

Vietnamesen mögen deutsche Produkte

Le Thi Hai Duong ist Büroleiterin bei der AHK Vietnam in Ho Chi Minh City. Mit ihrem Team organisiert sie Delegationsreisen für wirtschaftliche und politische Delegationen aus Deutschland und unterstützt deutsche Unternehmen bei ihrem Einstieg in den vietnamesischen Markt.

Frau Hai Duong, Asien wird für viele Unternehmen immer wichtiger, doch ist auch die Konkurrenz unter den ASEAN-Staaten um ausländische Investitionen groß. Was zeichnet Vietnam gegenüber anderen Anrainerstaaten aus?

Hai Duong: Aus unserer Sicht sind es - für manche vielleicht überraschend - nicht die recht niedrigen Arbeitskosten, die nur etwa halb so hoch sind wie in China. Das große Potenzial liegt vielmehr in der Arbeitsqualität der Vietnamesen. Durch die niedrige Fluktuation sind die handwerklich geschickten Arbeitskräfte gut eingearbeitet, haben viel Erfahrung und sie sind sehr motiviert. Die Produktion von kleinen Serien mit hoher Vielfalt zählt daher zu den Stärken Vietnams. Ein weiterer Pluspunkt ist die geografisch günstige Lage zwischen China und den anderen ASEAN-Ländern sowie die sonstige wirtschaftliche Einbindung, wie etwa das BTA-Handelsabkommen mit den USA, die WTO-Mitgliedschaft und die geplante Gründung des ASEAN-Freihandelsraumes. Zudem werden die jährlichen wirtschaftlichen Wachstumsraten von über 6 Prozent zu einer Verdopplung des Pro-Kopf-Einkommens bis 2025 führen. Somit bieten sich sowohl in den Bereichen Industrials als auch Konsumgüter aussichtsreiche Absatzmärkte für deutsche Unternehmen.

Deutschen wird bei Vietnamesen ein besonders hohes Ansehen nachgesagt. Können Sie das bestätigen?

Hai Duong: Ja, das ist richtig. Die hohe Wertschätzung deutscher Produkte kommt von ihrer hohen Qualität. Das gilt nicht nur in Vietnam, sondern auch in vielen anderen Ländern. Was die deutsch-vietnamesischen Wirtschaftsbeziehungen so besonders macht, ist die Tatsache, dass viele Vietnamesen, die heute an der Spitze vietnamesischer Unternehmen stehen, im Osten Deutschlands studiert haben und eine persönliche Beziehung zu Deutschland

pflegen. Schätzungen zufolge sprechen rund 100 000 Vietnamesen Deutsch, rund 7000 von ihnen haben damals an DDR-Hochschulen studiert. Ein Beispiel aus der Politik ist der ehemalige Vizepremierminister Vietnams, Nguyen Thien Nhan, der in Magdeburg promoviert hat und noch heute den wissenschaftlichen Austausch zwischen Deutschland und Vietnam aktiv vorantreibt.

In welchen Branchen sehen Sie derzeit besonders gute Geschäftschancen für niedersächsische Unternehmen?

Hai Duong: Es sind vor allem Branchen wie Maschinenbau, Energie sowie Medizin- und Umwelttechnik, denen ein starkes Wachstum in Vietnam vorausgesagt wird. Besonders spannend für die niedersächsische Wirtschaft ist außerdem der Trend zu hochwertigen Anlagen und Maschinen in der vietnamesischen Industrie. Denn Produktivitätssteigerung ist die große Herausforderung auf dem Weg zum Standort für anspruchsvolle Fertigung. Mit den Investitionen der großen Elektronikkonzerne wie beispielsweise Samsung Electronics ergeben sich ebenfalls Chancen.

Ein großes Marktpotenzial für deutsche Unternehmen sehen wir außerdem im Bereich der Nahrungsmittel und der Energieeffizienz.

Worin bestehen die größten Probleme bei einem Markteinstieg?

Hai Duong: Probleme werden in Vietnam häufig durch hohe büro-

kratische Hürden verursacht. Viele Verwaltungsprozesse und bürokratischen Abläufe sind noch sehr intransparent. Deshalb ist es ratsam, bei einem Markteinstieg die Hilfe eines einheimischen Dienstleisters in Anspruch zu nehmen.

Nachholbedarf besteht in Vietnam außerdem im Bereich der Infrastruktur. Sowohl Hafenanlagen als auch das Straßen- und Schienennetz sollen in Zukunft erweitert und verbessert werden. Außerdem haben wir die Erfahrung gemacht, dass es sich manchmal schwierig gestaltet, passende Zulieferer für deutsche Unternehmen zu finden.

Grundsätzlich gilt jedoch: Bei guter Vorbereitung und professioneller Unterstützung kann man die Risiken und Probleme, die mit einem Markteinstieg in Vietnam verbunden sind, stark minimieren.

Was können deutsche Unternehmen tun, damit der Markteinstieg gelingt?

Hai Duong: Aller Anfang ist natürlich schwer. Die Identifikation und Anbahnung von Kontakten ist mühsam und zeitaufwendig und ohne Unterstützung nur selten erfolgreich. Die Marktstrukturen sind komplex und

Geschäfte müssen nach Lehrbuch abgesichert werden. Man sollte an diese Herausforderung nicht blauäugig herangehen, sondern sich gut vorbereiten und Unterstützung suchen. Unternehmen sollten sich bei einem geplanten Markteinstieg zuerst an die AHK Vietnam wenden. Mit einem kompetenten Team aus vietnamesischen und deutschen Mitarbeitern können wir niedersächsische Unternehmen bei ihrem Markteinstieg unterstützen.

Die Fragen stellte
Dr. Michael Seitz

