

Branchen | Vietnam | Druck-, Verlagserzeugnisse

Werbung

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

Von Frauke Schmitz-Bauerdick | Hanoi

- ▶ **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 flossen 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 Onlinakanäle 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

Dieser Beitrag gehört zu:

[Druckbranche durchlebt Höhen und Tiefen](#)

Mehr zu:

Vietnam
Druck-, Verlagserzeugnisse
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.

© 2021 Germany Trade & Invest

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