

# MARKTEINTRITT UND MÖGLICHKEITEN ZUR GESCHÄFTSANBAHNUNG IN VIETNAM

Images: Pixabay (Quangprajaya)



Delegierter der Deutschen  
Wirtschaft in Vietnam  
Delegate of German Industry  
and Commerce in Vietnam



Supported by:



Federal Ministry  
of Economics  
and Energy

on the basis of a decision  
by the German Bundestag

# AGENDA

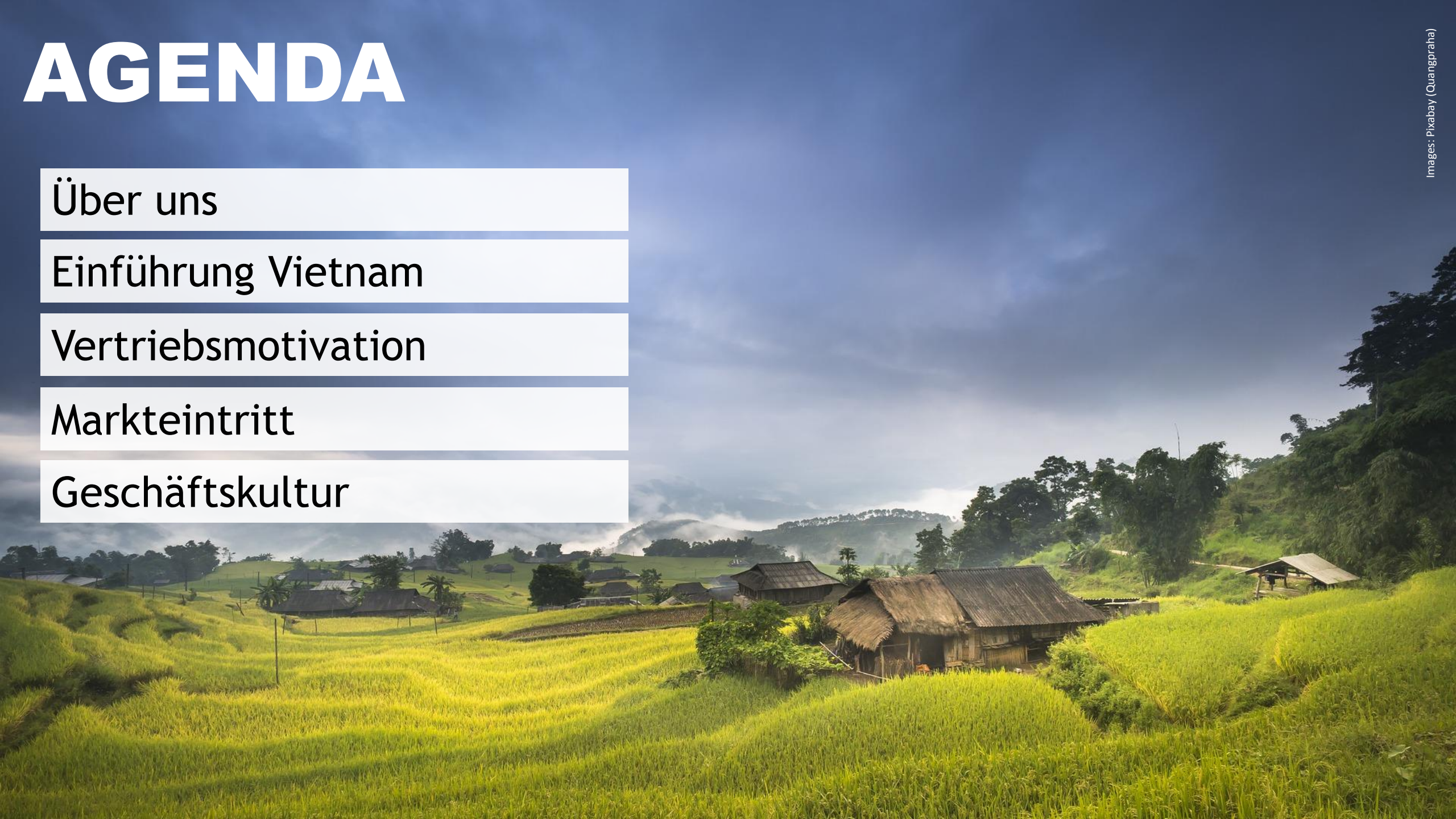
Über uns

Einführung Vietnam

Vertriebsmotivation

Markteintritt

Geschäftskultur



# ÜBER UNS

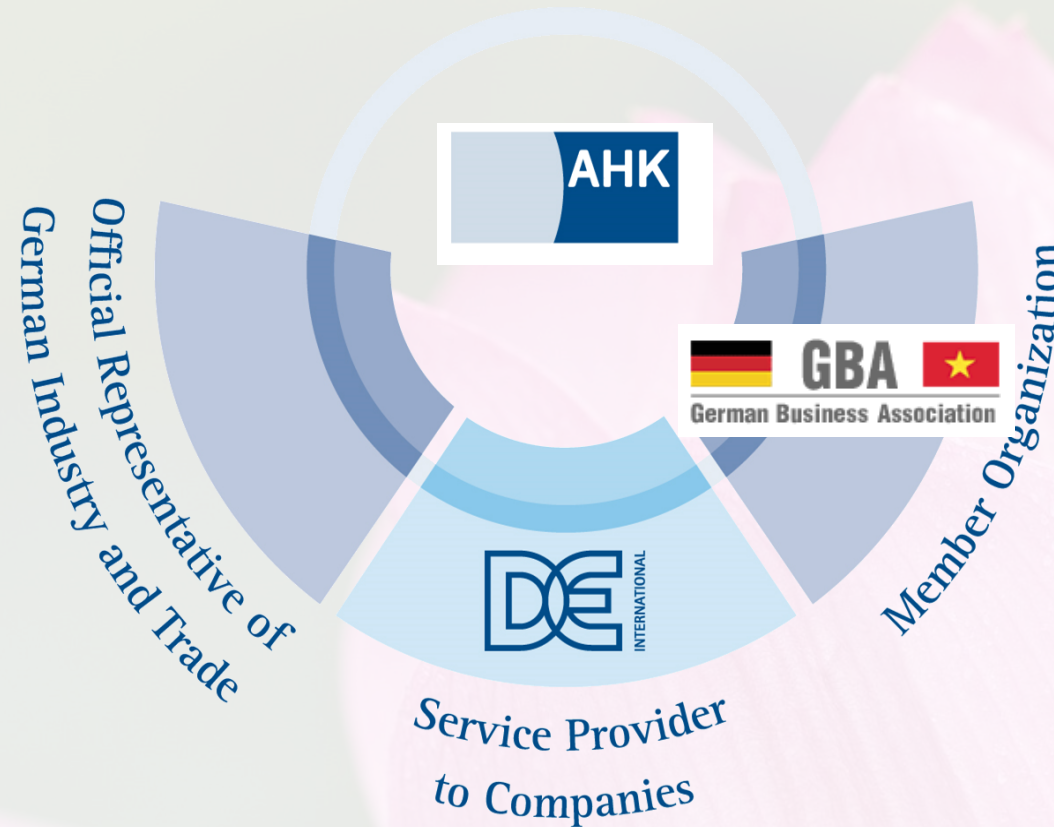


25 MitarbeiterInnen



2 Standorte

3 Funktionen



700 Anfragen

110 Projekte

10 Delegationen

9 Ausbildungen

4 Messen

3 Länder

1 Ziel

# EINFÜHRUNG VIETNAM



332.000 km<sup>2</sup>



96 Mio.




USD 2.354/Kopf



30,9 Jahre



45 Mio. 



Sozialistische Republik



357.000 km<sup>2</sup>

81 Mio.

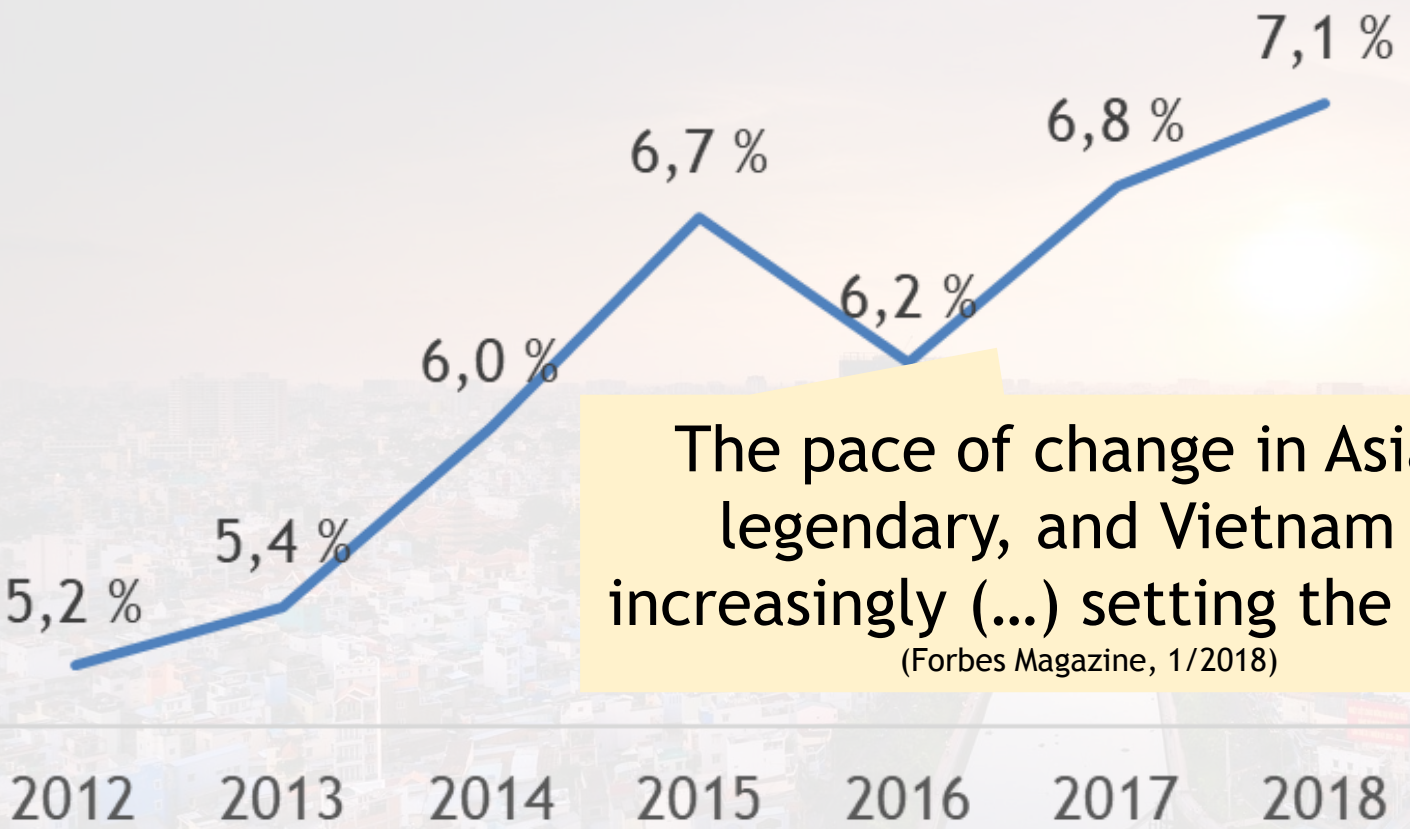
USD 44.770/Kopf

45,9 Jahre

 47 Mio.

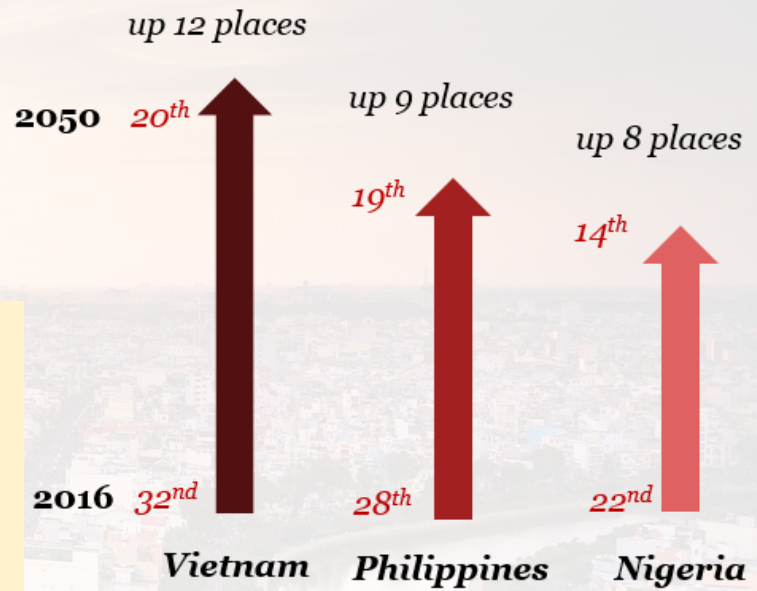
Föderale parlamentarische Republik

# VERTRIEBSMOTIVATION BIP-WACHSTUM



The pace of change in Asia is legendary, and Vietnam is increasingly (...) setting the pace.  
(Forbes Magazine, 1/2018)

*Vietnam, the Philippines and Nigeria could make the greatest moves the rankings*



Average annual GDP growth rate, 2016-2050		
Vietnam	Philippines	Nigeria
5.1%	4.3%	4.2%

Source: 2002-2016: Worldbank, 2017/18

Source: PWC

Images: Pixabay (Quangpraha)

# VERTRIEBSMOTIVATION HANDEL VIETNAM-DEUTSCHLAND

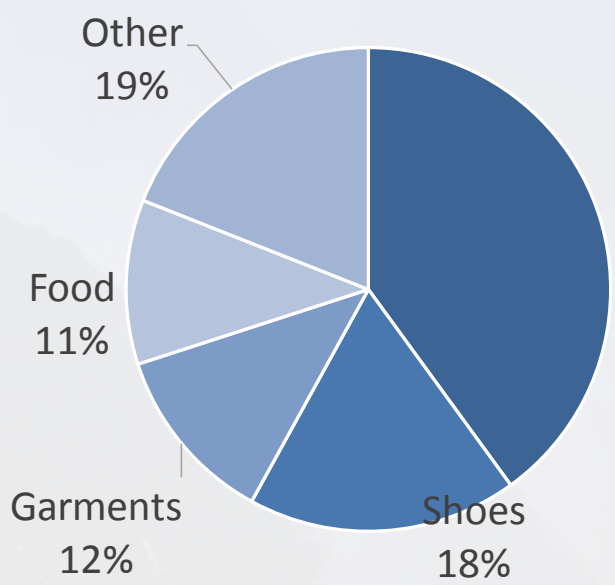
## HANDELSBILANZ



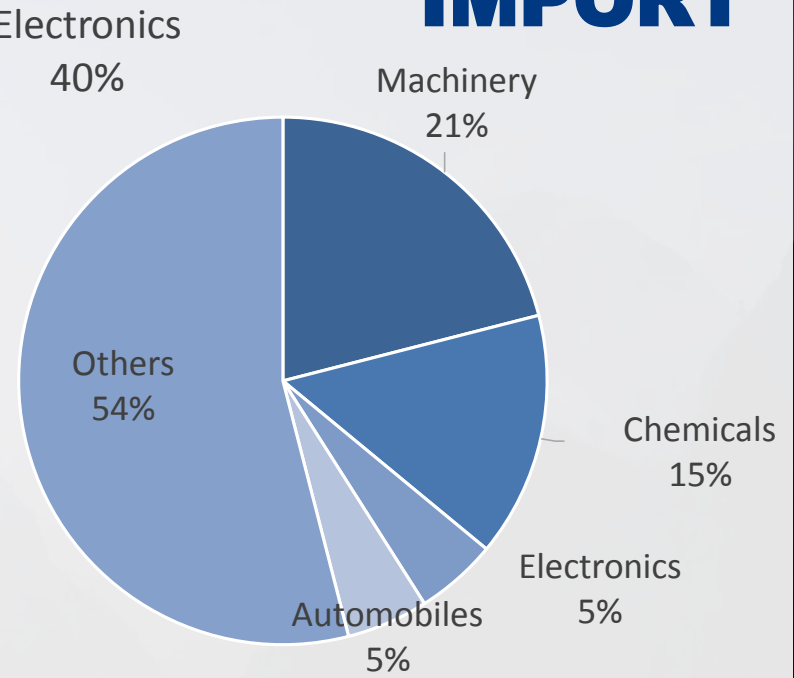
Source: Vietnam Customs

## HANDELSGÜTER 2017

### EXPORT



### IMPORT



Source: GTAI / Destatis

# VERTRIEBSMOTIVATION DEUTSCHE PRÄSENZ IN VN

## UNGEFÄHR

 2.000 Deutsche

 350 Unternehmen

 11 BPO-Firmen

 48 produzierende Betriebe

# MARKTEINTRITT

# UNTERSCHIEDE IM VERTRIEBSANSATZ



Kontakt zu neuen Partnern

Auftragserteilung

Bedeutung von Vertrauen

Wahrnehmung von  
Geschäftsbeziehungen

Netzwerk/Empfehlungen

„Beziehungen“ wichtig

Persönlicher Kontakt sehr  
wichtig

„Einer gewinnt, einer  
verliert“



Internet/Messen

Basierend auf  
Kosten/Nutzen-Rechnung

Vertrauen entsteht durch  
Leistung

Handel sollte einen Win-Win  
darstellen

**HERAUSFORDERUNGEN IM MARKTZUGANG**



# MARKTEINTRITT VERTRIEBSWEGE

Exportunternehmen Deutschland

Direktexport

Freier Consultant

Handelsvertreter

Indirekter Export

Großhändler

Eigene Niederlassung in Vietnam

Kunde in Vietnam

Niedrig

COMMITMENT

Hoch

# MARKTEINTRITT

## FINDUNG VON PARTNERN

Passiv

**ANSATZ**

Aktiv

### INTERNET


### MESSEN

### KALTAKQUISE

- 
- Niedrige Kosten

- Hohe Sichtbarkeit
- Fachmessen in Vietnam vorhanden
- Teilweise zielgerichtet

- Sehr zielgerichteter Ansatz

- 
- Zielgerichtetes Marketing schwierig
  - Internetakquise in Vietnam nicht gebräuchlich

- Hohe Kosten
- Einige Zielgruppen gehen in Vietnam nicht zu Messen

- Hohe Kosten/Zeiteinsatz
- In Vietnam schwierig als "Outsider"

- 
- Eigene Webseite
  - Social Media: Facebook, LinkedIn, Xing

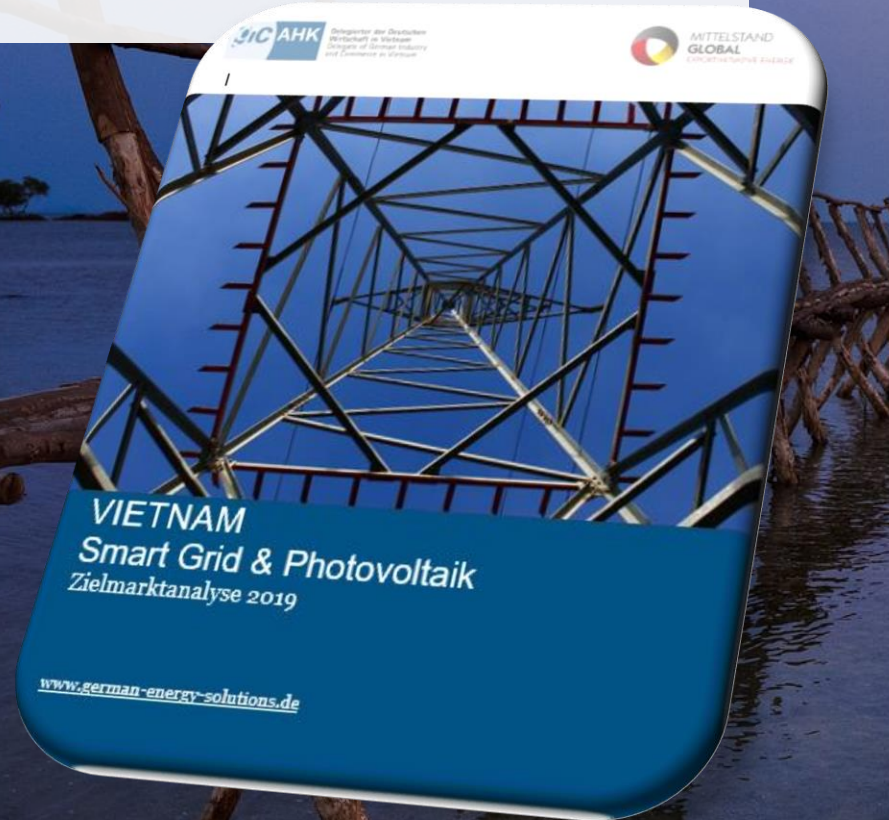
- Auma.de
- AHK Vietnam

- Alibaba
- Google
- Allerdings sehr eingeschränkt

# MARKTEINTRITT AHK-GESCHÄFTSREISE

## Zielmarktanalyse:

- Marktinformationen
- Übersicht Akteure




## AHK-Geschäftsreise nach Vietnam:

- Fachsymposium
- B2B-Gespräche

## KULTURELLE UNTERSCHIEDE NORD/SÜD-VN

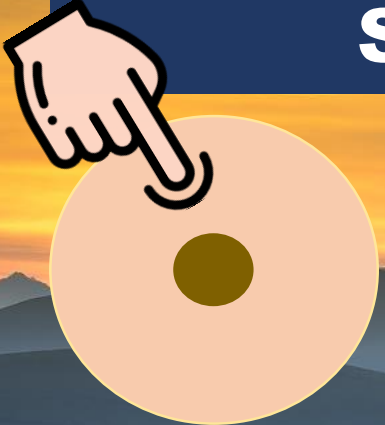
### NORD-VIETNAM



Schwierig, Beziehungen und Vertrauen aufzubauen. Nach Etablierung jedoch beständiger.

Wie Kokosnus: Harte Schale, weiches Inneres

### SÜD-VIETNAM



Es ist einfach Beziehungen aufzubauen. Gewisse Schwierigkeiten, Vertrauen und Verlässlichkeit zu etablieren.

Wie Pfirsich: Weich außen; harter Kern

Ein Hanoier wird Schwierigkeiten haben, in HCMC Vertrieb zu machen

Darum: Entweder zwei Partner in Nord/Süd oder ein Partner mit lokalen Teams

# VIETNAMESISCHE DISLIKES/LIKES



Kommunikationsform

E-Mails/Telefon

Whatsapp/Mobiltelefon

Beziehungspflege

Einfache Abend-  
/Mittagessen

Trinkgelage/KTV

Anfragezeitpunkt

Während der Arbeitszeit

Zu jeder Tages-  
/Nachtzeit

Übernachtung

(Hotel)

Einladung nach Hause

Geschenke

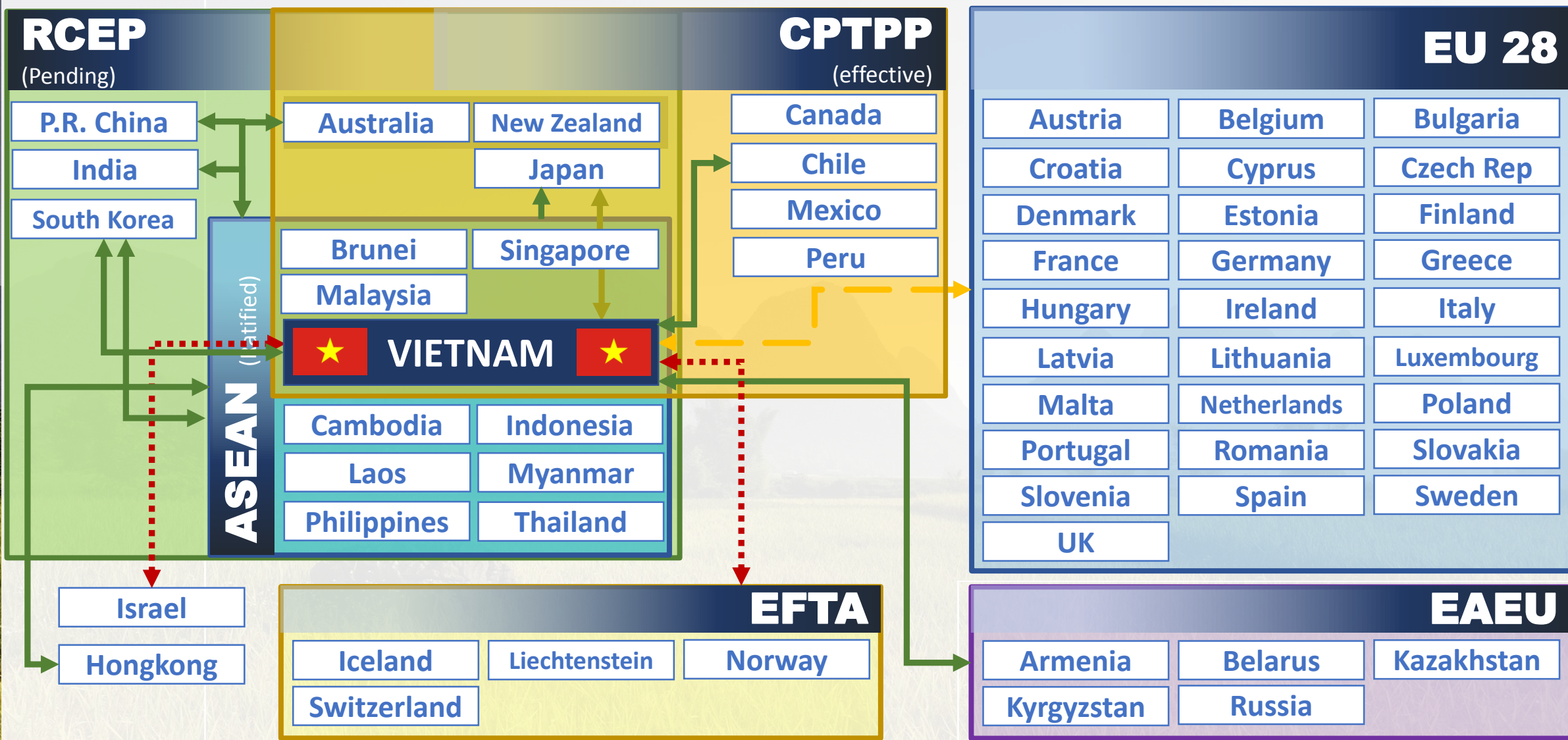
Kleine Geschenke

Fein Ausgehen / Teure  
Geschenke

E-Mails

Firmen-Accounts

Gmail



- Ratified
- - - Concluded
- - - Pending

No. of FTA partners worldwide: **58**

% of FTA-conditioned exports `18: **85** (tarriff 5% or lower)

# VIELEN DANK!

**gic** AHK

Delegierter der Deutschen  
Wirtschaft in Vietnam  
Delegate of German Industry  
and Commerce in Vietnam

