

Branchenbericht | Vietnam | Nahrungsmittel, Getränke

Vietnamesen essen immer mehr Fertigprodukte

Immer mehr Menschen greifen zu Fertigmahlzeiten und Convenience Food. Deutsche Produkte sind in dem südostasiatischen Land aber noch wenig verbreitet.

30.12.2021

Von Frauke Schmitz-Bauerdick | Hanoi

- ▶ [Fertigkostangebot wird größer](#)
- ▶ [Bisher sind nur wenige deutsche Anbieter vertreten](#)
- ▶ [Klima stellt Lebensmittelproduzenten vor Probleme](#)
- ▶ [Strenge Vorgabe bei der Einfuhr von Lebensmitteln](#)

Die zunehmende Urbanisierung, eine wachsende Verbreitung des modernen Einzelhandels sowie ein durch sich ändernde Lebensumstände angeschobener Trend zu mehr Fertigprodukten treibt den Absatz an verarbeiteten Lebensmitteln in Vietnam. Die Nachfrage nach Snacks, Süßwaren aber auch Fertigmahlzeiten steigt stetig. Das Marktforschungsinstitut Statista prognostiziert für die Jahre 2021 bis 2026 für die Segmente Snacks, Getränke, Fertiggerichte und Convenience Food ein durchschnittliches jährliches Wachstum von zwischen drei bis sieben Prozent.

Lebensmittelabsatz in Vietnam: Entwicklung und Prognose

Produktgruppe	Umsatz 2019 (in Mio. US\$)	Umsatz 2021 (in Mio. US\$)*	Umsatz 2023 (in Mio. US\$)*	Pro-Kopf-Ausgaben 2021 (in US\$)*	Erwartetes jährliches Umsatzwachstum 2021 bis 2026 (in Prozent)
Snacks und Süßwaren	10.029	14.308	15.709	145,7	6,6
Nicht alkoholische Getränke	7.903	8.713	10.643	88,8	7,4
Convenience Food (Suppen, Fertiggerichte)	4.244	5.466	6.026	55,7	5,9
Verarbeitete Fleischwaren	932	1.163	1.200	11,9	3,1
Fisch- und Meeresfrühtzubereitungen	1.727	2.310	2.555	23,53	6,1

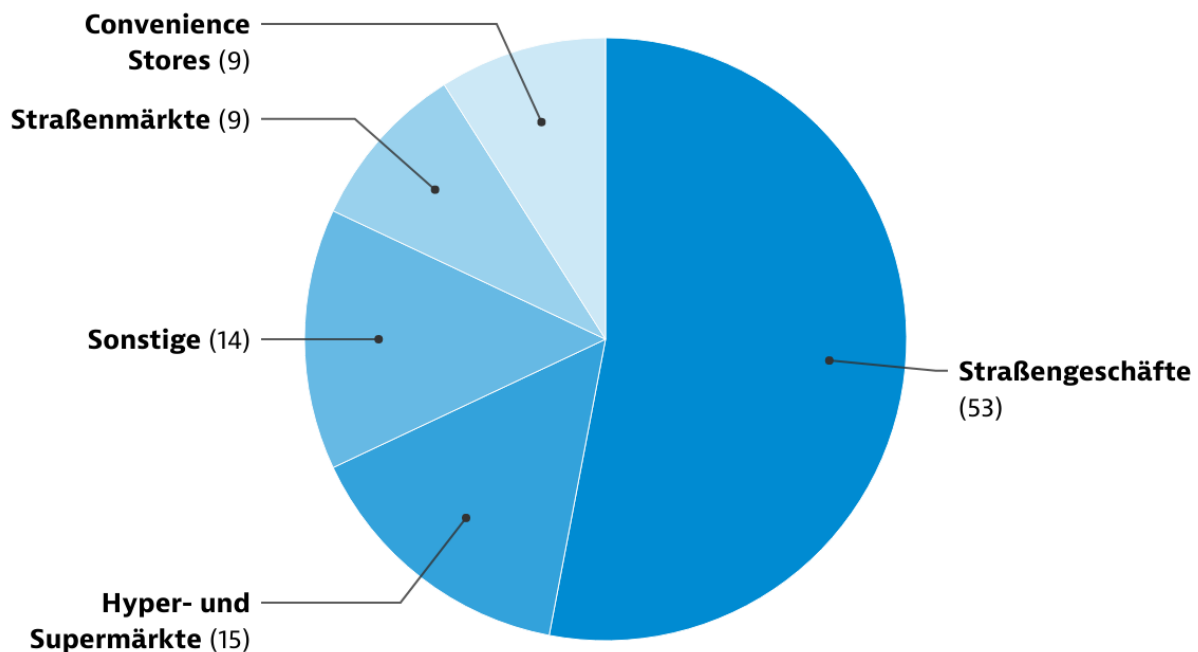
* PrognoseQuelle: Statista

Die städtische Mittelklasse verfügt trotz zeitweiser coronabedingter Einbußen über wachsende Einkommen und entwickelt ein zunehmendes Bewusstsein für einen modernen Lebensstil. Der Bedarf, aber auch die Ansprüche der Verbraucher ändern sich. In Pandemiezeiten boomt zwar die Essenzubereitung zu Hause. Gerade in städtischen Gegenden aber sind Frauen zunehmend berufstätig. Den arbeitenden Menschen fehlt die Zeit um, wie in der Vergangenheit üblich, täglich Frischwaren einzukaufen und von Grund auf zuzubereiten.

Fertigkostangebot wird größer

Supermärkte und Convenience Stores erobern die städtischen Zentren des Landes und bieten Verbrauchern auf ihren Bedarf angepasste Komplettlösungen. Anders als die noch weithin verbreiteten Straßenmärkte und Nachbarschaftsgeschäfte verfügen sie über Platz sowie Kühl- und Tiefkühlregale und sind daher in der Lage, ein vielfältigeres Nahrungsmittelangebot für den schnellen Einkauf bereitzuhalten. Die zunehmende Verbreitung von Haushaltsgeräten wie Kühlschränke, Backöfen und Mikrowellen erleichtert Verbrauchern das Lagern und die schnelle Zubereitung von ganz oder teilweise vorbereiteten Mahlzeiten.

Verkaufskanäle in Vietnam 2020 (Anteile in Prozent)



Quelle: Statista, Kantar Worldpanel

[Auf Datawrapper anschauen](#)

Ein wachsendes Gesundheitsbewusstsein verändert das Konsumverhalten. Qualität, Nahrungsmittelsicherheit sowie die zumindest erwartete gesundheitsfördernde Wirkung von zubereiteten Nahrungsmitteln und Getränken spielt produktübergreifend eine stärkere Rolle. Viele junge, städtische Verbraucher sind über internationale Essenstrends informiert und finanziell in der Lage, wählerischer zu werden.

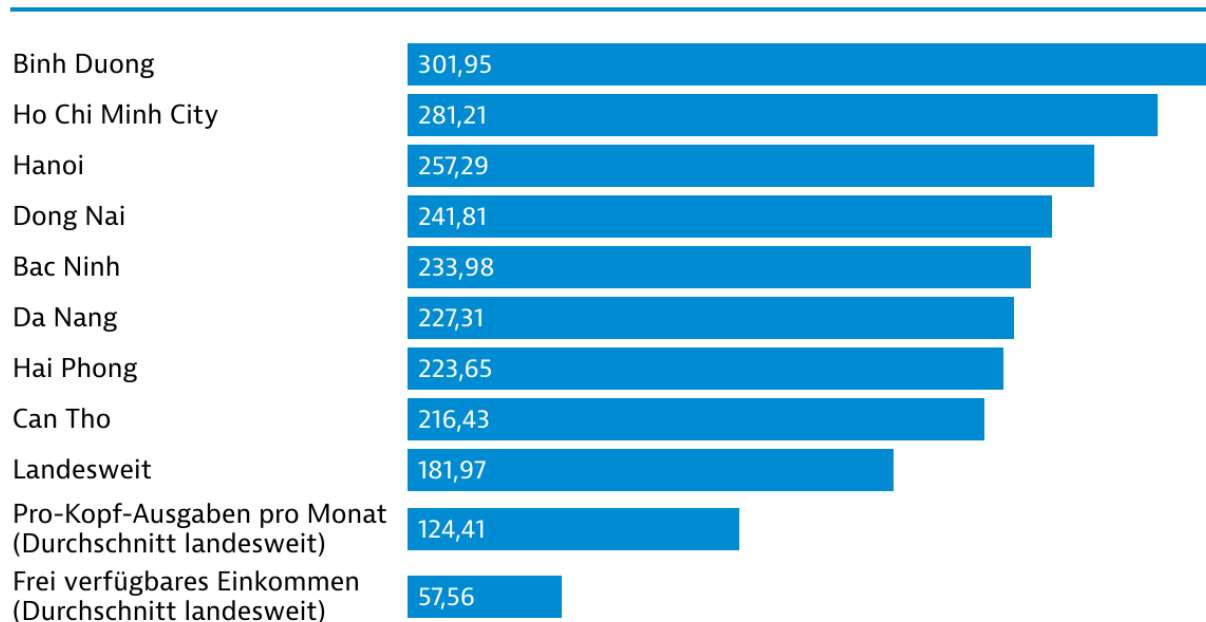
Der moderne Einzelhandel führt ein immer größeres Angebot. Bestand in der Vergangenheit das Gros an Convenience Food aus Instantnudeln, ist nun in den Kühlregalen der Geschäfte ein zunehmendes Angebot an auf den vietnamesischen Geschmack ausgerichteten Fertiggerichten zu finden.

Bisher sind nur wenige deutsche Anbieter vertreten

Deutsche Produkte haben grundsätzlich einen hervorragenden Ruf im Land und gelten als sicher und modern. Dennoch ist es für deutsche und europäische Anbieter nicht einfach, den Markt zu erobern. Aufgrund

der Hochpreisigkeit europäischer Importprodukte im Vergleich zu den lokalen Pendanten ist die erschließbare Kundengruppe trotz steigender Einkommen nach wie vor klein.

Monatliches Pro-Kopf-Einkommen in ausgewählten Städten (2020, US\$)



Umrechnungskurs 2020: 1 US\$=23.245,83 VND, Deutsche Bundesbank

Quelle: General Statistics Office

[Auf Datawrapper anschauen](#)

Von deutschen Essensgepflogenheiten abweichende lokale Vorlieben führen zudem dazu, dass Standardprodukte des deutschen Snack-, Süßwaren- und Convenience-Angebots wie Schokolade, Gebäck oder Nahrungsmittelzubereitungen auf bislang noch wenig Gegenliebe treffen. Als zu süß, zu salzig oder zu fremd werden noch viele ausländische Produkte in dem in Bezug auf seine Ernährung eher konservativ eingestellten Land eingeschätzt. Den lokalen Geschmack treffen vietnamesische Hersteller, wie die auf Fleischprodukte und Convenience Food spezialisierten Großunternehmen Masan und Vissan oder die vorwiegend im Bereich Snacks, Gebäck und Getränke aktive Kido-Mondelez Gruppe.

Aber auch dem vietnamesischen Essen verwandtere und bekanntere Zubereitungen aus Thailand, Japan und Korea finden häufig mehr Anklang als deutsche oder europäische Nahrungsmittel. Zudem sind deutsche Nahrungsmittel außerhalb von spezialisierten Feinkostläden in den Regalen der Supermärkte noch kaum zu finden. Nur wenige deutsche Anbieter wie Zott, Storck und Haribo sind mit ihren Waren landesübergreifend vertreten.

Klima stellt Lebensmittelproduzenten vor Probleme

Rein praktische Probleme erschweren die Lieferung von europäischen Lebensmitteln in Vietnam. Klimatische Bedingungen, wie hohe Temperaturen und ausgeprägte Luftfeuchtigkeit stellen andere Ansprüche an die Verpackung beispielsweise von Gebäck als dies in Deutschland der Fall ist. Während Chips oder trockene Snacks auch in den kleinsten Straßenläden des Landes zu finden sind, können aus Qualitätssicherungsgründen bestimmte Produkte wie Schokolade nur durch den modernen (und klimatisierten) Einzelhandel verkauft werden.

Strenge Vorgabe bei der Einfuhr von Lebensmitteln

Die Einfuhr von Lebensmitteln nach Vietnam kann gerade für erstmals nach Vietnam exportierte Produkte aufgrund von vietnamesischen lebensmittelrechtlichen Vorgaben mühsam sein. Zwar wird das im August 2020 in Kraft getretene [EU-Vietnam-Freihandelsabkommen](#) mittelfristig sowohl Einfuhrzölle senken als auch nichttarifäre Handelshemmnisse

mindern. Bislang jedoch unterliegt der Import von Nahrungsmitteln nach Vietnam strikten Genehmigungsvoraussetzungen, die den geplanten Vertrieb im Land über längere Zeit behindern können. In der Regel sollte die Einfuhr daher über im Lebensmittelimport erfahrene Distributoren wie die [Annam-Gruppe](#) erfolgen, die bei der Importabwicklung, aber auch Markterschließung unterstützen können.

Grundsätzlich bietet die jährlich Lebensmittelleitmesse Food Expo in Ho Chi Minh City gute Möglichkeiten, mit potentiellen Kunden und Distributoren in Kontakt zu treten. Aufgrund der Corona-Pandemie ist allerdings noch unsicher, ob und in welchem Format die Food Expo 2022 stattfinden und ob die Einreise ausländischer Aussteller möglich sein wird.

Das Agrarkompetenzcenter der [AHK Vietnam](#), finanziert durch das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL), unterstützt deutsche Exporteure ebenfalls beim Markteintritt.

Agrarkompetenzcenter

Name	Anmerkung	Kontaktadresse	Telefon
Agrarkompetenzcenter	Unterstützung der deutschen Nahrungsmittlexportwirtschaft	agriandfood@vietnam.ahk.de	+84 28 38227538 (deutsch, englisch, vietnamesisch)

Mehr zu:

Vietnam
Nahrungsmittel, Getränke
Branchen

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.