

AUSSEN WIRTSCHAFT BRANCHENREPORT SINGAPUR

GETRÄNKE- UND LEBENSMITTELINDUSTRIE

BRANCHE UND MARKTSITUATION
MARKTSEGMENTE UND TRENDS
CHANCEN FÜR ÖSTERREICHISCHE UNTERNEHMEN

AUSSENWIRTSCHAFTSCENTER SINGAPUR
APRIL 2024



Eine Information des
AußenwirtschaftsCenters Singapur

Wirtschaftsdelegierter

Mag. David Bachmann

T +65 / 6396 6350

E singapur@wko.at

W wko.at/aussenwirtschaft/sg

HEAD OFFICE

Mag. Franz Rössler

E aussenwirtschaft.asien@wko.at

Dieser Branchenreport wurde im Rahmen der Internationalisierungsoffensive **go-international**, einer gemeinsamen Initiative des Bundesministeriums für Arbeit und Wirtschaft und der Wirtschaftskammer Österreich, erstellt.

f fb.com/aussenwirtschaft

X x.com/wko_aw

in linkedin.com/company/aussenwirtschaft-austria

YouTube youtube.com/aussenwirtschaft

flickr flickr.com/aussenwirtschaftaustria

Instagram instagram.com/aussenwirtschaft_austria.at

Das Werk ist urheberrechtlich geschützt. Alle Rechte, insbesondere die Rechte der Verbreitung, der Vervielfältigung, der Übersetzung, des Nachdrucks und die Wiedergabe auf fotomechanischem oder ähnlichem Wege durch Fotokopie, Mikrofilm oder andere elektronische Verfahren sowie der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, der Wirtschaftskammer Österreich - AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA vorbehalten. Die Wiedergabe mit Quellenangabe ist vorbehaltlich anders lautender Bestimmungen gestattet.

Es wird darauf hingewiesen, dass alle Angaben trotz sorgfältiger Bearbeitung ohne Gewähr erfolgen und eine Haftung der Wirtschaftskammer Österreich - AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA ausgeschlossen ist.

Darüber hinaus ist jede gewerbliche Nutzung dieses Werkes der Wirtschaftskammer Österreich - AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA vorbehalten.

© AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA DER WKÖ

Offenlegung nach § 25 Mediengesetz i.d.g.F.:

Herausgeber, Medieninhaber (Verleger) und Hersteller:
WIRTSCHAFTSKAMMER ÖSTERREICH | AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA

Wiedner Hauptstraße 63, Postfach 150, 1045 Wien

Redaktion: AUSSENWIRTSCHAFTSCENTER SINGAPUR | T +65 6396 6350 | F +65 6396 6340

E singapur@wko.at | **W** wko.at/aussenwirtschaft/sg

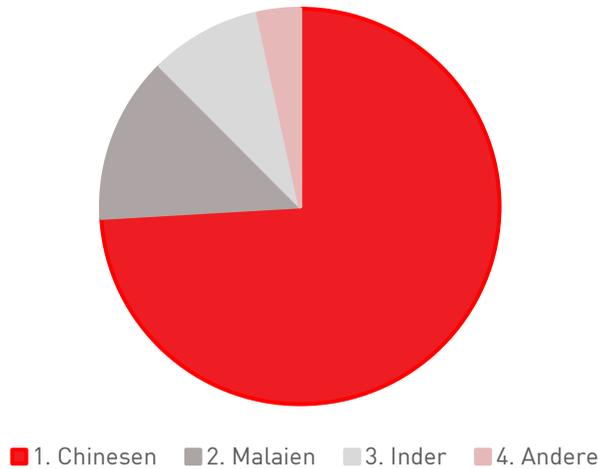
INHALT

1. Einleitung	4
2. Überblick Lebensmittelversorgung	5
3. LEBENSMITTELProduktion in Singapur	6
3.1. Staatsinitiative „30 by 30“	6
3.2. Landwirtschaftliche Betriebe in Singapur	7
4. Konsumenten und Supermarktlandschaft	8
4.1. Konsumentenstruktur	8
4.2. Die am häufigsten IMPORTIERTEN Lebensmittel in Singapur	8
4.3. Einzelhandel in Singapur	9
4.3.1. Einkaufsmöglichkeiten in Singapur	9
4.3.2. Supermärkte nach Preisklassen	9
4.4. Die größten Lebensmitteldistributoren in Singapur	10
Cold Storage Singapore (1983) Pte Ltd	11
5. Außenhandel Österreich – Singapur	12
5.1. Überblick Außenhandel AT - SGP	12
5.2. Freihandelsabkommen Europa – Singapur	13
5.3. Lebensmittelexporte von Österreich nach Singapur	13
5.4. LebensmittelExporte von Singapur nach Österreich	15
6. Rechtliche Bestimmungen	16
6.1. Zölle EU -Singapur	16
6.2. Steuern	16
6.2.1. Alkoholsteuer	16
6.3. Etikettierung von Lebensmitteln und Getränken	16
6.3.1. „Nutri Grade“ für Getränke	17
7. Trends und Chancen	18
7.1. Lokale Landwirtschaft, Gesundheit, Nachhaltigkeit	18
7.2. Vegetarische/vegane und Halal-Alternativen	18
7.3. Restaurantlandschaft, Bestellservice und Ready to Eat	18
7.4. Zukunft der lokalen Produktion	19
8. Fazit	20
9. Weitere Informationen	21
9.1. Messen und Veranstaltungen	21
9.2. Markteintritt und Unterstützung	22
10. Definitionen	23

1. EINLEITUNG

Singapur ist ein südostasiatischer Stadt- und Inselstaat an der Südspitze der Malaiischen Halbinsel. Der hochmoderne Staat liegt strategisch günstig im Herzen Südostasiens und ist damit ein wichtiges Tor zu den bedeutendsten Schifffahrts- und Flugrouten der Region. Das Land hat eine Bevölkerung von etwa **5,9 Millionen Menschen**, die sich aus verschiedenen ethnischen Gruppen zusammensetzt. Der Großteil der Bevölkerung hat chinesische oder malaysische Wurzeln.

Ethnische Gruppen 2023



Quelle: Singapore Department of statistics¹

Singapur ist bekannt für sein stabiles politisches Klima, die Rechtssicherheit und das starke Wirtschaftswachstum. Die Regierung wird von Premierminister Lee Hsien Loong und Präsident Tharman Shanmugaratnam geführt.

Die Wirtschaft Singapurs ist eine hoch entwickelte, freie Marktwirtschaft mit Schwerpunkt auf Handel, Finanzen und Technologie. Das Land verfügt über den größten Hafen Südostasiens und einen der verkehrsreichsten Häfen der Welt. Singapur ist Mitglied einiger Staatlicher Vereinigungen wie der Asiatisch-Pazifischen Wirtschaftsgemeinschaft („**APEC**“), der Vereinigung Südostasiatischer Länder („**ASEAN**“) und der Transpazifischen Partnerschaft („**TPP**“). Diese Faktoren haben maßgeblich zum starken Wirtschaftswachstum und Wohlstand des Landes in den letzten Jahrzehnten beigetragen.

Singapur ist in 5 Bezirke aufgeteilt, die das gesamte Land abdecken. Angesichts der geringen Größe des Landes - 722 km² was in etwa der Fläche von Berlin oder Madrid entspricht - werden die Bezirke nur als South West, North West, Central Singapore, North East und South East bezeichnet. Jeder Bezirk wird von einem Rat verwaltet, der wiederum einen Bürgermeister wählt. Dieser vertritt gemeinsam mit 12 bis 80 von der Bevölkerung gewählten Ratsmitgliedern die Interessen des jeweiligen Bezirks. Der Rat hat die Aufgabe, Gemeinschaftsprogramme zur Förderung des sozialen Zusammenhalts zu verwalten und zu initiieren.

Durch die Nähe zum Äquator gibt es in Singapur nur zwei Jahreszeiten. Die Regenzeit ist von September bis Februar und die Trockenzeit von März bis August. Die durchschnittliche relative Luftfeuchtigkeit beträgt um die 85 %. Die Jahresdurchschnittstemperatur liegt bei rund 28 Grad. Da Singapur 90 % seiner Lebensmittel und Getränke importieren muss, haben die Jahreszeiten der Nachbarländer einen größeren Einfluss auf den Stadtstaat als das Wetter in Singapur selbst.

¹ <https://www.singstat.gov.sg/-/media/files/publications/population/population2023.pdf>

2. ÜBERBLICK LEBENSMITTELVERSORGUNG

Fast der gesamte Stadtstaat ist urbanisiert. Dadurch bleibt nur 1 % der Fläche für die Landwirtschaft, welche lediglich 0,5 % des Bruttoinlandsprodukts („**BIPs**“) ausmacht. Für die Aufrechterhaltung der Lebensmittelversorgung ist Singapur fast vollständig von ausländischen Lebensmittelimporten abhängig. Da aktuell 90 % des Lebensmittelbedarfs in Singapur durch Importe gedeckt werden, investiert der Staat in städtische Landwirtschaftsprojekte mit dem Ziel, die Abhängigkeit von Lebensmittelimporten, insbesondere von Obst und Gemüse, zu verringern.

Um trotz der Urbanisierung Landwirtschaft betreiben zu können, müssen neue Technologien entwickelt werden. Eine der wichtigsten Initiativen ist der Bau von Agrotechnoparks. Bei diesen speziell für die Landwirtschaft konzeptionierten Gewerbeparks² handelt es sich um moderne landwirtschaftliche Produktionsstätten, die Unternehmen eine gemeinsame hochtechnologische Infrastruktur bieten. In Singapur werden aktuell 6 Agrotechnoparks³ mit einer Gesamtfläche von 1465 Hektar betrieben. Die Produktion von Lebensmitteln wie Gemüse, Vieh oder Getreide, ist in diesen Betrieben nach wie vor gering. Um das Regierungsziel - 30 % des Nahrungsmittelbedarfs bis 2030 lokal zu produzieren - zu erreichen, investiert der Staat hohe Summen in den Aus- und Neubau von Agrotechnologiebetrieben.

² Agriculture, Technology, and Business Market | Agrotechno Market

³ Overview (population.gov.sg)

3. LEBENSMITTELPRODUKTION IN SINGAPUR

Die landwirtschaftliche Produktion trägt nur einen geringen Anteil zur Wirtschaftsleistung Singapurs bei. In Singapur ist nur etwa 1 % der gesamten Fläche landwirtschaftlich nutzbar.⁴ Forscher prognostizieren, dass durch den Klimawandel ein Großteil der weltweiten Anbauflächen landwirtschaftlich nicht mehr bewirtschaftbar sein wird. Dies wird in weiterer Folge dazu führen, dass die Lebensmittelsicherheit weltweit sinkt.

Um Singapur bereits jetzt gegen diese zukünftigen Probleme abzusichern, hat die Regierung beschlossen die nationale Nahrungssicherheit auf drei Grundsäulen aufzubauen:⁵

1. Erweiterung des Importportfolios
Die erste Säule ist der Ausbau des Importportfolios. Singapur importiert bereits heute Lebensmittel und Getränke aus mehr als 180 Ländern.⁶ Durch die Diversifikation des Imports auf eine Vielzahl an Importeuren soll die größtmögliche Lebensmittelsicherheit ermöglicht werden.
2. Lokaler Anbau
Die zweite Säule ist der lokale Anbau von Lebensmitteln. Der Staat hat das Ziel 30 % der Lebensmittel vor Ort in Singapur anzubauen und so die Abhängigkeit von Importen zu reduzieren.
3. Investitionen im Ausland
Die dritte und letzte Säule zielt darauf ab die Produktion singapurischer Lebensmittelfirmen im Ausland durch Investitionen auszubauen.

3.1. STAATSINITIATIVE „30 BY 30“

Die Staatsinitiative „30 by 30“ soll dazu führen, dass 30 % der benötigten Lebensmittel bis 2030 lokal in Singapur produziert, werden.⁷ Dadurch soll die Lebensmittelsicherheit verbessert werden und die Abhängigkeit von Importen reduziert werden. Um eine Produktion von 30 % der konsumierten Lebensmittel auf 1 % der Landfläche zu erreichen, müssen grundlegende Transformationen stattfinden. Hauptbestandteil davon sind innovative Lösungen, die eine hohe Produktion auf wenig Platz ermöglichen. Mehrstöckige LED-Farmen ermöglichen es im Vergleich zu herkömmlichen Betrieben bei gleichbleibender Grundnutzung, die landwirtschaftliche Produktion um das 10- bis 15-fache zu steigern. Weitere Initiativen wie Dachlandwirtschaft und agrotechnische Farmen sind einige der Möglichkeiten, mit denen Singapur versucht, seine landwirtschaftliche Produktion auf engstem städtischem Raum zu steigern.

Um diese Umstellungen auf eine High Tech Lebensmittelindustrie zu ermöglichen, werden mit dem „Food Story R&D Programme“ mehr als 309 Millionen SGD (211 M.EUR) in die Forschung solcher Lösungen investiert. Um ein nachhaltiges Wachstum singapurischer Betriebe zu ermöglichen, wird stark in Werbung und Marketing lokaler Produkte investiert. Stand Februar 2024 ist es noch unklar welche Produkte die Regierung im Rahmen ihrer „30 by 30“-Strategie priorisieren wird. Aufgrund der aktuellen Nachfrage ist jedoch davon auszugehen, dass die Steigerung der Produktion von Blattgemüse, Fisch, Eiern und Obst ein Kernelement für die Lebensmittelsicherheit Singapurs darstellen wird.

2022 wurden bereits 28,9 % der in Singapur verbrauchten Eier (609,1 Mio. Eier), 7,6 % des Fisch- und Meeresfrüchtebedarfs (4400 Tonnen) und 3,9 % des Blattgemüses (19900 Tonnen) in Singapur produziert.⁸

⁴ singapore-food-statistics-2021.pdf (sfa.gov.sg)

⁵ <https://www.sfa.gov.sg/food-farming/sgfoodstory>

⁶ <https://www.sfa.gov.sg/docs/default-source/publication/sg-food-statistics/singapore-food-statistics-2021.pdf>

⁷ 30 by 30 (ourfoodfuture.gov.sg)

⁸ singapore-food-statistics-2022.pdf (sfa.gov.sg)

3.2. LANDWIRTSCHAFTLICHE BETRIEBE IN SINGAPUR

Seit der Initiative „30 by 30“ wurde die Lebensmittelproduktion in Singapur stark angekurbelt. Es gibt stetig mehr Betriebe, die sich der Landwirtschaft widmen. Aufgrund der durch die geringen Anbauflächen verursachten Produktionskosten ist der profitable Anbau nur bei einigen wenigen Produkten möglich.

ANZAHL DER LIZENSIERTEN LEBENSMITTELFARMEN IN SINGAPUR

Art der Lebensmittelfarm	2019	2020	2021	2022
im Meer betriebene Meeresfrüchte- und Fischfarmen	110	109	110	109
an Land betriebenen Meeresfrüchte- und Fischfarmen	15	22	27	27
Gemüse	85	96	113	111
Hühnereier	3	3	3	3
Andere	8	7	7	7
Gesamtzahl der lizenzierten lokalen Lebensmittelbetrieben	221	237	260	257

Quelle: Singapore Food Agency (last updated 29.05.23)

4. KONSUMENTEN UND SUPERMARKTLANDSCHAFT

4.1. KONSUMENTENSTRUKTUR

Die Ausgaben für Essen und Lebensmittel in Singapur umfassen durchschnittlich 20,3 % des Prokopfeinkommens, was in den Jahren 2017/18⁹ einen Betrag von 821 EUR ausmachte.¹⁰ Diese Ausgaben teilen sich folgendermaßen auf: 299 EUR für Hawker Center und Gastronomiebereiche, 266 EUR für Lebensmittel und nicht alkoholische Getränke und 202 EUR für Restaurants, Kaffeehäuser und Bars. Da die Bevölkerung aufgrund der langen Arbeitszeiten häufig auswärts isst, konnte die Lebensmittel- und Getränkebranche ein Plus von 28,9 % im Jahr 2023 verzeichnen.¹¹ Für das Wirtschaftsjahr 2023 wird erwartet, dass bei einer jährlichen Wachstumsrate von 4,56 %, der Lebensmittelmarkt in Singapur ca. 11,068 Milliarden EUR erwirtschaftet hat.

4.2. DIE AM HÄUFIGSTEN IMPORTIERTEN LEBENSMITTEL IN SINGAPUR

Am häufigsten werden in Singapur Eier, Huhn, Schwein, Rind, Schaf, Fisch, Meeresfrüchte, Gemüse und Obst konsumiert.

DIE HÄUFIGSTEN NACH SINGAPUR IMPORTIERTEN LEBENSMITTEL

Lebensmittel	2020	2021	2022	Stärksten Exportpartner
Eier	2,223.0 Mio. Stück	2,138.0 Mio. Stück	2,116.6 Mio. Stück	Malaysia, Polen
Huhn	230,900 t	214,400 t	229,400 t	Brasilien, Malaysia, USA
Schwein	128,400 t	128,100 t	129,000 t	Brasilien, Deutschland, Indonesien
Rind	33,500 t	39,400 t	36,800 t	Australien, Brasilien, USA
Schaf	14,800 t	15,000 t	15,400 t	Australien, Irland, Neuseeland
Fisch & Meeresfrüchte	139,300 t	133,400 t	129,100 t	Indonesien, Malaysia, Vietnam
Gemüse	581,800 t	567,900 t	537,800 t	China, Indien, Malaysia
Obst	427,200 t	433,100 t	412,300 t	China, Malaysia, Südafrika

Quelle: Safeguarding Singapore's food security: our multi-pronged Approach, Singapore Food agency 2022

⁹ Hinweis: Die Haushaltsangaben werden in Singapur im Jahr 2024 neu eingehoben

¹⁰ DOS | SingStat Website - Household Expenditure

¹¹ <https://fhahoreca.com/blog/trends-in-singapore-food-and-beverage-industry/>

4.3. EINZELHANDEL IN SINGAPUR

Die Einzelhandelsbranche in Singapur trägt etwa 1,4 % zum BIP des Landes bei und beschäftigt 3 % der Arbeitskräfte. Die wichtigsten Faktoren für die Lebensmittelindustrie sind das städtische Umfeld, das hohe Einkommen und die stabilen Verbraucherausgaben.

4.3.1. EINKAUFSMÖGLICHKEITEN IN SINGAPUR

Hypermärkte

Hypermärkte sind Supermärkte mit großen Einzelhandelsflächen, die Supermarkt und Kaufhaus in sich vereinen. Sie bieten in der Regel eine breite Palette von Produkten aus verschiedenen Bereichen an, von normalen Lebensmitteln bis hin zu Handelswaren. Zu den bekannten Hypermarktketten in Singapur gehören Giant und Fairprice Xtra. Hypermärkte sind mit Metro in Österreich vergleichbar.

Supermärkte

Diese Märkte sind im Allgemeinen billiger als Hypermärkte und konzentrieren sich auf den Verkauf von Lebensmitteln und anderen Konsumgütern. Die beiden größten Supermarktketten in Singapur sind Dairy Farm International Holdings Ltd. und NTUC Fairprice.

Convenience Stores

Convenience Stores sind kleine Geschäfte, die in der Nähe von Wohngebieten, an Straßenecken oder Tankstellen zu finden sind. In diesen Geschäften werden normalerweise Waren des täglichen Bedarfs verkauft, und einige sind rund um die Uhr geöffnet. Die größten Convenience-Store-Ketten in Singapur sind 7eleven und Cheers.

Nassmärkte

Eine große Auswahl an frischen Lebensmitteln, wie Gemüse, Fisch, Eier, Hühner, Meeresfrüchte und Schweinefleisch, findet man auch auf den Nassmärkten. Die Nassmärkte bieten eine kostengünstige Alternative zu den Supermarktketten. Traditionelle Nassmärkte in Singapur sind der Kebun Baru Market, der Geylang Serai Market, der Chong Boon Market, der Tekka Market, der Marine Terrace Market, der Holland Village Market, der Ghim Moh Market und der Tiong Bahru Market.

4.3.2. SUPERMÄRKTE NACH PREISKLASSEN

Hochpreisig

Dairy Farm International Holdings, zu der die Marke Cold Storage gehört und die mit Billa Plus in Österreich verglichen werden kann, wendet sich im Allgemeinen an Verbraucher mit höherem Einkommen.

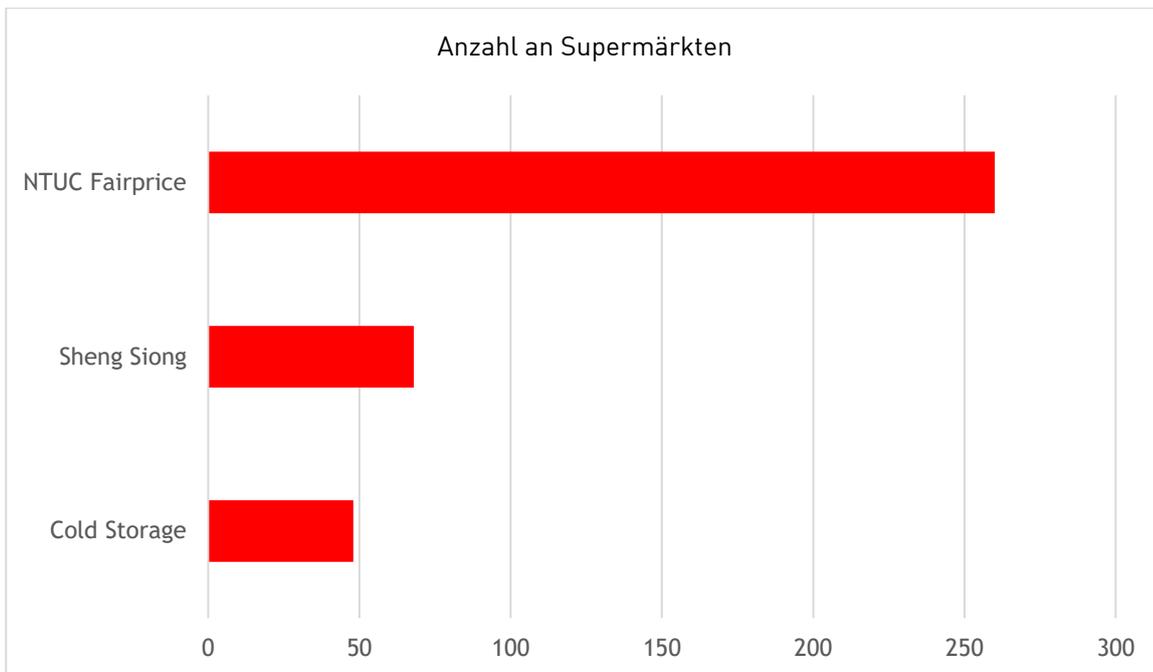
Mittleres Preissegment

NTUC Fairprice hingegen richtet sich an die durchschnittliche Bevölkerung mit mittlerem Einkommen. Ihr Sortiment kann, mit dem von Billa oder Spar in Österreich verglichen werden. NTUC Fairprice hält einen Marktanteil von rund 35 %.¹² Dairy Farm International Holdings betreibt 138 Geschäfte in Singapur, während NTUC Fairprice etwa 120 Supermärkte in Singapur betreibt.

Niedrigpreissegment

Die größten, billigeren und unabhängig geführten Supermärkte sind Sheng Siong und Prime, deren Produkte hauptsächlich aus China stammen. Sheng Siong und Prime sind mit Hofer und Lidl vergleichbar.

¹² Singapore: leading food retailers by market share 2023 | Statista



4.4. DIE GRÖSSTEN LEBENSMITTELDISTRIBUTOREN IN SINGAPUR

Nature's Superfoods

Nature's Superfoods bietet eine breite Palette an biologischen und natürlichen Zutaten und Lebensmitteln an. Dazu gehören unter anderem: Superfoods, Getreide, Cerealien und Honig. Des Weiteren werden Chiasamen, Quinoa, Spirulina, nährstoffreiche Nüsse, Samen und Trockenfrüchte angeboten. Darüber hinaus gibt es dort auch eine Reihe von pflanzlichen Proteinen, glutenfreien Alternativen und gesunden Snacks.

Nature's Superfoods LLP
12 Arumugam Rd, #03-09/10 LTC Building B,
409958 Singapore

W <https://organicandwholesale.com/>
E trading@actspand.com

FoodServices

FoodServices bietet von Trockenwaren über Frischwaren, Tiefkühlkost und Getränken bis hin zu Reinigungsmitteln alles an. Des Weiteren betreibt FoodServices einen Onlineshop in dem die von Ihnen platzierten Produkte ebenfalls angeboten werden.

Foodservices Inc.
218 Pandan Loop #01-01 XPACE
128408 Singapore

W <https://www.foodservices.com/>

Foodsterr

Foodsterr hat einen Fokus auf vegane und gesunde Produktalternativen und bietet vor allem hochwertige Körner und Nüsse, Granola, Gewürze und Gourmet-Zutaten an.

Foodster PTE Ltd.
4 LENG KEE ROAD #04-09A
159088 SINGAPORE

W <https://www.foodsterr.com/>
E service@foodsterr.com

Liam Siang Huat

Das Großhandelsunternehmen beliefert Restaurants und Hotels in Singapur mit Milchprodukten, Fleisch, Kräutern und Backwaren. Außerdem ist Liam Siang Huat der größte Händler für internationale Einzelhandelsmarken in Singapur.

Lim Siang Huat Online
6 Fishery Port Road #02-M
619747 Singapore

W <https://www.limsianghuat.com/>
E hello@limsianghuat.com

Dairy Farms International

DFI ist ein führendes pan-asiatisches Einzelhandelsunternehmen. Dairy Farms betreibt in Singapur 800 Supermärkte und kleinere Shops (wie etwa 7eleven).

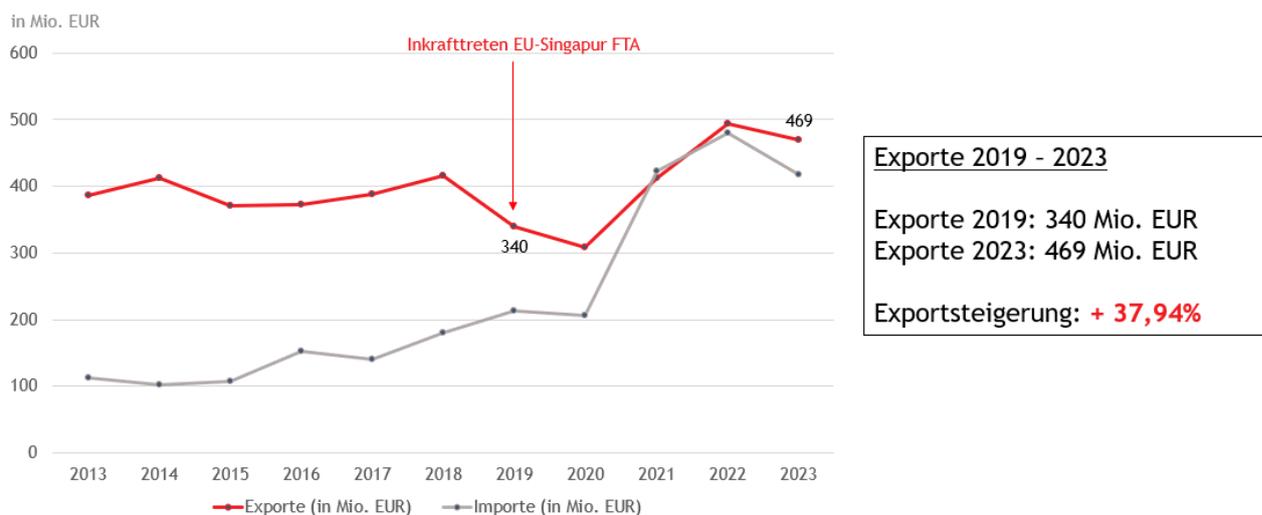
COLD STORAGE SINGAPORE (1983) PTE LTD
21 Tampines North Drive 2, #03-01,
528765Singapore

W <https://www.dfiretailgroup.com/>
E DFIcontactus@DFIretailgroup.com

5. AUSSENHANDEL ÖSTERREICH – SINGAPUR

5.1. ÜBERBLICK AUSSENHANDEL AT - SGP

Das Handelsvolumen zwischen Österreich und Singapur ist in den letzten 5 Jahren um 60,4 % gestiegen. Der Standort Singapur ist mit einem der größten Häfen der Welt und seiner zentralen Lage in Asien einer der wichtigsten Dreh- und Angelpunkte für den Welthandel. Mit der höchsten Anzahl an Ö-Niederlassungen (200+) in Asien ist Singapur für Österreich einer der relevantesten Wirtschaftsstandorte außerhalb von Europa. Im Jahr 2023 konnte Österreich durch den Export von Waren im Gesamtwert von 469,20 Mio. EUR einen Handelsbilanzüberschuss von 51 Mio. EUR erzielen. Österreichische Unternehmen konnten durch die Einführung des Freihandelsabkommen Ihre Exporte von 2019 bis 2023 um 37,94 % steigern.



Quelle: Außenhandelsstatistik, Statistik Austria

DIE STÄRKSTEN VON ÖSTERREICH NACH SINGAPUR EXPORTIERTEN WARENGRUPPEN 2023 IN MIO. EUR

1. Elektrische Maschinen	154,38
2. Maschinen & Mechanik	97,15
3. Nickel & Nickelwaren	22,30
4. Pharmazeutische Erzeugnisse	21,31
5. Glas & Glaswaren	20,12
6. Optik, Photographische & Messgeräte	15,99
7. Waren aus unedlen Metallen	13,50
8. Zugmaschinen, KFZ & Fahrräder	12,87
9. Gleismaterialien & Schienenfahrzeuge	12,18
10. Nahrungsmittel	<10

Quelle: Außenhandelsstatistik, Statistik Austria

5.2. FREIHANDELSABKOMMEN EUROPA – SINGAPUR

Seit dem 21. November 2019 ist das **Freihandelsabkommen zwischen Europa und Singapur** in Kraft. Das Handelsabkommen war das erste bilaterale Handelsabkommen der EU mit einem Mitglied der ASEAN Staaten (Association of South East Asian Nations) und damit ein wichtiger Baustein für den Aufbau enger Verbindungen zwischen Europa und einer der dynamischsten und schnellst wachsenden Regionen der Welt.

Die intensive Zusammenarbeit mit Singapur bietet für Europa und Österreich folgende Vorteile:

- Mehr Handelsmöglichkeiten und verbesserte Geschäftsbedingungen für österreichische und europäische Unternehmen.
- Singapur dient als Tor nach (Südost-)Asien.
 - Durch regionale Handelsabkommen wie CPTPP, AFTA und RCEP hat Singapur einen großen Einfluss in der Region.
 - Als Ankerpunkt in Südostasien hat Singapur eine zentrale strategische und wirtschaftspolitische Bedeutung inne.
 - Singapur ist ein wichtiges Ziel für europäische Investitionen in Asien und der zweitgrößte asiatische Investor in der EU (nach Japan).

Durch die Umsetzung des Handelsabkommens konnten wichtige Verbesserungen für die EU und Singapur erzielt werden:

- Annahme von Grundsätzen zum gemeinsamen digitalen Handel.
- Ausweitung geschützter geographischer Angaben (GI) und Grenzmaßnahmen gegen gefälschte GI.
 - Aus Österreich sind derzeit Jagertee, Inländerrum, Tiroler Speck und Steirischer Kren gelistet.
- Weitere administrative Zollerleichterungen (wie etwa Zollpräferenzen), die insbesondere EU-Bierexporteuren zugutekommen.
- Fortgeschrittene Angleichung der Gesetzgebung in Singapur mit IAO-Übereinkommen zur a) Zwangsarbeit, b) Vereinigungsfreiheit, c) Diskriminierung in Beschäftigung und Beruf.
- Einführung IP Key South East Asia-Projekts zur vereinfachten Registrierung und verbesserten Durchsetzung von Rechten des geistigen Eigentums (IPR).

5.3. LEBENSMITTELEXPORTE VON ÖSTERREICH NACH SINGAPUR

Es befinden sich nur 3 Lebensmittel unter den 150 meist von Österreich nach Singapur exportierten Produkten. Die drei wichtigsten Lebensmittelexporte sind: Waffeln (HS 190532), Apfelsaft mit einem Bricks Wert von >20 (HS 200979), gesüßtes Wasser oder Wasser mit Geschmack (HS 220210) und Lebensmittelzubereitungsstoffe (HS 220210).¹³

Österreich hat bisher lediglich die Zulassung für Schweinefleisch und damit verbundene Produkte erhalten, während dies für Geflügel-, Rind- und Wildprodukte noch aussteht.¹⁴ Der Prozess der Zulassung ist hochkomplex und langwierig: Zunächst müssen österreichische Züchter und Schlachthöfe die Akkreditierung und Zulassung durch die SFA erhalten, bevor österreichische Fleischverarbeitungsbetriebe ihrerseits bei der SFA eine Bewerbung einreichen können – vorausgesetzt, sie beziehen ihr Fleisch von den zuvor genannten, von der SFA zugelassenen Schlachthöfen. Anträge für die Zulassung von Fleischexporten nach Singapur müssen durch das Österreichische Bundesministerium für Gesundheit bei der SFA eingereicht werden.

In der Lebensmittel- und Getränkeindustrie haben Importe aus Österreich über die letzten drei Jahre abgenommen. Vor allem durch die Stärkung der Eierproduktion in Singapur kommt es zu immer weniger Importen aus Österreich.

¹³ Enterprise Singapore, SINGAPORE'S ANNUAL IMPORT FROM AUSTRIA – Top Traders

¹⁴<https://www.sfa.gov.sg/tools-and-resources/accredited-overseas-meat-and-egg-processing-establishment>

ÖSTERREICHISCHE LEBENSMITTELEXPORTE NACH SINGAPUR IN EUR TAUSEND p.a

Produkt	2020	2021	2022
Zubereitungen aus Gemüse, Früchten, Nüssen und anderen Pflanzenteilen (Hs 20)	451	661	1,43
Milchprodukte, Eier, natürlicher Honig und andere essbare Erzeugnisse tierischen Ursprungs (Hs 04)	3,21	3,39	1,09
Verschiedene essbare Erzeugnisse (Hs 21)	1,01	1,66	1,02
Kakao und Kakaozubereitungen (Hs 18)	210	186	478
Fleisch und essbare Schlachtnebenerzeugnisse (Hs 02)	1,76	580	379
Lebende Tiere (Hs 01)	/	27	38
Kaffee, Tee, Mate und Gewürze (Hs 09)	26	32	32
Erzeugnisse tierischen Ursprungs Nes (Hs 05)	97	36	8,9
Pflanzliche Flechtstoffe und Erzeugnisse (Hs 14)	/	/	4,8
Getreide (Hs 10)	/	3,4	/
Essbare Früchte, Nüsse und Schalen (Hs 08)	2,7	2	/
Essbares Gemüse, Wurzeln und Knollen (Hs 07)	59	23	/
Gummi, Andere Pflanzensäfte Und -Extrakte (Hs 13)	21	/	/
Getränke Branntwein Und Essig (HS 22)	1,16	3	2,1
Gesamt	7,6	10	6,5

Quelle: Enterprise Singapore

5.4. LEBENSMITTELEXPORTE VON SINGAPUR NACH ÖSTERREICH

Singapur exportiert nur eine geringe Menge an Lebensmitteln. Das liegt an der geringen Produktion im Land und dem Regierungsziel die Eigenproduktion zu erhöhen, um die Abhängigkeit von anderen Ländern zu verringern.

ÖSTERREICHISCHE LEBENSMITTELEXPORTE NACH SINGAPUR IN EUR TAUSEND p.a

Produkt	2020	2021	2022
Erzeugnisse tierischen Ursprungs (Hs 05)	78	48	65
Verschiedene essbare Erzeugnisse (Hs 21)	40	/	0,68
Kakao und kakaohaltige Erzeugnisse (Hs 18)	/	0,68	/
Kaffee, Tee, Mate und Gewürze (Hs 09)	22	0,68	/
Lebende Tiere (Hs 01)	/	/-	/
Essbares Gemüse, Wurzeln und Knollen (Hs 07)	/	/-	/
Fleisch und essbare Schlachtnebenerzeugnisse (Hs 02)	1,89	/	/
Milchprodukte, Eier, natürlicher Honig und andere essbare Erzeugnisse tierischen Ursprungs (Hs 04)	6,16	/	/
Getränke Branntwein und Essig (Hs 22)	0	0	78
Zubereitungen aus Gemüse, Früchten, Nüssen und anderen Pflanzen (Hs 20)	2	/	/
Gesamt	2	50	144
Quelle: Enterprise Singapore			

6. RECHTLICHE BESTIMMUNGEN

Der „Sale of Food Act“ und die „Singapore Food Regulations“ (die Singapurische Lebensmittelrichtlinien) stellen die bedeutendsten Rechtsgrundlagen für den Verkauf von Lebensmitteln und Getränken da. Die zuständige Behörde für Lebensmittelsicherheit und -überwachung ist die SFA.¹⁵ Die Behörde, Singapore Customs ist für die Prüfung und Versteuerung von eingeführten Lebensmitteln und Produkten zuständig.¹⁶ Einfuhrbeschränkungen und möglicherweise notwendige Zulassungsverfahren können mittels des HS Codes auf der Website TRADENET von Singapore Customs überprüft werden.¹⁷

6.1. ZÖLLE EU -SINGAPUR

Seit dem 21. November 2019 ist zwischen Singapur und der Europäischen Union („EU“) ein umfassendes Freihandelsabkommen in Kraft. Durch das Abkommen können aus der EU alle Produkte ohne Zölle nach Singapur eingeführt werden.¹⁸ Seit November 2019 können 84 % der Produkte, die aus Singapur in die EU exportiert werden, ohne Zölle eingeführt werden. Ziel der Vertragsparteien ist es bis 2024 zollfreien Handel fast aller Produkte (mit einigen wenigen Ausnahmen) zu ermöglichen. Ab 2024 sollen Zölle nur noch auf einige Fischarten, verarbeitete landwirtschaftliche Produkte sowie chemisch reine Fruktose und Zuckermais zur Anwendung kommen.

6.2. STEUERN

Der Verkauf von Lebensmitteln und Getränken wird in Singapur mit der Goods and Service Tax („GST“) besteuert. Diese kann mit der österreichischen Umsatzsteuer verglichen werden und beträgt 9 %. Ein Vorsteuerabzug, der wie in Österreich bei B2B Geschäften üblich ist, ist in Singapur nicht möglich.

6.2.1. ALKOHOLSTEUER

Alkohol gehört in Singapur zu den wenigen Warengruppen, für die zwar keine Zölle, aber eine Verbrauchsabgabe, eine sogenannte „Excise Duty“, zu entrichten ist. Die Höhe richtet sich nach dem Alkoholgehalt und der Menge des Alkohols. Derzeit beträgt die Abgabe ca. 60 EUR pro Liter purem Alkohol.¹⁹

Beispiel für die Berechnung der Abgabe:

Eine 750 ml Flasche Wein mit einem Alkoholgehalt von 12 % wird folgendermaßen besteuert:

$0,75 \times 0,12 \times 60 = 5,40$ EUR

Neben der Excise Duty wird auch GST in Höhe von derzeit 9 % als Einfuhrumsatzsteuer eingehoben. Die Bemessungsgrundlage für die GST bildet der cost, insurance & freight-Wert („CIF“) der Ware, der neben dem Warenwert, der Fracht- und Versicherungskosten auch alle bei der Einfuhr anfallenden Gebühren enthält.

6.3. ETIKETTIERUNG VON LEBENSMITTELN UND GETRÄNKEN

Die Vorschriften über die Etikettierung von Lebensmitteln und Getränken sind im Sale of Food Act geregelt. Ein Guide zur Kennzeichnung von Waren wurde der Website der SFA veröffentlicht. Da die Produktsicherheit und Qualität in Singapur einen hohen Stellenwert hat gibt es bei der Kennzeichnung und dem Vertrieb von

¹⁵ <https://www.sfa.gov.sg/homepage>

¹⁶ <https://www.customs.gov.sg/>

¹⁷ <https://www.tradenet.gov.sg/tradenet/portlets/search/searchHSCA/searchInitHSCA.do>

¹⁸ <https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/en/content/eu-singapore-free-trade-agreement>

¹⁹ List of Dutiable Goods (customs.gov.sg)

Lebensmitteln und Getränken eine Vielzahl an Vorschriften die zu beachten sind.²⁰ Für Lebensmittel und Getränke muss immer ein Etikett in englischer Sprache direkt am Produkt angebracht sein.

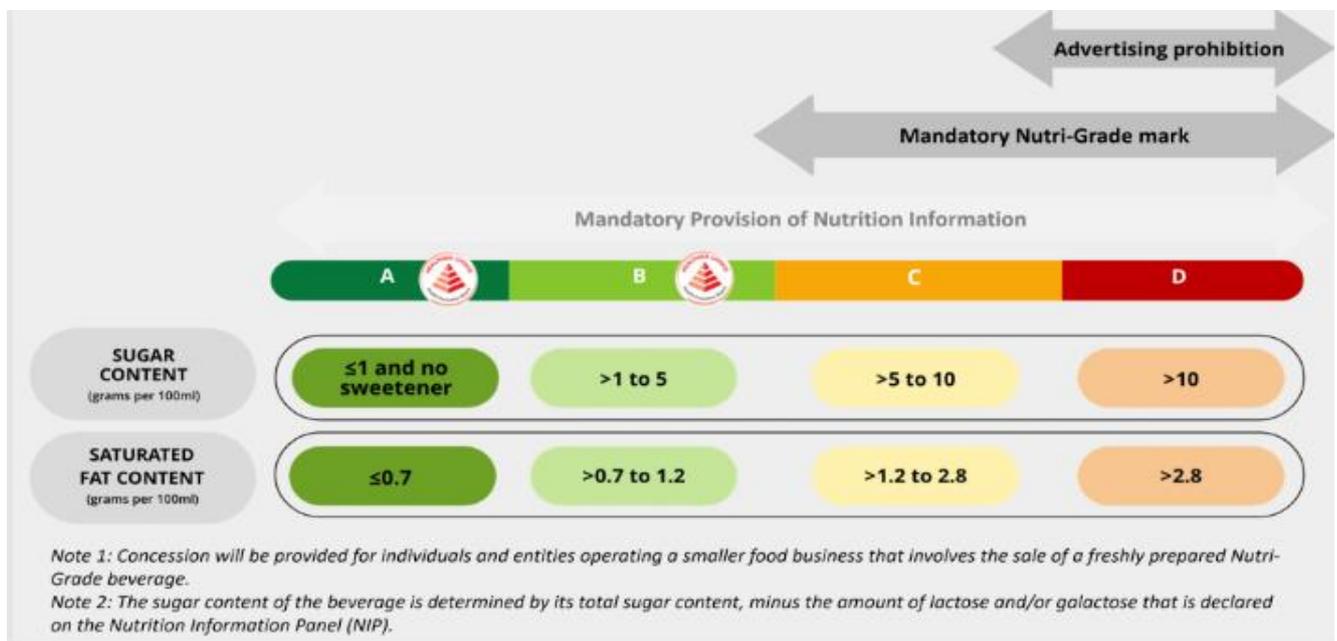
Etiketten müssen die folgenden Informationen enthalten:

Name oder Beschreibung des Produktes, Angabe der Inhaltsstoffe, Menge des Produktes in der Verpackung, Name und Anschrift des Lebensmittelunternehmens und bei importierten Produkten das Ursprungsland. Eine Ausnahme von dieser Regelung besteht für unverpackte Produkte und bei Produkten, die nicht im Einzelhandel verkauft werden.

6.3.1. „NUTRI GRADE“ FÜR GETRÄNKE

Der „Nutri-Grade“ ist die Wertung eines Getränkes, welche dem Kunden die rasche Einordnung des Produktes als gesund oder ungesund ermöglichen soll.²¹ Für die Wertung wird der Anteil des Zuckers und der Anteil der gesättigten Fettsäuren im Getränk herangezogen. Getränke werden in die Kategorien A bis D eingeordnet. Neben den Kategorien wird der Zuckergehalt des Produktes angegeben.

Diese Angaben müssen für verpackte Getränke seit dem 30. Dezember 2021 gemacht werden. Für frisch zubereitete Getränke, wie Kaffee, Tee, Bubble Tea, Säfte und Smoothies muss der „Nutri-Grade“ ab dem 30. Dezember 2023 angezeigt werden. Betreiber von Getränkeautomaten, bei denen die Zuckerstärke manuell wählbar ist, müssen ebenfalls den Nutriscore des Getränkes angeben. Für Produkte der Kategorie C und D (ab 5 Gramm Zucker pro 100ml und ab 1.2 Gramm gesättigte Fettsäuren pro 100ml) muss die Wertung auf dem Produkt klar und deutlich angezeigt werden. Des Weiteren herrscht für Produkte der Kategorie D ein Reklameverbot. Auf Produkten der Kategorie A und B muss der Nutri-Grade nicht angegeben werden. Jedoch kann nach einem bei dem Gesundheitsministerium positiv abgeschlossenen **Antragsverfahren** ein „healthier choice“ Symbol angegeben werden.²² Alkoholische Getränke und Produkte für Personen mit besonderen diätischen Bedürfnissen (sogenannte „**special purpose foods**“)²³ sind von der Kennzeichnung ausgenommen.



Quelle: Health Promotion Board Singapore

²⁰ SFA | Labelling Guidelines for Food Importers & Manufacturers

²¹ Measures for Nutri-Grade Beverages (hpb.gov.sg)

²² Healthier Choice Symbol (hpb.gov.sg)

²³ aguidetofoodlabellingandadvertisements.pdf (sfa.gov.sg)

7. TRENDS UND CHANCEN

7.1. LOKALE LANDWIRTSCHAFT, GESUNDHEIT, NACHHALTIGKEIT

Da der Lebensmittelmarkt in Singapur bereits eine große Produktvielfalt aufweist, versuchen neue Marktteilnehmer durch innovative Produkte hervorstechen. Ähnlich wie in Europa ist in den letzten Jahren einer der stärksten Trends der Wechsel zu gesünderen Lebensmitteln und regionalen Produktalternativen. Dieser Trend wird auch durch die Initiative „30 by 30“, deren Ziel es ist 30 % des Lebensmittelbedarfes durch singapurische Produzenten lokal zu decken, vorangetrieben. Es gibt vor allem beim Kauf von Gemüse und Fisch immer mehr regionale Optionen. Das Gesundheitsministerium versucht durch Initiativen und Kampagnen gesündere Lebensmittel hervorzuheben, und so das Kaufverhalten der Singapurer zu verändern. Zusätzlich versuchen gesunde Lebensmittelmarken durch Kooperationen mit Influencern und durch Bildungsinitiativen die Vorteile gesunder Produktalternativen hervorzuheben.

Ein weiterer Trend ist Nachhaltigkeit. Nachhaltigkeit spielt sowohl für die Kaufentscheidung von Konsumenten sowie für die Regierung eine immer wichtigere Rolle.²⁴ Obwohl nachhaltiger Anbau eines der Regierungsziele ist, wurde aufgrund des Mangels an Bauland im Jahr 2022 der Pachtvertrag für einen der ältesten biologischen Landwirtschaftsbetriebe in Singapur²⁵ nicht verlängert.²⁶

7.2. VEGETARISCHE/VEGANE UND HALAL ALTERNATIVEN

Pflanzenbasierte Lebensmittel sowie vegane Produkte sind immer häufiger in Supermärkten und Drogerien zu finden. Der Absatz von preiswerten Milchalternativen hat sowohl im Handel als auch in Kaffeehäusern stark zugenommen. Vegane Nachspeisen gewannen in den letzten Jahren an Beliebtheit. Restaurants bieten etwa vermehrt kreative Nachspeisen auf der Basis von Kokosnüssen, Avocados und Mangos an.

Da 15,6 % der Bevölkerung Singapurs muslimisch sind, kommen Halal zertifizierten Lebensmitteln und Restaurants eine große Bedeutung zu. In Singapur ist die Majlis Ugama Islam Singapura („**MUIS**“) zuständig für die Halal-Zertifizierung von Lebensmitteln und Restaurants.²⁷

7.3. RESTAURANTLANDSCHAFT, BESTELLSERVICE UND READY TO EAT

Hawker Center und Lokale, die preiswerte Mittagmenüs (~3 – 7 EUR) anbieten sind auch ganztags die erste Anlaufstelle für Arbeitnehmer. Durch lange und fordernde Arbeitszeiten konnten Bestellservices an Beliebtheit gewinnen. Für 2024 wird prognostiziert, dass der Markt für Lieferdienste weiterwachsen wird. Um in dieser Vielzahl von Takeaway Optionen nicht unterzugehen ist es essenziell, auf gute Produktqualität und andere Alleinstellungsmerkmale zu achten. Neben fertigen Speisen werden auch Lebensmittel immer häufiger online bestellt. Bisher konnten die Umsatzspitzen von 2020 und 2021 nicht mehr erreicht werden, jedoch ist ein 10 % plus im Vergleich zu vor Covid Zeiten weiterhin vorhanden.²⁸ Während Covid wurden so genannte Cloud / Ghost Kitchens eröffnet, welche nur noch Lieferungen angeboten haben und keine Sitzfläche wie bei herkömmlichen Restaurants hatten.

Neben Bestellservices stellt das wachsende Kaufinteresse an verzehrfertigen Lebensmitteln („ready to eat“) eine der größten Veränderungen in der Lebensmittelindustrie in Singapur dar. Der Markt für ready to eat

²⁴ Food Services (enterprisesg.gov.sg)

²⁵ Support local or buy global: Will Singaporeans embrace local produce despite higher prices? - CNA (channelnewsasia.com)

²⁶ Bidding farewell to a beloved organic farm | The Straits Times

²⁷ <https://www.muis.gov.sg/halal/>

²⁸ Trends in the Recovery of the retail and Food & Beverage Spending in Singapore, Box Article 6.1,2022, Economic Survey of Singapore

Produkte in Singapur wird voraussichtlich von 0,87 Mrd. USD im Jahr 2023 auf 1,00 Mrd. USD im Jahr 2028 wachsen, mit einer compound annual growth rate („CAGR“) von 2,85 %.²⁹

7.4. ZUKUNFT DER LOKALEN PRODUKTION

Singapur ist ein Zentrum für Innovation. Im Lebensmittelbereich liegt der Fokus darauf, auf kleiner Fläche einen möglichst effizienten Anbau von Produkten zu gewährleisten. Beispiele hierfür sind mehrstöckige LED-Farmen und Fischfarmen in Containern, in denen auf einer Fläche von 15m² bis zu 25 % mehr Fisch produziert werden kann als mit herkömmlichen Methoden.³⁰

Im Vergleich zu Unternehmen aus Drittländern, haben singapurische Produzenten durch die staatliche Subventionierung einen erheblichen Vorteil bei der Platzierung Ihrer Waren. Durch die steigende lokale Produktion wird der Handel für Lebensmittel und Getränke in den nächsten Jahren noch kompetitiver werden. Bereits heute ist erkennbar, dass vermehrt lokale Produkte auf den Markt kommen und Importprodukten Konkurrenz machen.

²⁹ <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/singapore-ready-to-eat-food-market>

³⁰ Singapore's first urban fish farm in a container launched in Tampines | The Straits Times

8. FAZIT

Singapur ist ein hoch kompetitiver Markt. Exporteure aus Malaysia und Australien dominieren den Lebensmittelmarkt. Der Anspruch an die Qualität der Produkte ist vor allem bei der wohlhabenderen Bevölkerungsschicht besonders hoch. Der weniger einkommensstarke Teil der Bevölkerung ist sehr kostenbewusst und versucht möglichst billig einkaufen zu gehen (Hawker Center bieten Speisen zwischen 3 - 7 EUR an). Da Singapur mit einem BIP pro Kopf von USD 82,800³¹ weiterhin eines der wohlhabendsten Länder der Welt ist, bleibt auch der Export von Waren nach Singapur für österreichische Unternehmen interessant.

Singapur zeichnet sich durch das stabile politische Klima und die Lage im Herzen Asiens aus. Verfahren mit den Behörden wie der SFA laufen transparent und zielgerichtet ab. Aufgrund der hohen Lebensmittelsicherheitsstandards und der restriktiven Zulassungsverfahren kann es schwierig sein in den Markt einzutreten. Wenn es einem Unternehmen gelingt eine Zulassung zu erhalten und die richtigen Partner vor Ort findet ist der Lebensmittelmarkt vor allem für hochqualitative Produkte in Singapur ein äußerst attraktiver Markt. Produzenten aus Drittländern, denen es gelingt in Singapur akkreditiert zu werden, fällt es häufig leichter vergleichbare Verfahren in Ländern der Region, wie Malaysia, Vietnam oder Indonesien, positiv abzuschließen.

³¹ Singapur - BIP pro Kopf bis 2028 | Statista

9. WEITERE INFORMATIONEN

9.1. MESSEN UND VERANSTALTUNGEN

In Singapur finden jährlich viele verschiedene Messen für Lebensmittel- und Getränkeindustrie statt. Die vier relevantesten Messen in Singapur sind:

Food Hotel Asia (FHA) – Food and Beverage (23. – 26. April 2024, jährlich)

Die FHA-Food and Beverage Hotel Asia Messe ist eine der größten internationalen Lebensmittel- und Getränkemessen in Asien. 70 % der Aussteller sind die direkten Hersteller und 15 % der Aussteller sind neu gegründete Firmen, für die die Messe als Launchpad dient. Bei der FHA 2024 werden über 60.000 Teilnehmer und über 1.500 Aussteller erwartet. In der Vergangenheit so wie auch im Jahr 2024 organisiert die WKO gemeinsam mit dem Außenwirtschaftscenter Singapur einen Gruppenstand für die österreichischen Aussteller.

VINEXPO Asia – International Trade show for the wine and spirits sector (2025)

Die VINEXPO Asia bringt um die 10.000 Wein und Spirituosen Experten zusammen. Die Messe wird das nächste Mal im Jahr 2025 abgehalten (ein genaues Datum wird noch verkündet). 2023 nahmen 9,989 Personen aus 64 Ländern teil. Die Messe zeichnet sich durch Ihr vielfältiges Angebot an Networking Möglichkeiten und Teilnahme weltweit renommierter Aussteller aus.

SIGEP Asia – International Trade show of Artisan Gelato, Pastry, Bakery, Coffee & Tea World (26. – 28. Juni 2024)

Die SIGEP ist die größten Kaffee & Tee Messe in Singapur mit über 200 Ausstellern aus mehr als 20 Ländern. Bei der Messe gibt es Matchmaking Veranstaltungen, Vorträge und viel Mediale Aufmerksamkeit (2023 gab es 383 mediale Berichte, deren Wert von den Veranstaltern auf 2,2 Mio. EUR geschätzt wurde).

Speciality Foods and Drinks Asia (26-28 Juni 2024)

Die Specialilty Foods and Drinks Asia ist eine Messe für Spezialitäten und Delikatessen. Mit mehr als 6.000 Teilnehmern ist es eine der kleineren Lebensmittel- und Getränkemessen in Singapur. Nichtsdestotrotz waren Personen aus 48 Ländern bei der Messe vertreten. Highlights der Messe sind die zahlreichen vor Ort abgehaltenen Panels und Lebensmittelwettbewerbe.

Yummy Food Expo, World Food Fair, Food and Beverage Fair (29. August – 1. September 2024)

Bei diesen Messen handelt es sich um mehrtägige Konsumentenmessen mit mehr als 100.000 Teilnehmer, bei denen man die neuesten Produkte, Lebensmitteltrends und Gerichte ausprobieren kann. Bei den Messen nehmen über 100 lokale und internationale Hersteller, Händler und Endkunden teil. Ausgestellt werden etwa Lebensmittel, Getränke, Lifestyle Produkte und Küchengeräte.

9.2. MARKTEINTRITT UND UNTERSTÜTZUNG

Sollten Sie die Gründung einer Niederlassung planen, an einer Konferenz teilnehmen, Fragen bezüglich des Exports von Waren nach Singapur haben oder nach den richtigen Vertriebspartnern vor Ort suchen, wenden Sie sich gerne jederzeit an uns. Unser Team unterstützt Sie gerne.

Bleiben wir in Kontakt!



Mag. David Bachmann
Wirtschaftsdelegierter Singapur
AußenwirtschaftsCenter Singapur
T +65 / 6396 6350
E singapur@wko.at
L [LinkedIn_David_Bachmann](#)
W wko.at/aussenwirtschaft/singapur

10. Definitionen

APEC	Asiatisch-Pazifischen Wirtschaftsgemeinschaft
ASEAN	Vereinigung Südostasiatischer Länder
BIP	Bruttoinlandsprodukt
CIF-Wert	Cost, Insurance & Freight - Wert
EU	Europäische Union
EUR	Euro
GST	Goods and Service Tax
HS-Code	Harmonized System-Code
SFA	Singapore Food Agency
SGD	Singapur Dollar
TPP	Transpazifischen Partnerschaft

AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA

AUSSENWIRTSCHAFTSCENTER SINGAPUR

600 North Bridge Road #24-04/05

Parkview Square, Singapore 188778

E singapur@wko.at | **T** +65 6396 6350

W <https://www.wko.at/aussenwirtschaft/singapur>

