



Nach thailändischem Vorbild sollen vietnamesische Gerichte eine „Küche für alle“ werden

VIETNAM / NAHRUNGSMITTEL

Das Geschäft mit Halal – von der Küche zum Tourismus

Ungenutztes Potenzial der „Goldmine“ / Von Lisa Wick

FRANKFURT (ExportManager)--Die Regierung Vietnams hat in den letzten Jahren aktiv die Entwicklung der Halal-Industrie gefördert. Das öffnet nicht zuletzt Exportchancen für vietnamesische Lebensmittel in muslimisch geprägte Länder, sondern erhöht auch Vietnams Attraktivität als Reiseziel.

Ende Oktober dieses Jahres eröffnete das Nationale Halal-Zertifizierungszentrum (HALCERT), nachdem es im März bereits angekündigt wurde. Gleichzeitig wurden die vietnamesischen Halal-Standards eingeführt, wie „Hanoi Times“ berichtet. Zudem wurden fünf Kooperationsvereinbarungen zu Halal-Standards mit dem GCC-Zertifizierungszentrum, der koreanischen Halal-Organisation, dem Europäischen Halal-Zertifizierungszentrum, der Halal-Akademie der GAE Ltd (Malaysia) und dem Tourismusverband von Quang Ninh mit vietnamesischen Aufsichtsbehörden unterzeichnet.

Damit hat die Regierung in Hanoi einen wichtigen Meilenstein für die Anerkennung der vietnamesischen Standards geschafft, die wichtigste Voraussetzung, um den globalen Halal-Markt zu erschließen. Hier steckt ordentlich Potenzial drin, denn die Regierung rechnet mit einer globalen Marktgröße für Halal-Produkte von

10 Bill US-Dollar - allerdings ohne eine Quelle für diese Prognose anzugeben. Die Anwaltskanzlei Dezan Shira geht derweil von 4,5 Bill bis 2030 aus, wobei es auch noch deutlich höhere Schätzungen gibt. Im Jahr 2024 soll der Markt nach Dezan Shira auf 2,4 Bill Dollar wachsen. Gründe dafür seien die steigenden Verbraucherausgaben und eine wachsende muslimische Bevölkerung.

Auch Branchenvertreter in Vietnam haben das Potenzial erkannt und wollen das Land zu einem Drehkreuz für die Herstellung und den Vertrieb dieser Produkte machen - dazu gehören neben Lebensmitteln auch Arzneimittel, Kosmetika und Mode.

Enger Kontakt zum Nahen Osten

Der Premierminister Vietnams, Pham Minh Chinh, erklärte, dass die Entwicklung der Halal-Industrie dazu beitrage, die

Menschen, die Wirtschaft und die Kultur Vietnams mit der Welt zu verbinden, insbesondere mit der muslimischen Welt. „Vietnams konsequente Außenpolitik, ein guter Freund und Partner zu sein, in Verbindung mit seinem Status als einer der größten Agrarexporteure der Welt, steigert das Halal-Potenzial weiter“, sagte Chinh gegenüber der „Hanoi Times“. Das Land ist weltweit unter den Top 15 Lebensmittelexporteuren, die laut Angaben von Dezan Shira 11% des BIP ausmachen.

In der Tat war der Premierminister in dieser Hinsicht sehr fleißig: Während seiner Tour im Nahen Osten hat er am 28. Oktober 2024 in den Vereinigten Arabischen Emiraten ein umfassendes Wirtschaftspartnerschaftsabkommen (CEPA) unterzeichnet. Von der Abschaffung von 99% der Zölle auf vietnamesische Exporte in die VAE profitiert auch die aufkeimende Halal-Industrie des südostasiatischen Landes stark. Der vietnamesische Minister für Industrie und Handel spricht die Chancen dieser Branche explizit gegenüber „Viet Nam News“ an, betont aber auch die Notwendigkeit der Produzenten Vietnams, ihre globale Wettbewerbsfähigkeit zu steigern und die eingeführten Halal-Standards schnellstmöglich umzusetzen. Immerhin sind andere ASEAN-Länder wie Indonesien oder Malaysia schon länger im zertifizierten Halal-Geschäft tätig.

Gute Ausgangsposition

Vietnam hat aber einen großen Vorteil: den Preis. In einem Interview mit

„Viet Nam News“ Anfang November geht Ramlan Osman, Direktor von HAL-CERT, darauf ein, wie man sich gegenüber ASEAN-Konkurrenten abheben könnte. Aktuell ausschlaggebend sind niedrigere Produktionskosten, er schlägt aber auch eine Marketing-Kampagne vor - „Made in Viet Nam“ - um das öffentliche Bewusstsein für die vietnamesische Halal-Marke zu stärken. Zudem gebe es Nachholbedarf in Bezug auf Infrastruktur, besonders in den Bereichen Technologie und Know-how, um die strengen Halal-Standards zu erfüllen.

Gerade bei besonders stark nachgefragten Halal-Produkten wie Kaffee, Gewürzen, landwirtschaftlichen Erzeugnissen und Meeresfrüchten könnte Vietnam punkten und der Export einen beträchtlichen Beitrag zum BIP leisten. Auch für die KMU des Landes böten sich hier Expansionsmöglichkeiten, die von der Regierung unterstützt werden müssten. Angedacht ist etwa die Einrichtung einer zentralen Koordinierungsstelle, ähnlich der Halal Industry Development Corporation in Malaysia. Diese könnte dabei helfen, die Entwicklung des Halal-Exports zu lenken, die Beziehungen zwischen den Regierungen zu vertiefen und die sektorübergreifende Zusammenarbeit zu koordinieren.

Daneben spielen auch Bio- und Nachhaltigkeitsstandards für Halal-Produkte eine große Rolle. Vietnam will sich hier als verlässlicher Exporteur positionieren. Osman spricht in diesem Zusammenhang von Chancen für die maritime Agrarwirtschaft des Landes, die durch strenge Richtlinien für die Aufzucht, Fütterung und Verarbeitung von Meeresfrüchten genutzt werden sollen. Durch das Angebot von Halal-Bio-Produkten können vietnamesische Hersteller neue, zahlungskräftigere Kundenschichten erschließen.



Bereits jetzt reisen immer mehr muslimische Touristen nach Vietnam

Damit die gesamte Wirtschaft Vietnams von dem Nischengeschäft profitieren kann, müsse man von Unternehmen, Studenten, Nichtregierungsorganisationen und der Öffentlichkeit alle für die Prinzipien von Halal sensibilisieren. Zu den wichtigsten Prioritäten gehörten die Entwicklung von Halal-zertifizierten Restaurants, Cafés und Produktionsanlagen sowie die Förderung von Fachwissen über Halal-Standards in allen Lebensmittel- und Nichtlebensmittelsektoren. Durch die Einrichtung muslimfreundlicher Zentren in Großstädten und durch digitale Ressourcen wie mobile Apps, die einen schnellen Zugang zu Halal-Restaurants, Gebetsstätten und Moscheen ermöglichen, könne man die Infrastruktur verbessern. Dadurch werde man ein attraktiveres Ziel für Tourismus aus muslimischen Ländern, so Osman.

Attraktiveres Reiseziel

Branchenkenner sehen den Halal-Tourismus als nächste neue Einnahmequelle für das Land. So zitiert „Viet Nam News“ den Global Muslim Travel Index, wonach es weltweit fast 2 Mrd Muslime gibt - bis zum Jahr 2030 wird mit 2,2 Mrd Personen gerechnet. Daher wird wohl auch die Zahl der muslimischen Touristen steigen und im Zuge dessen die Nachfrage nach Halal-Optionen im Urlaubsland. Der Global Muslim Travel Index erwartet, dass die Ausgaben in diesem Bereich jährlich 341,1 Mrd Dollar pro Jahr erreichen werden.

Vietnam hat den Trend bereits erkannt und in den letzten zwei Jahren mehrere Konferenzen und Seminare veranstaltet, um Tourismusinvestitionen zwischen dem Nahen Osten und mit Südasien zu fördern.

Statistiken der Viet Nam National Administration for Tourism (VNAT) zeigen bereits eine steigende Zahl von Touristen aus Ländern mit muslimischer Mehrheit - insbesondere aus Indien. Dieser Trend ist auch bei Besuchern aus südostasiatischen Ländern mit großen muslimischen Bevölkerungsanteilen, wie Singapur, Malaysia und Indonesien, zu beobachten.

Der stellvertretende Direktor des VNAT, Ha Van Sieu, bezeichnet das Potenzial für sein Land als „Goldmine“. „Der Markt für Halal-zertifizierte Tourismusdienstleistungen könnte ein neues Kapitel in Vietnams Tourismus darstellen“, sagte er gegenüber der Zeitung „Ha Noi Moi“.

Aber noch reiche das Bewusstsein nicht aus. Das meint auch Zafer Gedikli, Präsident des World Halal Council: „Das Haupthindernis für das Wachstum des Halal-Marktes in Vietnam ist der weit verbreitete Mangel an Wissen über die Halal-Anforderungen unter den Unternehmern.“

„Viele Geschäftsinhaber und kleine Unternehmen sind mit der Einhaltung der Halal-Vorschriften nicht gut vertraut, vornehmlich in Bereichen wie der Beschaffung von Zutaten, der Verarbeitung und der Verpackung, was sie daran hindert, die strengen Standards zu erfüllen, die für eine Zertifizierung erforderlich sind“, erklärt er.

Schon die einfachsten Zutaten könnten eine Herausforderung sein. „Wenn man zum Beispiel ein paar Tropfen Wein zu einer Soße hinzufügt, mag das in Vietnam normal sein, aber für Muslime ist das Gericht dann nicht geeignet“, sagt er. „Ähnlich verhält es sich mit dem Verzehr von Rind-, Hühner- und Lammfleisch, das nach muslimischen Riten geschächtet werden muss. Sonst sind sie nicht zulässig.“

Pioniere mit Best Practises

Ganz am Anfang stehen die Service-Anbieter in Vietnam natürlich nicht. In der belebten Altstadt von Hanoi betreibt Unternehmerin Vu Thi Khanh Chi gleich drei Imbissbuden mit vietnamesischer Halal-Küche. Die Gerichte seien sowohl bei muslimischen Touristen als auch Anwohnern beliebt, erzählt sie gegenüber „Viet Nam News“.

„Für Geschäftsinhaber, die in den Halal-Markt einsteigen wollen, gibt es Kurse und Zertifizierungszentren, die eine Halal-Zertifizierung anbieten können“, erzählt Chi und äußerte sich zuversichtlich über die Wachstumsaussichten des Marktes für muslimische und nicht-muslimische Kunden.

Das Sapa Charm Hotel in der Provinz Lao Cai ist ein weiteres Beispiel. Hotelpersonal und Manager wurden in den wichtigsten Serviceprotokollen für muslimische Gäste geschult und richteten einen Gemeinschaftsgebetsraum ein. Dieser ist rund um die Uhr zugänglich. Zudem entstand ein Essbereich und eine Küche ausschließlich für Halal-Mahlzeiten.

Dezan Shira berichtet von der Minh Phu Seafood Corporation, eine der größten Garnelenproduzenten, die nach einer Halal-Zertifizierung einen erheblichen Anstieg seiner Exporte in Länder mit muslimischer Mehrheit verzeichnete. Auch Vinamilk, das größte Molkereunternehmen des Landes, hat seine Palette um Halal-zertifizierte Produkte erweitert. Kürzlich teilte auch der Agrarkonzern Hung Nhon Group mit, eine Kooperation mit der französischen Olmix Group eingegangen zu sein. Diese konzentrierte sich auf die Entwicklung einer Produktions- und Lieferkette für Tier- und Geflügelprodukte nach Halal-Standards.