021 hat SCG 70 Prozent der Anteile am vietnamesischen Plastikverpackungsunternehmen Duy Tan erworben, eine Investition von 332 Millionen US\$. Die japanische OJI Holding hat angekündigt, bis Mai 2022 eine sechste Papierverpackungsfertigung zu errichten und plant mit Investitionen in Höhe von 55 Millionen US\$.

## Rahmenbedingungen: Keine Importzölle auf Druckmaschinen aus der EU

Druckmaschinen können nur von Unternehmen mit einer entsprechenden Importlizenz importiert werden. Nur für Post-Press-Produkte, wie Schneide- oder Buchbindemaschinen, hat die Regierung die Erfordernis einer Einfuhrlizenz aufgehoben.

Mit dem am 1. August 2020 in Kraft getretenen EU-Vietnam Freihandelsabkommen entfallen Importzölle auf Druckmaschinen aus der Europäischen Union (EU).

Stand September 2021

**Von Frauke Schmitz-Bauerdick | Hanoi**

## Verlagsgewerbe

**Zeitungsverlage digitalisieren ihre Auftritte. Das Buchverlagswesen steht unter Druck und will mit eBooks die Verkäufe ankurbeln.**

- ▶ **Markttrends: Verlage investieren in E-Books**
- ▶ **Branchenstruktur/Wettbewerb: Schulbuchverkauf in staatlicher Hand**
- ▶ **Rahmenbedingungen: Ausländischen Verlagen bleibt der Markt verschlossen**

Das Verlagswesen steht unter strikter staatlicher Kontrolle. Insgesamt existieren nach Angaben des Ministeriums für Information und Kommunikation rund 60 staatliche Verlage. Von diesen sind knapp 50 an das dem Ministerium unterstellte Vietnam Publishing, Printing and Distribution Office angeschlossen, der Rest an die jeweiligen Provinzverwaltungen.

Daneben gibt es rund 1.500 als Druckhäuser firmierende, aber als Verlagshaus agierende Privatverlage. Unter eigenen Namen veröffentlichen können diese Privatverlage allerdings nicht. Vielmehr benötigen sie die Sponsorenschaft von einem der staatlichen Verlage. Diese springen erst nach einer mehr oder weniger intensiven inhaltlichen Kontrolle des gerade in Frage stehenden Werkes und Zahlung einer Umsatzbeteiligung als (Mit-)Verleger ein.

Der Verlagsdruck leidet unter einem schleichenden Bedeutungsverlust, der durch die anhaltende Pandemie und die damit verbundenen langwierigen Lockdowns noch verstärkt wird. Der Gesamtumsatz des vietnamesischen Buchverlagswesens (ohne Zeitungen und Zeitschriften) betrug 2020 knapp 117 Millionen US\$, ein Rückgang gegenüber dem Vorjahr um nominal 2,3 Prozent.

### Markttrends: Verlage investieren in E-Books

Onlinezeitungen ersetzen zunehmend die Druckfassungen. 2020 gab es auf zentraler und lokaler Ebene noch knapp 800 Zeitungen und Magazine im Druckformat. Das sind knapp sechs Prozent weniger als noch im Vorjahr mit 850.

Vor allem die älteren Vietnamesen lesen noch Zeitungen aus Papier. Die jüngere Bevölkerung aber informiert sich online und bevorzugt andere Informationsquellen als die klassischen, staatlich überwachten Zeitungen. Anders als in China sind internationale und ausländische Medien ohne Einschränkung abrufbar.

Der Buchmarkt leidet an einer geringen Lesebereitschaft der Bevölkerung. Die Buchauflage sank 2020 nach Angaben des Ministeriums für Information und Kommunikation auf 410 Millionen Stück, ein Rückgang gegenüber dem Vorjahr um sieben Prozent. Führende Branchenverlage berichten über Umsatzrückgänge von zwischen 30 bis 50 Prozent. Die Regierung aber will das Lesen fördern und plant, dass bis 2025 jeder Einwohner des 100-Millionen-Einwohnerlandes fünf bis sechs Bücher pro Jahr kauft.

Die Branche investiert in die Digitalisierung, insbesondere in die Entwicklung von E-Books und Hörbüchern. Bis 2025 sollen nach Vorgaben des Ministeriums für Information und Kommunikation 15 Prozent aller Buchtitel in elektronischer Form erscheinen.

Ratgeber und politisch akzeptierte Sachbücher dominieren den Markt. Kritische literarische Werke oder Sachbücher finden in der Regel keinen offiziellen Verleger und werden, wenn überhaupt, semilegal oder im Untergrund gedruckt.

Zudem ist das Buchverlagswesen auch unter geschäftspraktischen Aspekten ein schwieriges Handwerk. Das Problem illegaler Raubkopien stellt Verlage weiterhin vor Herausforderungen, berichten Brancheninsider. Zudem sei der Markt schnelllebig. So müsse sich ein neuer Buchtitel innerhalb von acht bis zehn Wochen amortisieren.

### Branchenstruktur/Wettbewerb: Schulbuchverkauf in staatlicher Hand

Der umsatzstärkste Buchsektor ist der Bereich Schul- und Lehrbücher mit einem Anteil von 50 Prozent am Gesamtbuchmarkt. Bislang ist der Sektor noch fest in der Hand des staatlichen Verlagshauses [Vietnam Education Publishing House](#) . Das 1957 gegründete Verlagshaus liefert als mit Abstand wichtigster offizieller Schulbuchanbieter des Landes den überwiegenden Teil aller Verlagsleistungen für die nach staatlichem Lehrplan agierenden Schulen. Jährlich druckt das Verlagshaus zwischen 105 und 110 Millionen Schulbücher. Der Umsatz lag 2019 bei geschätzt rund 56,3 Millionen US\$,

wobei 43,5 Mio. US\$ auf Schulbücher entfielen. Für das Schuljahr 2021/22 ist außerdem das [Ho Chi Minh City University of Education Publishing House](#) [↗](#) berechtigt, Schulbücher zu drucken.

Nach Schulbüchern finden noch Ratgeber vergleichsweise rege Nachfrage. Literatur hingegen verkauft sich zunehmend schlechter.

Zu den wichtigsten privaten Buchverlagen zählen der auf Wissenschaft und Wirtschaft ausgerichtete Verlag [Alpha Books](#) [↗](#), [Nha Nam](#) [↗](#) im Bereich Belletristik und Kinderbuch, [First News](#) [↗](#) für die Bereiche Literatur und Sachbücher sowie [Dong A](#) [↗](#) für den Bereich Populärliteratur. Der wichtigste staatliche Buchverlag ist das [Tre Publishing House](#) [↗](#), welches die gesamte Palette des Verlagspektrums abdeckt.

## Vietnams Buchverlagswesen \*)

	2019	2020	Veränderung 2019/20 (in %)
Umsatz (in Mio. US\$)	119,5	116,7	-2,3
Buchtitel (Anzahl)	37.100	33.000	-11,1
Auflage (in Mio. Stück)	441	410	-7,0

\*) Reines Buchverlagswesen, ohne Zeitungen und ZeitschriftenQuelle: Ministerium für Information und Kommunikation

## Rahmenbedingungen: Ausländischen Verlagen bleibt der Markt verschlossen

Das Verlagswesen ist ausländischen Unternehmen grundsätzlich verschlossen, sie können, zumindest der Gesetzeslage nach, lediglich Repräsentanzen eröffnen. Ausschließlich vietnamesischen Staatsangehörigen oder Organisationen ist es nach den Vorgaben des Publishing Law aus dem Jahr 2012 sowie den Umsetzungsdekreten 60/2014 ND-CP und 25/2018 ND-CP erlaubt, verlegerisch tätig zu werden.

Nur wenigen ausländischen Unternehmen ist es bisher gelungen, Verlagslizenzen zu erhalten. Der wichtigste ausländische Verleger ist Ringier, der seit 25 Jahren mit hochwertigen Magazinen am vietnamesischen Markt vertreten ist.

Der Import von Büchern und Magazinen bedarf nach den Vorgaben des Commercial Law aus dem Jahr 2006 der vorherigen inhaltlichen Genehmigung durch das Ministerium für Kultur, Sport und Tourismus (Ministry of Culture, Sport and Tourism).

Stand September 2021

Von Frauke Schmitz-Bauerdick | Hanoi

## Werbung

**Vietnams vergleichsweise kleiner Marketing- und Anzeigenmarkt bietet Wachstumspotenzial. Digitale Formate profitieren von der Pandemie.**

- ▶ **Markttrends: Onlinewerbung noch unterrepräsentiert**
- ▶ **Branchenstruktur/Wettbewerb: Ausländische Agenturen dominieren den Markt**
- ▶ **Rahmenbedingungen: Werbung bleibt staatlich reguliert**

## Markttrends: Onlinewerbung noch unterrepräsentiert

Nach Schätzungen von Statista erreichten die Gesamtwerbeausgaben 2020 in Vietnam gut 1,3 Milliarden US-Dollar (US\$). 76 Prozent der Ausgaben fließen in die althergebrachten Werbemedien Fernsehen, Radio, Zeitung und Zeitschriften sowie Außenwerbung.

Im gesamtasiatischen Vergleich ist der vietnamesische Werbemarkt damit noch vergleichsweise klein. Angesichts einer Bevölkerung von 100 Millionen Einwohnern und den steigenden Einkommen bietet der Markt aber erhebliches Wachstumspotenzial.

Getrieben durch die Coronapandemie und die anhaltenden Lockdowns im gesamten Land verlagert sich der Medienkonsum verstärkt von traditionellen Medien ins Internet. Ungeachtet dessen ist Onlinewerbung mit einem Anteil von 24 Prozent am Gesamtumsatz noch unterrepräsentiert. Facebook, Google, Tik Tok und YouTube sind die führenden Onlinekanäle des Landes und haben nach Angaben der Vietnam Advertising Association einen Anteil von mehr als 80 Prozent am in Vietnam generierten Online-Werbeumsatz. Angesichts einer hohen Internetaffinität gerade der jüngeren und kaufkräftigen Bevölkerungsteile sowie der weiten Verbreitung mobiler Endgeräte, insbesondere Smartphones, erwarten Experten, dass der Bereich der digitalen Werbung stark wachsen wird.

## Branchenstruktur/Wettbewerb: Ausländische Agenturen dominieren den Markt

Knapp 450 im Werbebereich tätige Unternehmen organisieren sich in der [Vietnam Advertising Agency](#). Gut ein Drittel der Mitgliedsunternehmen sind in Ho Chi Minh City tätig, knapp ein Viertel in Hanoi. Die meisten Branchenunternehmen sind eher klein und sehr lokal aufgestellt und fokussieren sich auf Druck und gegebenenfalls Entwurf einfacher Werbe- und Veranstaltungsmaterialien.

Die wichtigsten internationalen Werbeagenturen sind im Land vertreten und gelten als marktführend. Zu den größten in Vietnam tätigen Agenturen zählen die WPP Group, Ogilvy, Omnicom, Dentsu, Publicis und Interpublic (mit Foote, Cone & Belding und MullenLowe). Rein vietnamesische Firmen wie [EloQ Communications](#) agieren zunehmend selbstbewusst und international orientiert am Markt.

Im Bereich Außenwerbung ist die vietnamesische [Goldsun Group](#) gut im Markt vertreten, leidet aber unter den lang anhaltenden Ausgangsbeschränkungen aufgrund der Coronapandemie. Sie fokussiert sich insbesondere auf großflächige Plakatwände und zunehmend LED-Werbung und ist nach Unternehmensangaben mit 89.000 Quadratmetern verfügbarer Werbefläche der größte Anbieter für Außenwerbung.

## Werbeausgaben (in Millionen US-Dollar, Veränderung und Anteil in Prozent)

Werbeträger	2018	2019	Veränderung 2019/18 (in %)	Anteil 2019 (in %)
Traditionelle Medien (Fernsehen, Zeitung, Rundfunk, Außenwerbung)	984	1.016	3,3	77,6
Digital (Desktop/Laptop/Mobilgeräte)	256	294	14,9	22,4
... davon nur Mobilgeräte	142	198	40	15,1
Insgesamt	1.240	1.310	5,5	100

Schätzungen; Abweichungen durch gerundete ZahlenQuelle: eMarketer, Berechnungen von Germany Trade & Invest

## Rahmenbedingungen: Werbung bleibt staatlich reguliert

Der Markt für Werbung gilt aus Sicht des vietnamesischen Staates als sensibler Bereich, unterliegt staatlicher Beobachtung und steuerlichen sowie regulativen Einschränkungen.

So dürfen ausländische Werbeunternehmen lediglich in Form von Repräsentanzen tätig werden. Auch kann nicht jedes Produkt frei beworben werden. Werbung für starken Alkohol (mehr als 15 Prozent Alkoholgehalt) und Zigaretten ist verboten, Reklame unter anderem für Pharmazeutika muss vor Veröffentlichung durch das Ministerium für Kultur, Sport und Tourismus genehmigt werden. Zudem ist das betriebliche Budget für Werbung faktisch begrenzt. Die steuerliche Absetzbarkeit von Werbeausgaben ist auf 10 Prozent aller Betriebsausgaben beschränkt.

Stand September 2021

Von Frauke Schmitz-Bauerdick | Hanoi

## Kontaktadressen

Bezeichnung	Anmerkungen
<a href="#">Vietnam Printing Association</a> 	Branchenverband
<a href="#">Ministry of Information and Communications</a> 	Ministerium für Information und Kommunikation
<a href="#">Rieckermann GmbH</a> 	Vertriebsunternehmen
<a href="#">AHK Vietnam</a> 	Deutsche Auslandshandelskammer

## Kontakt

Annika Pattberg

Wirtschaftsexpertin

 +49 228 24 993 359

 [Ihre Frage an uns](#)

Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck – auch teilweise – nur mit vorheriger ausdrücklicher Genehmigung. Trotz größtmöglicher Sorgfalt keine Haftung für den Inhalt.

© 2022 Germany Trade & Invest

Gefördert vom Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages.