



Bundesministerium
für Ernährung
und Landwirtschaft



Der Markt für alkoholische Getränke in Kanada

Marktstudie im Rahmen der Exportangebote für die Agrar- und Ernährungswirtschaft / Oktober 2020

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis.....	3
Tabellenverzeichnis.....	5
Abbildungsverzeichnis.....	6
Abkürzungsverzeichnis.....	6
1. Zusammenfassung.....	8
2. Einleitung.....	9
3. Länderprofil.....	10
3.1 Demografie und Geografie.....	10
3.2 Politische Rahmenbedingungen.....	12
3.3 Wirtschaftslage und Aussichten.....	13
3.3.1 Investitionslandschaft.....	16
3.4 Außenwirtschaftspolitik.....	19
4. Alkoholische Getränke in Kanada.....	21
4.1 Verbrauchernachfrage.....	21
4.1.1 Verbrauchergruppen, -trends, Trinkgewohnheiten und -anlässe.....	26
4.2 Eigenproduktion, Marken und Brands.....	29
4.2.1 Vorstellung einheimischer Marktführer und Marken.....	32
4.2.2 Preisentwicklungen im kanadischen Markt für alkoholische Getränke.....	33
5. Branchenübersicht.....	36
5.1 Bier.....	36
5.1.1 Struktur des Biermarktes.....	36
5.1.2 Verbrauchsentwicklung Bier.....	38
5.2 Wein.....	39
5.2.1 Struktur des Weinmarktes nach Wert/Menge Entwicklungsprognosen und Trends.....	39
5.2.2 Verbrauchsentwicklung Wein.....	41
5.3 Spirituosen.....	42
5.3.1 Struktur des Spirituosenmarktes.....	42
5.3.2 Verbrauchsentwicklung Spirituosen.....	44
5.4 SWOT Analyse.....	46
6. Vertriebsstrukturen.....	47
6.1 Der Verkauf von alkoholischen Getränken in Kanada.....	47
6.2 Verkaufsdaten.....	50
6.3 Importdaten für alkoholische Getränke.....	52
6.5 Marktchancen für deutsche Exporteure.....	53
7. Importbedingungen und Importabwicklung.....	55
7.1 Administrative Voraussetzungen Behördenstruktur und Erfordernisse für die Zulassung.....	55

7.2 Import von alkoholischen Getränken	58
7.2.1 Importprozess von alkoholischen Getränken nach Kanada	58
7.2.2 Gesetzliche Etikettierungsvorgaben.....	64
7.3 Zollprozeduren und Zollsätze	65
8. Verifiziertes Adressmaterial und Events.....	68
8.1 Staatliche Einrichtungen.....	68
8.2 Liquor Control Boards.....	70
8.3 Zertifizierte Agenturen	73
8.4 Verbände.....	83
8.5 Fachmessen Events und Veranstaltungen.....	92

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Die zehn bevölkerungsreichsten Städte Kanadas.....	11
Tabelle 2: Kanadische Direktinvestitionen im Ausland und ausländische Direktinvestitionen in Kanada.....	17
Tabelle 3: Kurshistorie Euro und kanadischer Dollar	18
Tabelle 4: Einkommensentwicklung Kanada 2008 – 2018.....	21
Tabelle 5: Ausgewählte Haushaltsausgaben in Kanada	22
Tabelle 6: Alkoholkonsum nach Geschlecht und Alter	23
Tabelle 7: Alkoholkonsum nach Provinzen	24
Tabelle 8: Haushaltsausgaben in Kanada für den Bereich alkoholische Getränke.....	25
Tabelle 9: Verkaufsvolumen kanadischer Alkoholprodukte in Kanada, in Liter	30
Tabelle 10: Umsatz kanadischer Alkoholprodukte in Kanada, in CAD	31
Tabelle 11: Verbraucherpreisindex Kanada jährliche Durchschnittswerte	33
Tabelle 12: Verbraucherpreisindex alkoholischer Getränke in Kanada jährliche Durchschnittswerte.....	34
Tabelle 13: Prozentuale Veränderung des Weinabsatzes nach Wert, Volumen und Provinz, 2018/2019	40
Tabelle 14: Pro Kopf Verkauf von Wein in Kanada im Zeitvergleich	41
Tabelle 15: Marktanteile von Spirituosen in den kanadischen Provinzen 2018/2019	43
Tabelle 16: SWOT Analyse	46
Tabelle 17: Vertriebsmöglichkeiten für alkoholische Produkte in Kanada	48
Tabelle 18: Nettoeinnahmen der Liquor Boards aus dem Verkauf alkoholischer Getränke, in CAD.....	51
Tabelle 19: Übersicht über die Besonderheiten bei der Einfuhr von alkoholischen Getränken in die kanadischen Provinzen mit Sonderregelungen.....	56
Tabelle 20: Zollcodes für die Einfuhr alkoholischer Getränke nach Kanada	60
Tabelle 21: Übersicht über die Verkaufssteuern in den unterschiedlichen kanadischen Provinzen.....	66
Tabelle 22: Verbrauchssteuersätze auf alkoholische Getränke in Kanada, in Kraft getreten am 01. April 2020.....	67

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Politische Karte von Kanada.....	10
Abbildung 2: Bevölkerungspyramide Kanada 2016	12
Abbildung 3: Kanada: Bruttoinlandsprodukt in jeweiligen Preisen von 2016 – 2018 und Prognosen bis 2024 (in Mrd. USD) *Prognose.....	14
Abbildung 4: Haupthandelspartner von Kanada	19
Abbildung 5: Herkunftsländer kanadischer Einwohner	27
Abbildung 6: Monatliche Verkaufszahlen der staatlichen Alkoholgeschäfte von 2015 – 2020 in Mrd. CAD	50
Abbildung 7: B3 – Canada Customs Coding Form.....	62
Abbildung 8: A8A-B Cargo Control Document	63
Abbildung 9: Beispiel für die Beschriftung von alkoholischen Getränken in Kanada	64

Abkürzungsverzeichnis

a. a. O.	am angegebenen Ort
Bio.	Billionen
BIP	Bruttoinlandsprodukt
BLE	Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung
BMEL	Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft
B.y.o.b.	Bring your own Bottle/Beer
ca.	circa
CAD	Canadian Dollar
CBSA	Canada Border Services Agency
CETA	Freihandelsabkommen Comprehensive Economic and Trade Agreement
CFIA	Canadian Food Inspection Agency
CRA	Canada Revenue Agency
EUR	Euro
FDA	Food and Drugs Act
FDR	Food and Drug Regulations
GST	Goods and Service Tax
GTAI	German Trade and Invest GmbH
hl	Hektoliter
HST	Harmonized Sales Tax
km	Kilometer
l	Liter
Mio.	Millionen
ml	Milliliter
Mrd.	Milliarden

NAFTA	Nordamerikanisches Freihandelsabkommen
OEC	Observatory for Economic Complexity
OECD	Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung
OSZE	Organisation für Sicherheit und Zusammenarbeit in Europa
PST	Provincial Sales Tax
SFCA	Safe Food for Canadians Act
SFCR	Safe Food for Canadians Regulations
UN	United Nations
USA	Vereinigte Staaten von Amerika
USD	US-Dollar
vgl.	Vergleiche
VQA	Vintners Quality Alliance
z. B.	Zum Beispiel

1. Zusammenfassung

Der Markt für alkoholische Getränke in Kanada unterliegt starken Kontrollen. Die 13 Provinzen und Territorien Kanadas führen ihre eigenen lokalen Märkte unabhängig von der Nationalregierung. Trotzdem wächst der Markt und die kanadische Bevölkerung steigert ihren Alkoholkonsum stetig. Als flächenmäßig zweitgrößtes Land der Erde mit einer konsumkräftigen Gesellschaft, bietet Kanada vielseitige Chancen für deutsche Unternehmen. Seitdem das Freihandelsabkommen CETA zwischen Kanada und der Europäischen Union unterzeichnet wurde, ist der kanadische Markt für deutsche Unternehmen zunehmend zugänglich geworden. Besonders die Vorliebe der Kanadier für Abwechslung und Vielfalt eröffnet deutschen Produkten gute Möglichkeiten, die kanadische Nachfrage zu bedienen.

Im vergangenen Jahr wurden in Kanada 3.098 Mio. l an alkoholischen Getränken im Wert von rund 23,4 Mrd. USD verkauft. Dies entspricht einem Anstieg von 3,1 % gegenüber dem Vorjahr. Mit einer konstanten Wachstumsrate von 2,5 %, soll der Markt für alkoholische Getränke bis zum Jahr 2023 weiterwachsen und somit den Trend der letzten Jahre fortführen. Über das Jahr verteilt wurde in Kanada durchschnittlich , 507,1 l pro Person an Standardgetränken konsumiert.

In Kanada dürfen alkoholische Getränke nur über sogenannte Liquor Boards importiert und verkauft werden. Allerdings arbeiten die Liquor Boards ausschließlich mit eigens dafür zertifizierten Agenturen zusammen, die als Anlaufpunkt für alkoholvertreibende Unternehmen fungieren. Um ein alkoholisches Getränk an den Markt zu bringen, muss entweder eine Platzierung bei den Liquor Boards gewonnen werden, oder ein gastronomischer Betrieb beschließt eine besondere Marke als Alleinstellungsmerkmal anzufragen. Diese verschiedenen Vertriebsmöglichkeiten werden über die Agenturen geregelt, wodurch eine freie Verhandlung mit den Importeuren ausgeschlossen wird. Somit ist der Marktzugang auf 13 Liquor Boards beschränkt. Ein großer Vorteil ist die hundertprozentige Zahlungssicherheit bei Geschäften mit den staatlichen Liquor Boards. Zudem fallen bis zum Verkauf in der Regel keine Kosten für die Verkäufer an.

2. Einleitung

Der Markt für alkoholische Getränke in Kanada wächst trotz seiner bereits beträchtlichen Größe langsam und beständig weiter. Der Konsum von alkoholischen Getränken ist in Kanada kulturell verankert; ungefähr 80 % der kanadischen Bevölkerung trinkt regelmäßig Alkohol. Zudem ist die kanadische Bevölkerung Genussmitteln und qualitativ hochwertigen Produkten gegenüber zugetan, weshalb dort vor allem Produkte im Luxusbereich gefragt sind. Hier ergeben sich gute Möglichkeiten für deutsche Lebensmittelhersteller, um alkoholische Produkte auf dem kanadischen Markt zu vertreiben. Auch während der Maßnahmen zur Eindämmung des Coronavirus Sars-CoV-2 stieg der Verkauf im Off-Trade Segment und die Chancen werden voraussichtlich auch während und im Nachgang der Krise weiterhin bestehen.

Diese Studie soll als Informationsquelle und Übersicht für deutsche Unternehmen mit Interesse am kanadischen Markt für alkoholische Getränke dienen. Als Grundlage für die Informationen wurden aktuelle Daten aus den Jahren 2018, 2019 und 2020 genutzt, sofern diese zum Zeitpunkt der Erstellung bereits zur Verfügung standen. In sehr wenigen Fällen musste auf Daten aus dem Jahr 2017 zurückgegriffen werden. Die in der Studie enthaltenen Prognosen schließen die möglichen Auswirkungen der Krise um die Verbreitung des Coronavirus SARS-CoV-2 nicht in die Berechnungen mit ein.

Zuerst wird ein Überblick über die politische und wirtschaftliche Situation in Kanada geliefert. Daraufhin wird der Markt für alkoholische Getränke mit Blick auf das Preisniveau, das Konsumverhalten und Trends untersucht. Auf diese Analyse folgt eine genauere Betrachtung der Produktgruppen Bier, Wein und Spirituosen in Kanada. Im Anschluss werden die internen und externen Handelsstrukturen des kanadischen Absatzmarktes beleuchtet. Am Ende dieses Kapitels werden die Stärken und Schwächen des kanadischen Marktes für alkoholische Getränke in einer SWOT-Analyse gegenübergestellt. Darauf folgt eine detaillierte Beschreibung der rechtlichen Bedingungen für den Import alkoholischer Getränke nach Kanada. Zu guter Letzt beinhaltet die Studie zusätzlich eine Übersicht über relevante kanadische Unternehmen, Institutionen, Importeure und Messen.

Aus Gründen der Lesbarkeit sind im gesamten Text mit der männlichen Schreibweise alle Geschlechter gemeint, sofern nicht eine Geschlechtsgruppe explizit hervorgehoben wird. Dasselbe gilt für die Nennung jeglicher anderen Gruppen sowie Bevölkerungsschichten (z. B. Konsumenten).

3. Länderprofil

3. Länderprofil

3.1 Demografie und Geografie

Kanada ist flächenmäßig das zweitgrößte Land der Erde und erstreckt sich mit einer Gesamtfläche von 9.984.670 km² und einer Landmasse von 9.093.507 km² über 6 Zeitzonen. Dennoch besitzt Kanada lediglich im Süden eine Ländergrenze mit den Vereinigten Staaten von Amerika (USA) und ist ansonsten von Meeren umgeben. Im Westen reicht Kanada bis zum Pazifik, im Osten an den Atlantik und im Norden zieht sich eine stark fragmentierte Insellandschaft bis tief in den arktischen Ozean. In den zentralen und nördlichen Gebieten Kanadas herrschen arktische und subarktische Bedingungen und erst im Süden nähern sich die Temperaturen an ein moderates Klima an. Zudem besteht die kanadische Landfläche zu ungefähr 34,1 % aus zum Großteil geschützten Waldgebieten und lediglich 6,8 % werden für die Landwirtschaft genutzt.



Abbildung 1: Politische Karte von Kanada

Quelle: Government auf Canada (2006).

3. Länderprofil

In der Abbildung 1 sind die 13 kanadischen Provinzen und Territorien zu sehen und die nördlichen Territorien bis hin ins arktische Polarmeer. Allerdings sind die nördlichen Provinzen Yukon, Northwest Territories und Nunavut nur sehr spärlich bewohnt und der Großteil der Bevölkerung lebt dicht an der südlichen Grenze zu den USA. Die mit Abstand am dichtesten besiedelten Gebiete befinden sich in Ontario, in welchem mehr als ein Drittel der kanadischen Bevölkerung lebt, gefolgt von den Provinzen Quebec und British Columbia.¹ Bei der letzten Volkszählung im Jahr 2016, lebten 35.151.728 Menschen in Kanada und heute wird diese Zahl auf 37.694.085 Menschen geschätzt. Trotz der beträchtlichen Landmasse leben über 80 % der Kanadier in großen städtischen Ballungsräumen.²

Tabelle 1: Die zehn bevölkerungsreichsten Städte Kanadas

Ranking	Stadt	Einwohnerzahl
1.	Toronto	5.928.040
2.	Montréal	4.098.927
3.	Vancouver	2.463.431
4.	Calgary	1.392.609
5.	Ottawa	1.323.783
6.	Edmonton	1.321.426
7.	Québec	800.296
8.	Winnipeg	778.489
9.	Hamilton	747.545
10.	Kitchener - Cambridge - Waterloo	523.894

Quelle: Government auf Canada (2016). Eigene Darstellung.

Die größten Städte sind Toronto und Montréal. Zusätzlich zu der bereits beträchtlichen Einwohnerzahl sind diese Städte allerdings auch die Zentren des größeren Ballungsgebietes in Kanada, das u. a. auch die Hauptstadt Ottawa, die Landeshauptstadt Quebec und Ottawa mit einbeziehen. Die offiziellen Amtssprachen Kanadas sind Englisch und Französisch. Allerdings wohnt der Großteil der französischsprachigen Bevölkerung in der Provinz Québec.

¹ Government auf Canada (2020): "Population estimates, quarterly", unter <https://www150.statcan.gc.ca/t1/tbl1/en/tv.action?pid=1710000901>, aufgerufen am 17.08.2020.

² Government auf Canada (2016): "Population and Dwelling Count Highlight Tables, 2016 Census", unter <https://www12.statcan.gc.ca/census-recensement/2016/dp-pd/hltfst/pd-pl/Table.cfm?Lang=Eng&T=205&S=3&RPP=100>, aufgerufen am 17.08.2020.

3. Länderprofil

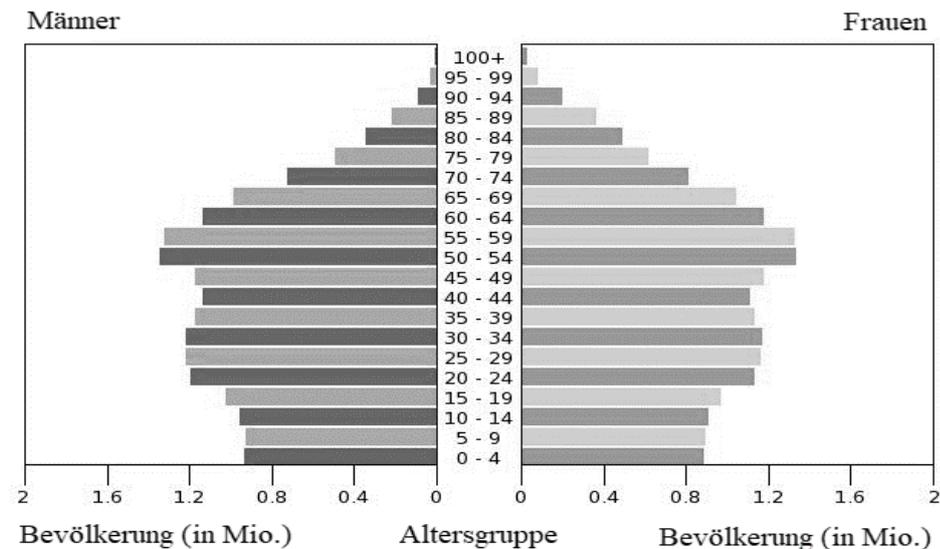


Abbildung 2: Bevölkerungspyramide Kanada 2016

Quelle: Central Intelligence Agency (2020).

Wie in Abbildung 2 zu sehen, ist ein großer Teil der kanadischen Bevölkerung zwischen 30 und 60 Jahren alt. Auffallend ist vor allem, dass das Segment der 0 – 20jährigen im Vergleich dazu deutlich kleiner ausfällt. Mit einer Rate von 0,81 % wächst die kanadische Bevölkerung nur schwach und daher wird der Anteil der älteren Bevölkerung stetig größer.³

3.2 Politische Rahmenbedingungen

Der Staat Kanada wurde im Jahr 1841 gegründet und hat 1931 die endgültige Unabhängigkeit vom Vereinigten Königreich erlangt. Heute ist Kanada eine parlamentarische Demokratie und als Teil des Commonwealth of Nations ist Königin Elisabeth II. die formelle Staatsoberhaupt. Somit ist der Aufbau des kanadischen Staats auch an das Westminster-System des Vereinigten Königreichs angelehnt. Das Unterhaus ist die höchste Volksvertretung Kanadas und wird von der kanadischen Bevölkerung durch freie Wahlen gewählt. Das Oberhaus, der Senat von Kanada, besteht aus ernannten Vertretern. Die 13 Bundesstaaten Kanadas werden Provinzen oder Territorien genannt und genießen ein hohes Maß an Selbstbestimmungsrechten und Autonomie der kanadischen Bundesregierung gegenüber.⁴

Am 21. Oktober 2019 fand in Kanada die 43. Wahl für das Unterhaus statt, in der die momentan regierende Liberale Partei Kanadas knapp 40 % der Stimmen erlangen konnte. Somit wurde der Vorsitzende der Partei, Justin Trudeau, für eine zweite Amtszeit zum kanadischen Premierminister gewählt und regiert mit seinem Kabinett für 4 weitere Jahre. Seine Regierung

³ Central Intelligence Agency (2020): "Canada. People and Society", unter <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/ca.html>, aufgerufen am 17.08.2020.

⁴ Es gibt in Kanada drei Territorien und zehn Provinzen. Im Folgenden werden diese Bundesstaaten, der Übersichtlichkeit halber als Provinzen bezeichnet.

3. Länderprofil

hat sich den Grundsätzen des Wohlfahrtsstaates, wirtschaftlichen Liberalismus und Multikulturalismus verschrieben. Außerdem steht Kanada für den internationalen Multilateralismus und ist u. a. Mitglied der United Nations (UN), der G-8, der Weltbank, der North Atlantic Treaty Organization (NATO), der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD), der Organisation für Sicherheit und Zusammenarbeit in Europa (OSZE), des Internationalen Währungsfonds und der Welthandelsorganisation.

Seit der kanadischen Unabhängigkeit unterhält Deutschland direkte Beziehungen zu dem nordamerikanischen Staat. Zurzeit gibt es eine Botschaft der Bundesrepublik Deutschland in Ottawa und 3 Generalkonsulate in Montreal, Toronto und Vancouver.⁵ Die kanadische Botschaft ist seit dem Jahr 1952 in Deutschland und seit 1999 in der heutigen Hauptstadt Berlin.⁶ Seit dem Ende des Zweiten Weltkrieges verbinden Deutschland und Kanada freundschaftliche Beziehungen und eine intensive Zusammenarbeit in internationalen Organisationen. Beide westlichen Demokratien teilen beispielsweise liberale Grundüberzeugungen in puncto Menschenrechte und Entwicklungshilfe. Zudem arbeiten beide Länder auch in den Bereichen Kultur und Bildung eng zusammen. Im Zuge des „Youth Mobility Agreements“ können 18 – 35jährige bis zu einem Jahr im jeweils anderen Land leben, reisen und Arbeitserfahrung sammeln.

3.3 Wirtschaftslage und Aussichten

Die kanadische Wirtschaft stützt sich zum einen auf den Abbau und die Verarbeitung von fossilen Ressourcen wie Öl oder Gold und zum anderen auf einen ausgeprägten Dienstleistungssektor. Somit ist Kanada, wie auch sein südlicher Nachbar, die USA, eines der wenigen Öl exportierenden Länder, die eine vergleichbar hohe Komplexität der Wirtschaftsstrukturen aufweisen. Zurzeit liegt Kanada im Ranking für wirtschaftliche Komplexität des Observatory for Economic Complexity (OEC) auf Rang 25.⁷

⁵ Auswärtiges Amt (2020): „Deutsche Vertretungen in Kanada“, unter <https://www.auswaertiges-amt.de/de/ReiseUndSicherheit/deutsche-auslandsvertretungen/kanada/204876>, aufgerufen am 19.08.2020.

⁶ Auswärtiges Amt (2020): „Vertretungen Kanadas in Deutschland“, unter <https://www.auswaertiges-amt.de/de/aussenpolitik/laender/kanada-node/kanada/204876?openAccordionId=item-204894-1-panel>, aufgerufen am 19.08.2020.

⁷ OEC (2020): “Canada” unter <https://oec.world/en/profile/country/can>, aufgerufen am 20.08.2020.

3. Länderprofil

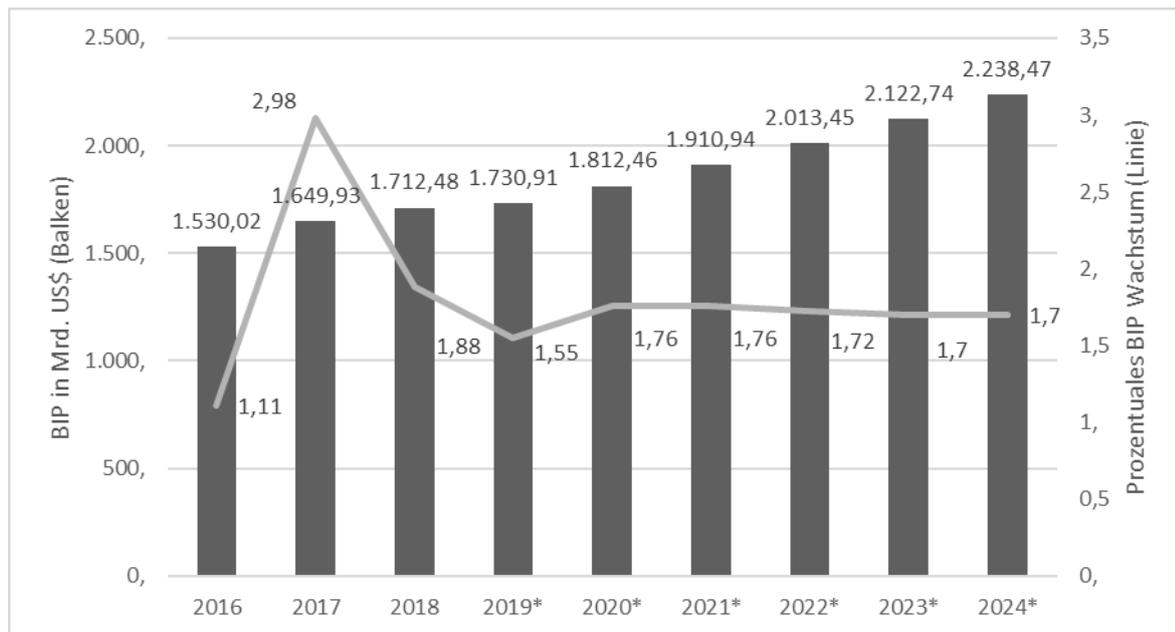


Abbildung 3: Kanada: Bruttoinlandsprodukt in jeweiligen Preisen von 2016 – 2018 und Prognosen bis 2024 (in Mrd. USD) *Prognose

Quelle: International Monetary Fund (2019). Eigene Darstellung.

Im Jahr 2018 wuchs die kanadische Wirtschaft zuletzt um 1,88 % und es wird auch weiterhin ein jährliches Wachstum von über 1,5 % prognostiziert (vgl. Abbildung 3). In den Jahren 2008 – 2018 ist das kanadische Bruttoinlandsprodukt (BIP) insgesamt um 10,6 % gewachsen. Somit lag das kanadische BIP in 2018 bei ungefähr 1.71 Bio. USD, womit Kanada im weltweiten Vergleich auf Rang 10 steht.⁸ Das BIP pro-Kopf lag im selben Jahr bei 46.233 USD, was Kanada allerdings nur auf den 20. Platz der 196 Länder im internationalen Vergleich bringt.

Im Index der Menschlichen Entwicklung (Human Development Index) belegte Kanada zuletzt im Jahr 2017 mit einem Wert von 0,922 den 13. Platz und führt somit den historisch hohen Wert der Vorjahre fort.⁹ Die Werte beinhalten eine Gini Koeffizient von 34,0, einen durchschnittlichen Schuljahreswert von 16,1 Jahren und die historisch hohe Lebenserwartung von durchschnittlich 82,3 Jahren. All dies führt dazu, dass die Kanadier im weltweiten Vergleich des World Economic Forums eine außergewöhnlich hohe Lebensqualität haben¹⁰. Die hohen Investitionen in Ausbildung und Lebensstandard führen dazu, dass hiesige Wirtschaftsbetriebe auf sehr gutes Humankapital zurückgreifen können. Zudem entspringt der hohen Lebensqualität auch ein hoher Lebensstandard, der die Absatzchancen für qualitativ hochwertige Produkte vergrößert.

⁸ OEC (2020): "Canada", unter <https://oec.world/en/profile/country/can>, aufgerufen am 20.08.2020

⁹ United Nations Development Programme (2019): "Human Development Indicators: Canada", unter <http://hdr.undp.org/en/countries/profiles/CAN>, aufgerufen am 20.08.2020

¹⁰ World Economic Forum (2018): "These countries have the highest quality of life", unter <https://www.weforum.org/agenda/2018/01/how-s-life-where-you-are/>, aufgerufen am 20.08.2020.

3. Länderprofil

Im Jahr 2019 betrug die Inflationsrate der kanadischen Verbrauchspreise rund 2 % und es wird prognostiziert, dass die Rate im Jahr 2020 auf 0,6 % sinkt.¹¹ Der Leitzins wurde im Oktober 2018 auf 1,75 % festgelegt, ist aber im März 2020 auf 0,25 % herabgesetzt worden.¹² Kanada hat zum Zeitpunkt der Erstellung dieser Studie eine staatliche Gesamtverschuldung von 89,70 % des BIP, womit es im weltweiten Gesamtvergleich vergleichsweise hoch liegt und den 27. Platz belegt.¹³ Zudem gehörten 2018 ca. 18,7 Mio. zu der Gruppe der Erwerbstätigen in Kanada, im selben Jahr lag die Arbeitslosenrate bei 6,3 %, was den Aufwärtstrend der Vorjahre fortsetzte.¹⁴

Das außergewöhnlich große Staatsgebiet Kanadas schließt eine Vielzahl an unterschiedlichen natürlichen Ressourcen mit ein, die folglich auch eine große Rolle in der wirtschaftlichen Ausrichtung des nordamerikanischen Staates spielen. Wie bereits erwähnt, ist Kanada ein wichtiger Produzent von Erdöl. Mit geschätzten 175 Mrd. Barrels besitzt Kanada die drittgrößten Ölvorkommen der Welt.¹⁵ In den verschiedenen Provinzen werden zusammengerechnet 3,8 Mio. Barrels pro Tag gefördert. Mittlerweile ist Kanada zum weltweit fünft größten Ölexporteur aufgestiegen. Neben Erdöl ist auch der Bergbau ein wichtiger Wirtschaftsschwerpunkt, besonders für die nördlichen Provinzen Kanadas. Da weder die Umweltbedingungen für Landwirtschaft noch die Transportinfrastruktur für die verarbeitende Industrie vorhanden sind, hat sich die Bevölkerung hier auf den Abbau der Bodenschätze spezialisiert. Unter den geförderten Mineralien sind Gold, Silber, Nickel, Bauxit, Eisenerz, Kupfer, Blei und auch Diamanten. Beim Abbau von Zink, Uran und seltenen Erden führt Kanada sogar im weltweiten Vergleich. Zudem hat Kanada aufgrund des großen Waldanteils, eine seit jeher starke Forstwirtschaft und mit 202.080 km die weltweit größte Küstenlinie, was den hohen Stellenwert des kanadischen Fischfangs und -handels bedingt.

Allerdings wird in der kanadischen Wirtschaft nicht alles vom hiesigen Ressourcenreichtum bestimmt. Der Dienstleistungssektor hat in Kanada den größten Anteil an der Wirtschaftsleistung und ist vor allem in den Metropolenregionen im Süden des Landes vorhanden. Drei Viertel aller Erwerbstätigen in Kanada sind im Dienstleistungssektor tätig und hier werden fast drei Viertel des gesamten Bruttoinlandsproduktes erwirtschaftet. Wichtige Segmente sind die Finanzdienstleistungen, der Handel und in den letzten Jahren auch zunehmend die Informationstechnik. Der enorme Bedarf an Energie für die kanadischen Metropolenregionen wird aus 18 Atomkraftwerken sowie aus Erdöl- und Erdgaskraftwerken gewonnen. Im Zuge der Um-

¹¹ International Monetary Fund (IMF) (2019): "World economic outlook", unter <https://www.imf.org/en/Publications/WEO>, aufgerufen am 20.08.2020.

¹² Bank of Canada (2020): "Policy Interest Rate", unter <https://www.bankofcanada.ca/core-functions/monetary-policy/key-interest-rate/>, aufgerufen am 20.08.2020.

¹³ Central Intelligence Agency (CIA) (2017): "Country Comparison: Public Debt", unter <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/rankorder/2186rank.html>, aufgerufen am 20.08.2020.

¹⁴ International Monetary Fund (2019): "World Economic Outlook Database", unter <https://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2019/02/weodata/index.aspx>, aufgerufen am 21.08.2020.

¹⁵ Canada Energy Regulator (2020): "Crude Oil and Petroleum Products", unter <https://www.cer-rec.gc.ca/nrg/ststc/crdlndprlmprct/index-eng.html>, aufgerufen am 20.08.2020

3. Länderprofil

weltpolitik der momentanen kanadischen Regierung wird auch stark auf Wasserkraft gesetzt und die erneuerbaren Energien werden weiter ausgebaut.

Kanadas Landwirtschaft produziert u. a. Weizen, Gerste, Ölsaaten, Tabak, Obst, Gemüse, Milchprodukte und, wie zuvor bereits erwähnt, Fisch und Meeresfrüchte.¹⁶ Die verarbeitende Industrie in Kanada hat die Schwerpunkte in den Bereichen Transportausrüstung, Chemikalien, Holz- und Papierprodukte sowie der Verarbeitung von Mineralien, aber auch Lebensmittelprodukte. Ungefähr 1,7 Mio. Erwerbstätige sind hier beschäftigt und das produzierende Gewerbe trägt mit 174 Mrd. Kanadische Dollar (CAD) rund 10 % zum kanadischen BIP bei.

3.3.1 Investitionslandschaft

Kanada positioniert sich zunehmend als attraktiver Standort für internationale Investoren. Der nordamerikanische Staat bietet seit jeher ein hohes Maß an Rechtssicherheit und sehr gut ausgebildetes Fachpersonal. Weitere Punkte sind das verlässliche Regierungssystem und der stabile kanadische Finanzmarkt, welcher zusätzlich verschiedene Programme und Anreize für ausländische Investitionen anbietet. Beispielsweise wurden in den letzten Jahren für die Wirtschaftsbereiche Logistik, Automatisierung, nachhaltige Energiegewinnung, Agrar- und marine Biotechnologien neue Supercluster gegründet. Hier wurden Förderbereiche verknüpft und mit einem zusätzlichen Budget von über 1 Mrd. USD ausgestattet. Zudem wurde die kanadische Investitionsförderung im Jahr 2018 institutionalisiert und in der neu gegründeten Organisation „Invest in Canada“ neu aufgelegt. Heute wirbt diese Organisation mit direkten Förderhilfen und Steueranreizen für Investitionen in die kanadische Wirtschaft. Zudem ziehen die Erfolge kanadischer Firmen in den Bereichen der Technologisierung zunehmend das Interesse ausländischer Investoren auf sich. Im Gegenzug werden langwierige bürokratische Prozesse, auch bedingt durch das undurchsichtige föderale System, als Barriere für Investitionen gesehen. Weiteres Hemmnis ist die abseits der Metropolen schlecht ausgebaute Verkehrs- und Energieinfrastruktur. Insgesamt ist Kanada bei internationalen Investoren sehr beliebt und bezieht hohe ausländische Direktinvestitionen.¹⁷

¹⁶ Central Intelligence Agency (2020): “Canada. Economy”, unter <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/ca.html>, aufgerufen am 20.08.2020.

¹⁷ Statistics Canada (2020): “International investment position, Canadian direct investment abroad and foreign direct investment in Canada, by country, annual (x 1,000,000)”, unter <https://www150.statcan.gc.ca/t1/tbl1/en/tv.action?pid=3610000801>, aufgerufen am 24.08.2020.

3. Länderprofil

Tabelle 2: Kanadische Direktinvestitionen im Ausland und ausländische Direktinvestitionen in Kanada

Kanadische und ausländische Direktinvestitionen	Länder oder Regionen	2015 in Mio. CAD	2016 in Mio. CAD	2017 in Mio. CAD	2018 in Mio. CAD	2019 in Mio. CAD
Kanadische Direktinvestitionen im Ausland – Gesamtwert	Alle Länder	1.043.822	1.105.175	1.181.911	1.356.834	1.391.256
	Nord Amerika	637.833	683.834	725.154	844.026	854.841
	Zentral- und Südamerika	57.096	58.362	63.345	70.182	67.144
	Europa	271.443	276.973	292.836	325.249	351.678
	Afrika	4.402	6.532	8.954	9.802	10.720
	Asien/ Ozeanien	73.048	79.474	91.622	107.574	106.873
	Deutschland	10.593	11.574	9.162	11.384	11.553
Ausländische Direktinvestitionen in Kanada – Gesamtwert	Alle Länder	782.912	810.668	828.991	904.648	973.889
	Nord Amerika	397.174	405.448	412.891	444.667	486.534
	Zentral- und Südamerika	19.859	17.559	15.700	15.568	17.002
	Europa	282.926	305.440	310.625	345.472	367.395
	Afrika	3.956	2.415	1.854	2.350	3.077
	Asien/ Ozeanien	78.998	79.805	87.922	96.590	99.880
	Deutschland	15.005	15.943	16.128	17.755	18.106

Quelle: Government of Canada (2020). Eigene Darstellung.

Tabelle 2 zeigt, dass ausländische Direktinvestitionen im Laufe der letzten 5 Jahre stetig gestiegen sind. Nordamerika und vor allem die USA führen die Liste der Direktinvestitionen an, gefolgt von Investitionen aus Europa, aus welchem zuletzt 367,39 Mrd. CAD nach Kanada geflossen sind. Auch die Direktinvestitionen aus Deutschland haben stark zugenommen und sind seit dem Jahr 2015 auf über 3 Mrd. CAD gestiegen, womit deutsche Investoren die siebtmeisten Direktinvestitionen in Kanada tätigen.

Im internationalen Vergleich ist Kanada auf Platz 15 in puncto Investitionseinfluss und auf Platz 7 im Einfluss von Direktinvestitionen.¹⁸ Das verarbeitende Gewerbe sieht seit dem

¹⁸ UNCTAD (2018): "World Investment Report 2018", unter https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/wir2018_en.pdf, aufgerufen am 24.08.2020.

3. Länderprofil

Jahr 2016 einen Kapitalzufluss mit einem Wachstum von +450 % und ist damit der Bereich mit dem höchsten Anstieg.¹⁹ Die höchsten Investitionen aus dem Ausland gehen in die Lebensmittelwirtschaft, dicht gefolgt von der Chemiebranche.

Tabelle 3: Kurshistorie Euro und kanadischer Dollar

Jahr	Erster	Hoch	Tief	Schluss	Veränderung
2000	1,4577	1,5091	1,2491	1,3965	-4,40 %
2001	1,4115	1,4555	1,2698	1,4077	0,80 %
2002	1,4436	1,6550	1,3672	1,6550	17,57 %
2003	1,6422	1,6585	1,4965	1,6234	-1,91 %
2004	1,6279	1,6911	1,5394	1,6416	1,12 %
2005	1,6278	1,6511	1,3599	1,3725	-16,39 %
2006	1,3737	1,5297	1,3524	1,5281	11,34 %
2007	1,5451	1,5637	1,3354	1,4449	-5,44 %
2008	1,4449	1,7433	1,4449	1,6998	17,64 %
2009	1,6998	1,6998	1,4983	1,5128	-11,00 %
2010	1,5128	1,5128	1,2486	1,3322	-11,94 %
2011	1,3232	1,4332	1,2784	1,3214	-0,81 %
2012	1,3194	1,3432	1,2139	1,3137	-0,58 %
2013	1,3060	1,4764	1,2871	1,4671	11,68 %
2014	1,4520	1,5545	1,3960	1,4063	-4,14 %
2015	1,4069	1,5242	1,3085	1,5116	7,49 %
2016	1,5172	1,5965	1,3896	1,4188	-6,14 %
2017	1,4070	1,5301	1,3809	1,5039	6,00 %
2018	1,5128	1,6105	1,4795	1,5605	3,76 %
2019	1,5547	1,5547	1,4426	1,4598	-6,45 %
2020	1,4549	1,5898	1,4281	1,5653	7,23 %

Quelle: Börse (2020). Eigene Darstellung.²⁰

Der CAD ist die nationale Währung in Kanada und wird von der Bank of Canada ausgegeben. Im August 2020 entsprach 1 CAD umgerechnet 0,64 EUR.²¹ Allerdings werden Wirtschaftsdaten in Kanada auch häufig in USD angegeben, da die kanadische Wirtschaft eng mit der Wirtschaft in den USA verknüpft ist. Im August 2020 entsprach 1 USD umgerechnet 0,85 EUR. In Tabelle 3 ist zu sehen, dass die Wechselkurse vergleichbar wenig schwanken

¹⁹ GTAI (2019): „Investitionsklima in Kanada“, unter <https://www.gtai.de/gtai-de/trade/wirtschaftsumfeld/investitionsklima/kanada/investitionsklima-in-kanada-168776>, aufgerufen am 24.08.2020.

²⁰ Börse (2020): „EUR/CAD Historische Kurse“, unter <https://www.boerse.de/historische-kurse/Euro-CAD/EU0009654664>, aufgerufen am 24.08.2020.

²¹ Oanda (2020): „Live-Kurse - EUR/CAD“, unter <https://www1.oanda.com/lang/de/currency/live-exchange-rates/EURCAD/>, aufgerufen am 24.08.2020.

3. Länderprofil

und der CAD gegenüber dem EUR relativ stabil bleibt. An Währungsreserven in Forex und Gold erreichte Kanada im Jahr 2019 einen Wert von 85,3 Mrd. USD und kommt damit weltweit auf Rang 29.²² Für europäische Anleger herrschen seit der Unterzeichnung und im Rahmen der vorläufigen Ratifizierung des Freihandelsabkommens Comprehensive Economic and Trade Agreement (CETA) klare Regelungen zum Investitionsschutz.²³ Allerdings muss das Abkommen vollständig in Kraft treten, bevor Schiedsgerichte zur Klärung von Disputen eingesetzt werden können.

3.4 Außenwirtschaftspolitik

Die kanadische Außenpolitik ist eng verknüpft mit der Außenpolitik der USA und Europas. Kanadische Außenpolitiker positionieren sich für gewöhnlich vorsichtig und pragmatisch, um Kanada als ruhige, versöhnliche und freundliche Nation darzustellen und den Wohlstand sowie die Wirtschaftsstabilität durch internationale Zusammenarbeit auszubauen. Der heutige Reichtum Kanadas fließt zum Großteil aus dieser Vielzahl an profitablen Wirtschaftsbeziehungen mit verschiedenen Staaten auf der ganzen Welt. Um die außergewöhnlich globalisierte kanadische Wirtschaft zu schützen, haben die Kanadier Handelsabkommen, Unternehmensinvestitionen und Geschäftspartnerschaften auf der ganzen Welt.

Haupthandelspartner 2019

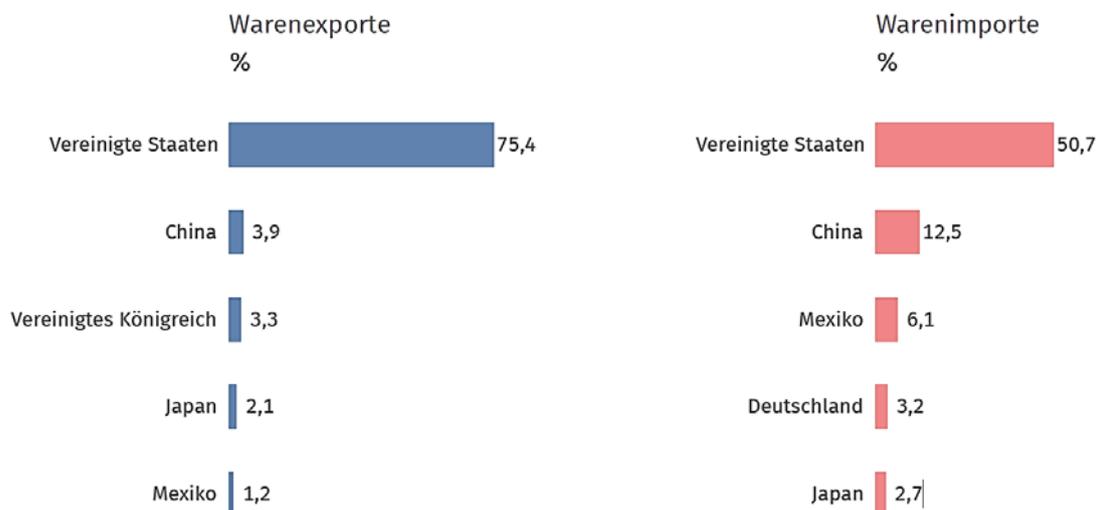


Abbildung 4: Haupthandelspartner von Kanada

Quelle: Statistisches Bundesamt (2020).

²² The World Bank (2020): "Total Reserves", unter <https://data.worldbank.org/indicator/FI.RES.TOTL.CD>, aufgerufen am 24.08.2020.
Central Intelligence Agency (CIA) (2017): "Reserves of Foreign Exchange and Gold", unter <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/rankorder/2188rank.html>, aufgerufen am 24.08.2020.

²³ Vgl.: Europäische Kommission (2018): „CETA Kapitel für Kapitel“, unter https://ec.europa.eu/trade/policy/in-focus/ceta/ceta-chapter-by-chapter/index_de.htm, aufgerufen am 24.08.2020.

3. Länderprofil

Die USA sind mit Abstand der wichtigste Handelspartner Kanadas, sowohl in Bezug auf Exporte (75,4 %) als auch Importe (50,7 %).²⁴ Seit dem Jahr 1994 besteht das Nordamerikanische Freihandelsabkommen (NAFTA). Mit einem kumulierten BIP von 21 Bio. USD bilden Kanada, die USA und Mexiko mit NAFTA die wirtschaftlich stärkste Freihandelszone der Welt und das für die kanadische Wirtschaft wichtigste Abkommen. Die Europäische Union (EU) ist mit einem Handelsvolumen, das von 2017 – 2018 von 6,2 Mrd. EUR auf knapp 10,4 Mrd. EUR gestiegen ist, der zweitgrößte Handelspartner Kanadas.²⁵ Die vollständige Ratifizierung des Freihandelsabkommens CETA wird die kanadisch-europäischen Beziehungen weiter ausbauen. Zum Zeitpunkt der Veröffentlichung dieser Studie wurde das Abkommen bereits von 14 EU-Staaten vollständig ratifiziert. Da sich die kanadische Außenpolitik darauf ausrichtet, die globalen wirtschaftlichen Bedingungen zu erhalten, sind kanadische Unternehmen und Organisationen sehr auf Zuverlässigkeit bedacht. Kanada ist Deutschlands 14. wichtigster Handelspartner und im Jahr 2019 hat Deutschland 450 Mrd. USD an Waren nach Kanada exportiert.²⁶

²⁴ UN Comtrade Database (2017): "Canada – Total of all HS commodities", unter <https://comtrade.un.org/data>, aufgerufen am 24.08.2020.

²⁵ Eurostat (2018): "Extra-EU28 trade, by main partners, total product", unter <https://ec.europa.eu/eurostat/tgm/refreshTableAction.do?tab=table&plugin=1&pcode=tet00035&language=en>, aufgerufen am 24.08.2020.

²⁶ UN Comtrade (2020): "Database", unter <https://comtrade.un.org/>, aufgerufen am 24.08.2020.

4. Alkoholische Getränke in Kanada

4.1 Verbrauchernachfrage

In Kanada herrscht ein gehobener Lebensstandard, der von stabilen Markteinkünften und einem steigenden Einkommensniveau getragen wird. Insgesamt haben sich im letzten Jahrzehnt die kanadischen Einkommen aus Gehältern und aus selbstständiger Arbeit sowie Einnahmen durch Renten, Investitionen und Förderungen nicht außergewöhnlich verändert.

Tabelle 4: Einkommensentwicklung Kanada 2008 – 2018

Jahr	Medianeinkommen nach Steuern in CAD	Mediane Markteinkünfte in CAD	Mediane staatliche Zuschüsse in CAD
2008	56.600	54.700	4.600
2009	56.500	52.700	6.000
2010	56.000	52.100	6.200
2011	55.800	52.400	5.700
2012	57.300	54.200	5.600
2013	57.700	54.500	5.600
2014	59.200	55.500	6.000
2015	59.000	55.000	6.800
2016	59.200	54.400	7.600
2017	60.900	55.600	7.900
2018	61.400	57.100	7.400

Quelle: Statistics Canada (2020).²⁷ Eigene Darstellung.

Tabelle 4 zeigt, dass die Einkommen in Kanada in den letzten Jahren stetig gestiegen sind. Auch die Markteinkünfte stiegen in den letzten Jahren leicht an. Im Einklang mit dem im Durchschnitt sehr hohen Lebensstandard geben die Kanadier viel für Freizeit und Ernährung aus. Insgesamt ist in den letzten Jahren der Anteil der Lebensmitteleinkäufe an den gesamten Haushaltsausgaben in Kanada gestiegen. Heute sind Lebensmittel, nach den Ausgaben für Unterkünfte die zweitgrößte Ausgabenkategorie der Haushalte.

²⁷ Statistics Canada (2020): "Table 11-10-0190-01 Market income, government transfers, total income, income tax and after-tax income by economic family type", unter <https://www150.statcan.gc.ca/t1/tb11/en/tv.action?pid=1110019001>, aufgerufen am 31.08.2020.

4. Alkoholische Getränke in Kanada

Tabelle 5: Ausgewählte Haushaltsausgaben in Kanada

Ausgaben der Haushalte, Kategorien auf Zusammenfassungsebene	2013 (in CAD)	2014 (in CAD)	2015 (in CAD)	2016 (in CAD)	2017 (in CAD)
Gesamtausgaben	79.098	80.727	82.697	84.489	86.070
In Geschäften gekaufte Lebensmittel	5.718	5.880	6.126	6.176	5.934
In Restaurants gekaufte, oder verzehrte Lebensmittel	2.216	2.229	2.502	2.608	2.593
Erholung	3.930	3.843	3.981	3.935	3.986
Freizeitanschaffungen und zugehörige Dienstleistungen	981	827	954	914	1.036
Unterhaltung und Unterhaltungsdienste	298	253	261	200	196
Dienstleistungen zur Freizeitgestaltung	1.956	2.064	2.148	2.132	2.171
Tabakwaren und alkoholische Getränke	1.352	1.222	1.336	1.406	1.497
Glücksspiele	162	156	180	217	200
Steuern vom Einkommen und von anderen Einkünften	14.038	14.867	15.334	15.310	14.993
Versicherungszahlungen und Rentenbeiträge	4.570	4.871	4.880	5.067	5.137

Quelle: Statistics Canada (2020).²⁸ Eigene Darstellung.

Seit 2013 steigen die Haushaltsausgaben der kanadischen Bevölkerung stetig. Im Jahr 2013 haben kanadische Haushalte im Durchschnitt noch jährlich um die 80.000 CAD ausgegeben und im Jahr 2017 gaben die Haushalte bereits durchschnittlich 6.000 CAD mehr aus. (vgl. Tabelle 5). In Tabelle 5 wird sichtbar, dass die Kanadier fast halb so viel für Speisen im Restaurant ausgeben, wie für in Geschäften gekaufte Nahrungsmittel. Da diese Werte relativ gleichbleiben, kann auch davon ausgegangen werden, dass es sich hierbei nicht um einen vorübergehenden Trend handelt. Es unterstreicht, dass die Ausgekkultur ein fester Bestandteil des kanadischen Soziallebens darstellt. Ebenso gleichbleibend sind die Ausgaben für Erholung, Freizeit und Unterhaltungsangebote, für die in den letzten Jahren durchschnittlich über 6.000 CAD ausgegeben wurde. Eine stabile Unterhaltungsbranche bietet gute Voraussetzungen für den Verkauf von alkoholischen Getränken, da diese in Kanada vornehmlich in der

²⁸ Statistics Canada (2020): "Table 11-10-0224-01 Household spending by household type", unter <https://www150.statcan.gc.ca/t1/tbl1/en/tv.action?pid=1110022401>, aufgerufen am 31.08.2020.

4. Alkoholische Getränke in Kanada

Freizeit getrunken werden. Die durchschnittlichen Haushaltsausgaben sind in der Kategorie Tabakwaren und alkoholische Getränke in den letzten 3 Jahren merklich gestiegen und lagen bei der letzten Erhebung im Jahr 2017, bei ganzen 1.497 CAD pro Haushalt (vgl. Tabelle 5).

In Kanada ist das Trinken von Alkohol seit jeher ein fester Bestandteil des sozialen Lebens. alkoholische Getränke werden nicht nur in Clubs, Bars und Restaurants, sondern auch im privaten Umfeld zu fast jedem Anlass verzehrt. Der exzessive Konsum von Alkohol stellt in Kanada auch teilweise ein Problem dar, weswegen es starke Auflagen für den Verkauf sowie den Kauf von alkoholischen Getränken gibt und die Regierung sich für einen gemäßigten Konsum einsetzt. Die aktuellste Studie zum Alkoholkonsum des Canadian Centre on Substance Use and Addiction hat gezeigt, dass im Zeitraum von 2015 – 2016 die Kanadier pro Person im Durchschnitt 8,2 l puren Alkohol konsumierten.²⁹

Tabelle 6: Alkoholkonsum nach Geschlecht und Alter

	Insgesamt	Männer	Frauen	15 – 19 Jahre	20 – 24 Jahre	25+ Jahre
Bevölkerung	30.291.000	14.950.000	15.342.000	2.023.000	2.420.000	25.848.000
Konsum zu Lebzeiten	90,3 %	91,6 %	89,0 %	64,2 %	88,3 %	92,5 %
Konsum in den letzten 12 Monaten	78,2 %	79,5 %	76,9 %	56,8 %	83,5 %	79,4 %
Erster Alko- holkonsum	18,3 Jahre	17,7 Jahre	18,9 Jahre	15,8 Jahr e	16,9 Jahr e	18,5 Jahre

Quelle: Canadian Tobacco, Alcohol and Drugs Survey (2017).³⁰

Die Mehrheit der kanadischen Bevölkerung trinkt regelmäßig Alkohol. Weniger als 10 % der Kanadier geben an, dass sie noch keinen Alkohol getrunken haben (vgl. Tabelle 6). Zudem haben im Jahr 2017 fast 78,2 % der Kanadier im trinkfähigen Alter Alkohol getrunken, womit Kanada im internationalen Vergleich auf Platz 19 steht.³¹ Dementsprechend gibt es eine vergleichbar hohe Nachfrage in diesem Bereich. Im Durchschnitt konsumieren die Kanadier mit über 18 Jahren zum ersten Mal Alkohol. Allerdings wird in Tabelle 6 ersichtlich, dass die Bevölkerungsanteile unter 15 Jahren deutlich früher erste Kontakte mit alkoholischen Geträn-

²⁹ Canadian Centre on Substance Use and Addiction (2017): "Alcohol 2017" unter <https://www.ccsa.ca/sites/default/files/2019-04/CCSA-Canadian-Drug-Summary-Alcohol-2017-en.pdf>, aufgerufen am 31.08.2020.

³⁰ Government of Canada (2017): "Canadian Tobacco, Alcohol and Drugs Survey", unter <https://www.canada.ca/en/health-canada/services/canadian-tobacco-alcohol-drugs-survey/2017-summary/2017-detailed-tables.html#t17>, aufgerufen am 31.08.2020.

³¹ World Health Organisation WHO (2020): "Global Health Observatory data repository", unter <https://apps.who.int/gho/data/node.home>, aufgerufen am 31.08.2020.

4. Alkoholische Getränke in Kanada

ken haben. Somit wird sich die Grenze für den Eintritt in den Alkoholkonsum in den nächsten Jahren nach unten verschieben. Da zusätzlich die Gruppe der 20 – 24jährigen einen höheren Prozentsatz an jährlich alkoholtrinkenden Personen aufweist als die der über 25jährigen, wird es unter den Alkoholtrinkenden in Kanada zukünftig viele jüngere Konsumenten geben. Der Trend zum frühen Eintritt in den Alkoholkonsum wird sich voraussichtlich fortsetzen, wodurch die jüngeren Generationen zunehmend Einfluss auf den Markt für alkoholische Getränke nehmen werden.³² Zudem ist zu erkennen, dass Männer in Kanada mehr alkoholische Getränke verzehren als Frauen, wobei die Unterschiede hier sehr gering sind (vgl. Tabelle 6).

Tabelle 7: Alkoholkonsum nach Provinzen

	Bevölkerung in Mio.	Konsum zu Lebzeiten	Konsum in den letzten 12 Monaten	Übermäßiger Konsum
Kanada	30.291	90,3 %	78,20 %	19,1 %
Ontario	11.763	88,30 %	75,60 %	17,3 %
Quebec	6.987	93,70 %	84,20 %	21,2 %
British Columbia	4.057	90,90 %	78,50 %	19,10 %
Alberta	3.478	89,30 %	78,80 %	19,10 %
Manitoba	1.066	87,80 %	71,00 %	16,0 %
Saskatchewan	924	91,30 %	78,40 %	19,10 %
Nova Scotia	808	92,70 %	73,80 %	19,10 %
New Brunswick	636	90,30 %	74,90 %	19,10 %
Newfoundland and Labrador	448	91,70 %	77,40 %	27,70 %
Prince Edward Island	124	91,40 %	68,40 %	19,10 %

Quelle: Statistics Canada (2019). Eigene Darstellung.³³

Zwischen den unterschiedlichen kanadischen Provinzen liegen extreme Distanzen und die Konsumvorlieben der Einwohner unterscheiden sich stark. Das für seine Metropolenregionen bekannte Ontario beheimatet eine vielschichtige und multikulturelle Bevölkerung mit unterschiedlichen Interessen. Hier wird durchschnittlich viel Alkohol getrunken (vgl. Tabelle 7). Die zweitgrößte Provinz nach Einwohnerzahlen ist Quebec. Hier lebt der Großteil der französischsprachigen Bevölkerung Kanadas und die hiesigen Essgewohnheiten fußen auf den französischen Wurzeln des Großteils der Einwohner. Auffällig ist, dass hier fast 10 % mehr Ein-

³² Canadian Centre on Substance Use and Addiction (2018): "Survey and Report Summaries of Drug and Alcohol Usage Among Youth", unter https://madd.ca/pages/wp-content/uploads/2018/09/New-Provincial-Surveys-June-26-2018_FINAL.pdf, aufgerufen am 31.08.2020.

³³ Statistics Canada (2019): "Heavy Drinking", unter <https://www150.statcan.gc.ca/n1/pub/82-625-x/2019001/article/00007-eng.htm>, aufgerufen am 31.08.2020.

4. Alkoholische Getränke in Kanada

wohner in den letzten 12 Monaten Alkohol getrunken haben (vgl. Tabelle 7). Somit gibt es in Quebec einen ähnlich hohen Bedarf an alkoholischen Getränken wie im stärker bevölkerten Ontario. Der nächstgroße Staat ist British Columbia, im Westen am Pazifik gelegen und die Bevölkerung wohnt zu großen Teilen in der Metropolenregion von Vancouver. Hier leben viele aus Europa stammende Einwohner, aber es gibt auch große aus China und Indienstammende Bevölkerungsanteile.³⁴ Im Jahr 2017 haben hier 78,5 % der Bevölkerung Alkohol konsumiert, was ungefähr dem kanadischen Durchschnitt entspricht. Ähnlich ist die Situation in den zentralkanadischen Staaten Alberta, Manitoba und Saskatchewan. In diesen Provinzen gibt es große Bevölkerungsteile, deren Vorfahren aus dem Vereinigten Königreich und Deutschland stammen.³⁵ Hier werden viele deutsche Produkte verkauft und somit sind auch die Chancen für den Verkauf von deutschen Alkoholwaren recht gut. Die westlichen Inselprovinzen Nova Scotia, New Brunswick, Newfoundland and Labrador und Prince Edward Island grenzen an die Provinz Quebec. Diese Staaten werden zum Großteil von Einwandererfamilien aus dem Vereinigten Königreich und den sogenannten French Canadians bewohnt.³⁶ In diesen Provinzen gibt es durchschnittlich viele Alkoholkonsumenten in der Bevölkerung und lediglich auf dem Prince Edward Island ist der Anteil höher (vgl. Tabelle 7). Hier tranken lediglich 68,4 % der Bevölkerung in 2017 Alkohol. Die 3 nördlichen Territorien Northwest Territories, Yukon und Nunavut sind in den Befragungen nicht enthalten. Mit einer Bevölkerung von 125.079, die stark verstreut über die nördlichen Gebiete lebt, sind die Territorien auch nicht von großer Relevanz für den Markt für alkoholische Getränke in Kanada.

Tabelle 8: Haushaltsausgaben in Kanada für den Bereich alkoholische Getränke.

Ausgaben der Haushalte, Kategorien auf Zusammenfassungsebene	2013 (in CAD)	2014 (in CAD)	2015 (in CAD)	2016 (in CAD)	2017 (in CAD)
Gesamtausgaben	79.098	80.727	82.697	84.489	86.070
Alkoholische Getränke	941	874	979	1.023	1.098
Alkoholische Getränke, die in Lokalen mit Schankerlaubnis und in Restaurants serviert werden	230	227	297	297	414
In Geschäften gekaufte alkoholische Getränke	705	639	678	691	680
Selbstgemachte alkoholische Getränke	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A

Quelle: Statistics Canada (2020).³⁷

³⁴ Statistics Canada (2016): "Census Program", unter <https://www12.statcan.gc.ca/census-recensement/index-eng.cfm>, aufgerufen am 31.08.2020.

³⁵ Statistics Canada (2016): A.a.O.

³⁶ Statistics Canada (2016): A.a.O.

³⁷ Statistics Canada (2020): "Table 11-10-0224-01 Household spending by household type", unter <https://www150.statcan.gc.ca/t1/tbl1/en/tv.action?pid=1110022401>, aufgerufen am 31.08.2020.

4. Alkoholische Getränke in Kanada

Die Kanadier geben verhältnismäßig viel für alkoholische Getränke aus. In den Jahren 2014 – 2017 sind die durchschnittlichen Haushaltsausgaben im Bereich alkoholische Getränke stark gestiegen (vgl. Tabelle 8). Im Jahr 2017 gaben kanadische Haushalte im Durchschnitt 1.098 CAD für Alkohol aus. In Tabelle 8. ist zu sehen, dass in den Jahren 2013 – 2016 mehr als doppelt so viel für alkoholische Getränke in Geschäften ausgegeben wurde als in gastronomischen Betrieben. Im Jahr 2017 stiegen die Haushaltsausgaben für alkoholische Getränke in lizenzierten Lokalen stark an. Hier wird ein verstärkter Trend hin zur Ausgehkultur sichtbar, der sich bis zur weltweiten Ausdehnung des Corona Virus SARS-CoV-2 im März 2020 fortgeführt hat. Zudem wird bei den Kanadiern immer beliebter, alkoholische Getränke selber herzustellen. Allerdings gibt es hierzu keine genaue Datenlage, da es sich hier um ein relativ neues Phänomen handelt.

4.1.1 Verbrauchergruppen, -trends, Trinkgewohnheiten und -anlässe

Für Europäer ist der vergleichsweise restriktive Umgang mit Alkohol in Nordamerika oft ungewohnt. An vielen Orten darf Alkohol nicht öffentlich konsumiert werden und das offene Tragen von alkoholischen Getränken kann sogar strafbar sein. Auch im vorderen Bereich des Autos darf Alkohol nicht mitgeführt werden und muss in Kanada während des Transports im Gepäckraum verstaut werden. Selbst in Stehenden Fahrzeugen darf Alkohol nicht konsumiert werden. In Kanada liegt die Blutalkoholgrenze je nach Provinz zwischen 0 – 0,8 Promille. Auch das Mindestalter für das Kaufen von alkoholischen Getränken ist vergleichbar niedrig. In Alberta, Manitoba und Quebec darf man jegliche Art alkoholischer Getränke erst ab dem 18. Lebensjahr kaufen und konsumieren. In den restlichen Provinzen Kanadas muss man mindestens 19 Jahre alt sein. Deshalb überprüfen Bars, Restaurants und Geschäfte beim Kauf von Alkohol oft das Alter ihrer Kunden und Gäste. Für den Ausschank von Alkohol benötigen Restaurants eine sogenannte Liquor Licence. Einige Restaurants sparen sich die Kosten dafür und folgen dem B.y.o.b.-Prinzip ("Bringen Sie Ihre eigene Flasche mit."). Das bedeutet, dass Gäste in Geschäften gekauften Alkohol mitbringen können, der ihnen dann vor Ort serviert wird. Die starke Regulierung des Alkoholkonsums zeigt bereits, dass der Konsum von alkoholischen Getränken in Kanada nicht gefördert wird. Das hält die kanadische Bevölkerung jedoch nicht davon ab, in dem vom Staat gegebenen Rahmen zu verschiedenen Anlässen Alkohol zu genießen.

Die kanadischen Verbraucher lieben die Vielfalt. Zum einen sind einheimische und traditionelle Getränke gefragt, aber aufgrund der starken Multikulturalität der Bevölkerung stehen auch internationale Produkte im Fokus. Wie bereits im ersten Kapitel erwähnt, ist Kanada ein Einwanderungsland, in welchem große Bevölkerungsgruppen aus allen Teilen der Welt, vor

4. Alkoholische Getränke in Kanada

allen Europa und Asien leben. Von allen Kanadiern sagen lediglich 32,3 % von sich, dass Sie sich nur mit Kanada und mit keinem anderen Land assoziieren.

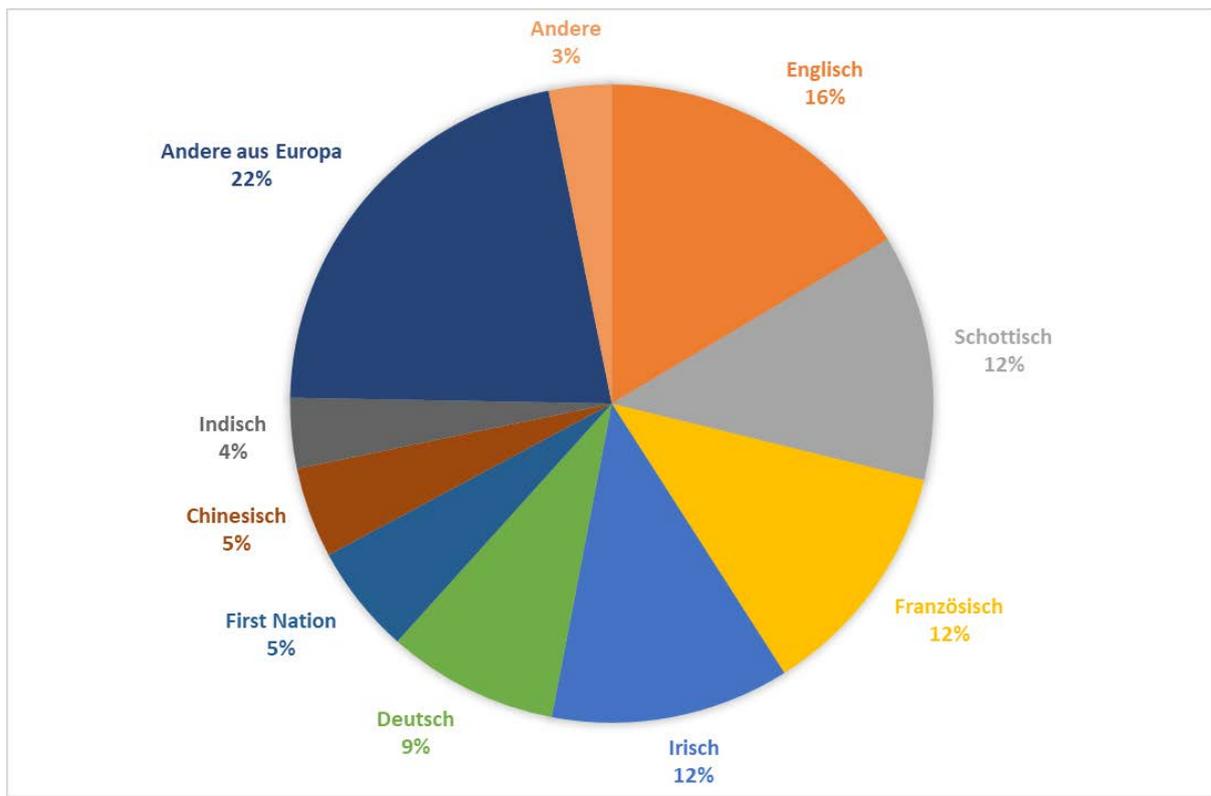


Abbildung 5: Herkunft kanadischer Einwohner

Quelle: Statistics Canada (2016). Eigene Darstellung.³⁸

Abbildung 5 zeigt, wie divers die kanadische Bevölkerung ist. Lediglich etwas über 5 % der Bevölkerung gehört zu der „First Nation“ und somit zu der nicht-zugewanderten Bevölkerung. Der Rest ist zu großen Teilen in Europa verwurzelt. Für den Lebensmittel- und Getränkemarkt in Kanada ist das von besonderer Relevanz, da sich die Nachfrage stark nach den unterschiedlichen Präferenzen der verschiedenen Bevölkerungsteile richtet. So achten auch die staatlichen Verkaufsstellen beim Verlauf alkoholischer Getränke in den verschiedenen Provinzen auf die Zusammensetzung der Bevölkerung vor Ort. Wie in Abbildung 5 zu sehen, hat ungefähr 9 % der kanadischen Bevölkerung seinen Ursprung in Deutschland. Die Präferenzen der Deutsch-Kanadier sind denen der deutschen Verbraucher sehr ähnlich und so erhöht ein hoher Anteil dieser Bevölkerungsgruppe auch die Absatzchancen deutscher Produkte in den entsprechenden Provinzen. Das Angebot in Kanada richtet sich typischerweise stark nach der kulturellen Herkunft oder Präferenz der kanadischen Bevölkerung, da diese einen großen Einfluss auf die Verbrauchertrends ausübt. Bei der japanischen Bevölkerung sind zum

³⁸ Statistics Canada (2016): “Immigration and Ethnocultural Diversity Highlight Tables”, unter <https://www12.statcan.gc.ca/census-recensement/2016/dp-pd/hltfst/imm/Table.cfm?Lang=E&T=31&Geo=01&SO=4D>, aufgerufen am 02.09.2020.

4. Alkoholische Getränke in Kanada

Beispiel auf Reis basierende Getränke beliebt und bei der aus Irland stammenden Bevölkerung wird viel Whisky konsumiert.³⁹

Die Präferenzen variieren zusätzlich in den verschiedenen Provinzen Kanadas. Das französischsprachige Quebec ist beispielsweise die Hochburg des Weinkonsums. In den Northwest Territories machen hingegen Spirituosen über 40 % des Gesamtumsatzes an alkoholischen Getränken aus. Das zeigt wiederum, dass die Nachfrage auf dem kanadischen Markt sehr heterogen ist. Die vielfältige Gesellschaftsstruktur vor Ort und die unterschiedlichen Lebensbedingungen in den Provinzen führen zu einer ebenso vielseitigen Nachfrage.⁴⁰ Daher bestehen besondere Chancen für Getränke, die etwas Neues zu der bereits in Kanada existierenden Auswahl hinzufügen. Dies mag ein besonderer Verpackungsstil, ein einzigartiger Geschmack oder eine Verknüpfung mit besonderen Anlässen sein. Hierbei ist jedoch darauf zu achten, dass die kanadische Bevölkerung besonders Genussmitteln und qualitativ hochwertigen Produkten gegenüber zugetan ist. Somit sollten die Produkte vor allem mit ihren Alleinstellungsmerkmalen und ihrer Qualität werben.

Der Anteil an außerhäuslich konsumiertem Alkohol (On-Trade) in Kanada steigt (vgl. Tabelle 8). Trotzdem wurden im Jahr 2019 mehr als 52 % der alkoholischen Getränke zu Hause genossen (Off-Trade). Seit März 2020 haben die Maßnahmen zum Schutz vor COVID-19 die Besuche von Bars und Restaurants drastisch eingeschränkt. Somit wurde dieser Trend vorübergehend unterbrochen. Seit die Maßnahmen im Juni und Juli schrittweise zurückgenommen wurden, beginnen die Kanadier allerdings wieder mit dem Besuch von gastronomischen Einrichtungen und die Branche regeneriert sich zunehmend.⁴¹ Die Besuche in der Gastronomie werden also voraussichtlich weiterwachsen, aber dafür nur sehr langsam.

Aufgrund des zunehmend hektischen Alltags in den Metropolen und der wachsenden Bürokultur (Pre-Corona) gab es einen Wandel vom auswärtigen *Dinner* zum auswärtigen *Lunch*. Es wurde zudem zunehmend öfter mit Kollegen auswärtig gegessen als mit Familien und Freunden. Da die Kanadier über den Tag auch mehr Termine haben, wird die Zubereitung von Mahlzeiten kürzer, seltener und weniger oft geplant. Damit gab es starke Trends hin zu mehr Snacks und portablem Essen.⁴² Für den Markt für alkoholische Getränke bedeutet das, dass Alkohol weniger oft im Zusammenhang mit festen Mahlzeiten und öfter als separates Genussmittel verzehrt wurde. Im Bereich der Lebensmittel übernehmen hochwertige kleine Portionen den Verzehr von großen günstigen Angeboten. Dies hängt u. a. auch mit den Trends

³⁹ Government of Canada (2016): "The Chief Public Health Officer's Report on the State of Public Health in Canada, 2015: Alcohol Consumption in Canada", unter: <https://www.canada.ca/en/public-health/services/publications/chief-public-health-officer-reports-state-public-health-canada/2015-alcohol-consumption-canada.html>, aufgerufen am 02.09.2020.

⁴⁰ Trendex North America (2019): "Canadian Apparel Yearbook 2019", unter <https://www.prodegemr.com/>, aufgerufen am 02.09.2020.

⁴¹ Trendhunter (2020): "Top 100 Drinking Trends in July: From Hormone-Balancing Drink Mixes to All-Canadian Beer Packaging", unter <https://www.trendhunter.com/slideshow/july-2020-drinking>, aufgerufen am 31.08.2020.

⁴² NutriSpeak (2020): "Canadian Food Trends to 2020", unter <http://nutrispeak.mydev.ca/ocean2/disease-prevention-health/canadian-food-trends-to-2020/>, aufgerufen am 31.08.2020.

4. Alkoholische Getränke in Kanada

hin zum bewussten Konsum von Lebensmitteln, wie z. B. Bioprodukte zusammen. Produkte sollen zunehmend über den Genuss hinaus auch der Umwelt und der Gesellschaft zuträglich sein. Diese Entwicklungen zeigen sich auch zunehmend bei den jüngeren Generationen, in denen Frauen öfter arbeiten gehen. In diesen Doppelverdiener-Haushalten steht mehr Kapital für hochwertige Lebensmittel, aber weniger Zeit für dessen Zubereitung zur Verfügung. Inwiefern sich diese Trends nachhaltig durch die Situation um das Coronavirus SARS-CoV-2 verändern werden, ist zu diesem Zeitpunkt noch nicht abzusehen. Während der angeordneten Beschränkungen, die aufgrund des Ausbruchs von SARS-CoV-2 angeordnet wurden, ist der Alkoholverzehr in Kanada allerdings stark angestiegen.⁴³

4.2 Eigenproduktion, Marken und Brands

Der Markt für alkoholische Getränke in Kanada hat eine beträchtliche Größe und wächst beständig weiter. Im Jahr 2019 wurden in Kanada 3.098 Mio. l alkoholische Getränke im Wert von etwa 234 Mrd. USD verkauft, 31 % mehr als noch im Vorjahr. Sollte die prognostizierte jährliche Wachstumsrate von 25 % durch die Maßnahmen um das Coronavirus Sars-CoV-2 nicht abgeschwächt werden, wird der Markt für alkoholische Getränke bis zum Jahr 2023 weiterwachsen.⁴⁴

Der kanadische Sektor für alkoholische Getränke umfasst die Teilsektoren Wein, Bier und Spirituosen. Diese 3 Sektoren haben ihre eigenen Primärproduzenten, wertschöpfende Weiterverarbeitung, Verpackung und Forschungseinrichtungen. Die Spirituosenindustrie hat in Kanada eine lange Geschichte. Die erste Destillerie Kanadas wurde im Jahr 1769 in Quebec City gegründet. Die heutige Destillationsindustrie stellt eine Vielzahl von Spirituosen her. Beispiele sind Whisky, Rum, Wodka, Gin, Liköre und einfachen Ethylalkohol. Kanadas Ruf im In- und Ausland beruht jedoch weitgehend auf der Herstellung von kanadischem Whisky. Die größten Anteile des Marktes für alkoholische Getränke in Kanada halten die Produktgruppen Bier und Wein.

⁴³ Canadian Center on Substance Use and Addiction (2020): "Report on rise in alcohol consumption due to the COVID 19 Pandemic", unter <https://www.ccsa.ca/sites/default/files/2020-04/CCSA-NANOS-Alcohol-Consumption-During-COVID-19-Report-2020-en.pdf>, aufgerufen am 02.09.2020.

⁴⁴ Statistics Canada (2020): "Value of sales of alcoholic beverages of liquor authorities and other retail outlets, by beverage type (x 1,000)", unter <https://www150.statcan.gc.ca/t1/tbl1/en/tv.action?pid=1010001101>, aufgerufen am 02.09.2020.

4. Alkoholische Getränke in Kanada

Tabelle 9: Verkaufsvolumen kanadischer Alkoholprodukte in Kanada, in l

Produkt	Herkunft des Produkts	2014 / 2015	2015 / 2016	2016 / 2017	2017 / 2018	2018 / 2019
Alle alkoholischen Getränke	Produkte insgesamt	3.009.027	3.070.940	3.074.026	3.086.952	3.094.453
	Kanadische Produkte	2.274.396	2.305.591	2.310.896	2.308.360	2.278.539
Spirituosen	Produkte insgesamt	159.958	164.114	168.533	171.912	174.322
	Kanadische Produkte	91.239	93.066	92.096	90.962	90.178
Wein	Produkte insgesamt	480.536	496.504	505.694	519.136	505.967
	Kanadische Produkte	187.843	195.812	203.300	203.768	198.992
Bier	Produkte insgesamt	2.230.156	2.254.087	2.233.218	2.215.174	2.209.145
	Kanadische Produkte	1.906.997	1.916.895	1.897.025	1.881.534	1.829.729
Apfelwein, und andere alkoholische Erfrischungsgetränke	Produkte insgesamt	138.377	156.235	166.581	180.730	205.019
	Kanadische Produkte	88.317	99.818	118.475	132.096	159.640

Quelle: Statistics Canada (2020). Eigene Darstellung.⁴⁵

Die kanadischen Produzenten von alkoholischen Getränken haben in den letzten Jahren eine gleichbleibende Menge an Alkohol auf den Markt gebracht. Im Zeitraum von 2014 – 2019 schwankte das jährliche Verkaufsvolumen aller kanadischen alkoholischen Produkte bei ungefähr 2.300.000 l (vgl. Tabelle 9). In manchen Bereichen hat das Verkaufsvolumen sogar leicht abgenommen. So sind beispielsweise die Zahlen für die Spirituosen- und die Bierverkäufe seit 2016 leicht zurückgegangen. Das Segment der alkoholischen Erfrischungsgetränke,

⁴⁵ Statistics Canada (2020): "Table 10-10-0011-01 Value of sales of alcoholic beverages of liquor authorities and other retail outlets, by beverage type (x 1,000)", unter <https://www150.statcan.gc.ca/t1/tbl1/en/tv.action?pid=1010001101&pickMembers%5B0%5D=1.1&pickMembers%5B1%5D=2.2&cubeTimeFrame.startYear=2014+%2F+2015&cubeTimeFrame.endYear=2018+%2F+2019&referencePeriods=20140101%2C20180101>, aufgerufen am 07.09.2020.

4. Alkoholische Getränke in Kanada

wie Apfelwein konnte hingegen in den letzten Jahren stark wachsende Verkaufsvolumen verzeichnen.

Tabelle 10: Umsatz kanadischer Alkoholprodukte in Kanada, in CAD

Produkt	Herkunft des Produkts	2014 / 2015	2015 / 2016	2016 / 2017	2017 / 2018	2018 / 2019
Alle alkoholischen Getränke	Produkte insgesamt	21,3 Mrd.	21,9 Mrd.	22,4 Mrd.	23,1 Mrd.	23,6 Mrd.
	Kanadische Produkte	12,5 Mrd.	12,7 Mrd.	13 Mrd.	13,2 Mrd.	13,3 Mrd.
Spirituosen	Produkte insgesamt	4,9 Mrd.	5 Mrd.	5 Mrd.	5 Mrd.	5 Mrd.
	Kanadische Produkte	2 Mrd.	2,6 Mrd.	2,6 Mrd.	2,6 Mrd.	2,6 Mrd.
Wein	Produkte insgesamt	6,6 Mrd.	6,9 Mrd.	7,1 Mrd.	7,4 Mrd.	7,4 Mrd.
	Kanadische Produkte	1,9 Mrd.	2 Mrd.	2,2 Mrd.	2,2 Mrd.	2,2 Mrd.
Bier	Produkte insgesamt	8,9 Mrd.	9 Mrd.	9,1 Mrd.	9,2 Mrd.	9,3 Mrd.
	Kanadische Produkte	7,5 Mrd.	7,5 Mrd.	7,5 Mrd.	7,6 Mrd.	7,5 Mrd.
Apfelwein, und andere alkoholische Erfrischungsgetränke	Produkte insgesamt	0,75 Mrd.	0,83 Mrd.	0,94 Mrd.	0,96 Mrd.	1,11 Mrd.
	Kanadische Produkte	0,47 Mrd.	0,53 Mrd.	0,62 Mrd.	0,68 Mrd.	0,84 Mrd.

Quelle: Statistics Canada (2020). Eigene Darstellung.⁴⁶

Obwohl das Verkaufsvolumen der in Kanada produzierten alkoholischen Getränke über die letzten Jahre eher gleichbleibend war, stieg der Verkaufswert stetig an (vgl. Tabelle 10). Im Zeitraum 2014/2015 wurden noch alkoholische Waren im Wert von 12,6 Mrd. CAD verkauft und in 2018/2019 waren es bereits 13,3 Mrd. CAD. Ein leichter Anstieg des Verkaufswertes

⁴⁶ Statistics Canada (2020): "Table 10-10-0011-01 Value of sales of alcoholic beverages of liquor authorities and other retail outlets, by beverage type (x 1,000)", unter <https://www150.statcan.gc.ca/t1/tbl1/en/tv.action?pid=1010001101&pickMembers%5B0%5D=1.1&pickMembers%5B1%5D=2.2&cubeTimeFrame.startYear=2014+%2F+2015&cubeTimeFrame.endYear=2018+%2F+2019&referencePeriods=20140101%2C20180101>, aufgerufen am 07.09.2020.

4. Alkoholische Getränke in Kanada

ist auch bei den Produkten Wein und Spirituosen zu beobachten. Im Bereich der alkoholischen Erfrischungsgetränke ist analog zu den stark steigenden Verkaufsvolumen ein starker Umsatzanstieg zu beobachten. Lediglich das Segment Bier verzeichnet eher gleichbleibende Verkaufszahlenentwicklungen.

4.2.1 Vorstellung einheimischer Marktführer und Marken

Der steigende Verkaufswert bei gleichbleibendem Volumen ist teilweise auf den Verbrauchertrend hin zum Verzehr von Produkten im oberen Preissegment zurückzuführen. Hier führen die höheren Preise bei weniger Volumen auch zu einer größeren Gewinnspanne. Im Bereich Bier liegen die großen kanadischen Marken Labatt, Molson Coors und Sleeman heute in der Hand großer internationaler Konzerne.⁴⁷ Die einzige große kanadische Brauereikette ist Moosehead. Diese Marken haben sich zusehens auf den Vertrieb von „american light ales“ konzentriert, was vor einigen Jahren zu erheblichen Einbußen in der Qualität der Getränke geführt hat. Viele gastronomische Einrichtungen und Privatleute haben begonnen, sogenannte „micro breweries“ aufzubauen und Biere im Bereich des Craft Biers zu brauen. Diese Entwicklung hat den Abwärtstrend der Bierverkäufe aufgefangen und eine Entwicklung hin zur Produktion von hochwertigen und abwechslungsreichen Biermarken angestoßen.

Die Weinmarken sind bei Weitem vielfältiger als die Biermarken und es gibt hier keinen klaren Marktführer unter den Winzern. Momentan liegt der Vidal Blanc, allgemein bekannt als Vidal, stark im Trend. Die Vidal-Hybride ist eine Kreuzung zwischen der französischen Ugni Blanc und Rayon d'Or und kann aufgrund ihrer Winterhärte auch den kanadischen Winter überstehen. Des Weiteren ist der sogenannte „ice wine“, der aus Chardonnay oder Riesling gefertigt werden kann, momentan in Kanada angesagt.⁴⁸ Mit durchschnittlich 35 CAD pro Flasche ist dieser ein Weingetränk im oberen Segment, was den Trend hin zu hochwertigen Weingetränken unterstreicht.

Die wohl bekannteste Spirituosenmarke ist Crown Royal des kanadischen Mischkonzerns Seagram, die unterschiedliche Whiskysorten produziert. Seagram produziert ebenfalls unter der Marke Captain Morgan gewürzte Rumgetränke, die teilweise auch als Mischgetränke erhältlich sind. Zudem ist momentan der sogenannte Yukon Jack stark angesagt. Hierbei handelt es sich um einen mit Honig veredelten Whisky, der mit Gewürzen wie Vanille weiter veredelt wurde. Yukon Jack wird in Valleyfield, Quebec, hergestellt, während die Marke im Besitz der Sazerac Company ist. Des Weiteren wird die Spirituosenindustrie von Whiskymarken wie Black Velvet, Pendleton und Canadian Mist angeführt. Aber es werden auch andere

⁴⁷ Kanada.org (2020): „Bier aus Kanada“, unter <https://www.kanada.org/bier-aus-kanada.php>, aufgerufen am 07.09.2020.

⁴⁸ Kanada.org (2020): „Wein in Kanada“, unter <https://www.kanada.org/wein-aus-kanada.php>, aufgerufen am 07.09.2020.

4. Alkoholische Getränke in Kanada

Spirituosen, wie Wodka von Alberta Pure und Antrim, sowie Gin von Gilbey's und Empress 1908 hergestellt.

4.2.2 Preisentwicklungen im kanadischen Markt für alkoholische Getränke

Die Preislevel in Kanada übersteigen in vielen Bereichen die Preise, die in Deutschland typisch sind. Besonders im Bereich der alkoholischen Getränke werden die Preise von den staatlich geführten Verkaufsmonopolen diktiert und sind somit eher Regulierungen als Wettbewerbsschwankungen unterlegen.

Tabelle 11: Verbraucherpreisindex Kanada jährliche Durchschnittswerte

Produkte und Produktgruppen	2015	2016	2017	2018	2019
Alle Produkte	1.266	1.284	1.304	1.334	1.360
Lebensmittel	1.405	1.426	1.427	1.453	1.502
Unterkunft	1.337	1.358	1.381	1.409	1.445
Betrieb Einrichtung und Ausstattung von Haushalten	1.197	1.217	1.219	1.232	1.236
Bekleidung und Schuhe	946	944	937	945	961
Verkehrsmittel	1.265	1.279	1.329	1.391	1.415
Treibstoffe	1.534	1.442	1.612	1.815	1.705
Gesundheit und Gesundheitsfürsorge	1.205	1.222	1.243	1.259	1.274
Erholung Bildung und Lesen	1.094	1.113	1.140	1.153	1.168
Alkoholische Getränke Tabakwaren und Freizeit-Cannabis	1.520	1.568	1.611	1.679	1.711
Alle Posten ohne Lebensmittel und Energie	1.212	1.235	1.255	1.279	1.305
Alle Posten mit Ausnahme von Energie	1.246	1.269	1.285	1.310	1.340
Energie	1.495	1.450	1.527	1.629	1.593
Waren	1.168	1.179	1.189	1.211	1.227
Dienstleistungen	1.364	1.389	1.420	1.458	1.492

Quelle: Statistics Canada (2020). Eigene Darstellung.⁴⁹

Die wachsenden Haushaltsausgaben in Kanada sind in gewissem Maße auch mit einem deutlichen Preisanstieg verbunden. Der Verbraucherpreisindex bezieht sich immer auf eine bestimmte Dienstleistungs- oder Produktgruppe und beschreibt die durchschnittliche Veränderung des Preisniveaus. Tabelle 11 zeigt, dass der Verbraucherpreisindex in der Kategorie alle Produkte von 2015 – 2019 um fast 10 Punkte gestiegen ist. Ähnlich ist die Situation bei der

⁴⁹ Statistics Canada (2020): "Table 18-10-0005-01 Consumer Price Index, annual average, not seasonally adjusted", unter <https://www150.statcan.gc.ca/t1/tbl1/en/cv.action?pid=1810000501>, aufgerufen am 07.09.2020.

4. Alkoholische Getränke in Kanada

Kategorie Lebensmittel, die einen vergleichbaren Anstieg verzeichnen kann. Da Kanada trotz beträchtlicher Eigenproduktion einen großen Teil der Lebensmittel importiert, ist der Preisanstieg hier auch eine Folge der international steigenden Preise in dieser Kategorie. In der Kategorie alkoholische Getränke und Tabakwaren und Freizeit-Cannabis ist mit knapp 20 Punkten Steigerung von 2015 – 2019 eine noch stärkere Preissteigerung zu beobachten (vgl. Tabelle 11).

Tabelle 12: Verbraucherpreisindex alkoholischer Getränke in Kanada jährliche Durchschnittswerte

Ausgewählte Produkte und Produktgruppen	2015	2016	2017	2018	2019
Alle Produkte	1.266	1.284	1.304	1.334	1.360
Alkoholische Getränke	1.227	1.247	1.264	1.290	1.307
In lizenzierten Einrichtungen servierte Alkoholische Getränke	1.351	1.375	1.396	1.433	1.459
In lizenzierten Einrichtungen ausgeschenktes Bier	1.407	1.431	1.449	1.490	1.519
In lizenzierten Einrichtungen ausgeschenkter Wein	1.228	1.251	1.268	1.284	1.290
In lizenzierten Einrichtungen ausgeschenkte Spirituosen	1.351	1.375	1.403	1.450	1.485
In Geschäften gekaufte alkoholische Getränke	1.171	1.189	1.206	1.226	1.242
In Geschäften gekauftes Bier	1.238	1.259	1.292	1.316	1.333
In Geschäften gekaufter Wein	1.066	1.082	1.078	1.098	1.110
In Geschäften gekaufte Spirituosen	1.161	1.176	1.195	1.210	1.226

Quelle: Statistics Canada (2020).⁵⁰

Im Segment der alkoholischen Getränke kam es in den Jahren 2015 – 2020 ebenfalls zu einem Preisanstieg. In Tabelle 12 ist zu sehen, dass die Preise für alkoholische Getränke in lizenzierten Einrichtungen wie z. B. Bars und Restaurants in diesem Zeitraum weniger stark gestiegen sind als die Preise der in Geschäften gekauften Getränke. Die Preisgestaltung in diesen beiden Kategorien funktioniert fundamental unterschiedlich, da die Preise, der in lizenzierten Einrichtungen verkauften alkoholischen Getränken, von privaten Unternehmen und Betrieben gesetzt werden und freien marktwirtschaftlichen Bedingungen unterliegen. In den meisten Provinzen läuft der Laden-Verkauf von alkoholischen Getränken hingegen über staatlich kontrollierte Monopole, die keine Konkurrenz in ihren Gebieten haben und somit Preise freier

⁵⁰ Statistics Canada (2020): "Table 18-10-0004-10 Consumer Price Index, monthly, percentage change, not seasonally adjusted, Canada, provinces, Whitehorse and Yellowknife - Alcoholic beverages, tobacco products and recreational cannabis", unter <https://www150.statcan.gc.ca/t1/tbl1/en/tv.action?pid=1810000410>, aufgerufen am 07.09.2020.

4. Alkoholische Getränke in Kanada

bestimmen können. Dennoch werden die Preise hier primär von der Angebotsseite und somit den Herstellern bestimmt, die sich für einen Marktzugang somit unterbieten.

5. Branchenübersicht

Die Produktgruppen Bier und Wein haben die größten Anteile am Markt für alkoholische Getränke in Kanada. Der Marktanteil des Bierabsatzes fiel im Jahr 2019 zwar um 0,9 % gegenüber dem Vorjahr, aber dennoch machte Bier mit 39,7 % den größten Anteil aus. Im gleichen Zeitraum stieg der Marktanteil des Weinabsatzes um 0,4 % und machte 32,4 % des Gesamtabsatzes an alkoholischen Getränken aus. Der Absatz von Spirituosen betrug im Jahr 2019 ungefähr 23,7 %. Der Rest entfällt dabei auf alkoholische Erfrischungsgetränke wie Cider Perry und Reiswein, welche in Kanada immer mehr an Popularität gewinnen. Die Einnahmen auf dem kanadischen Markt für alkoholische Getränke belaufen sich im Jahr 2020 auf 34,43 Mio. USD. Es wird erwartet, dass der Markt von 2020 – 2023 jährlich um 7,7 % wachsen wird. Bezogen auf die Gesamtbevölkerung wird im Jahr 2020 pro Person ein Umsatz von 912,24 USD erwirtschaftet. Seit 2010 wuchs das On-Trade Segment in Kanada stetig, bis es im Jahr 2019 einen Höchststand von fast 49 % gegenüber dem Off-Trade Segment erreicht hatte. Wegen der Ausgangsbeschränkungen, die aufgrund der Verbreitung des Coronavirus SARS-CoV-2 im Frühjahr 2020 verhängt wurden, ist das Off-Trade Segment wieder stark gestiegen. Da sich die Gastronomiebranche zusehends erholt, wird prognostiziert, dass das On-Trade Segment im Jahr 2023 wieder auf das Niveau von 2019 ansteigen wird.⁵¹

5.1 Bier

5.1.1 Struktur des Biermarktes

Der Verkauf von Bier hat einen erheblichen Einfluss auf die kanadische Wirtschaft. Die Zahlen des Conference Board of Canada zeigen, dass die Bierindustrie 149.000 Erwerbstätige, die ein Arbeitseinkommen von 5,3 Mrd. USD im Jahr erwirtschaften, beschäftigt. Somit trug sie im Jahr 2019 mit ca. 13,6 Mrd. USD zum kanadischen BIP bei. Im Jahr 2019 wurden 85 % des in Kanada konsumierten Bieres auch in Kanada gebraut.⁵²

Die kanadischen Brauereien brauen Bier, Ale, Malzlikör und alkoholfreies Bier. Die Brauindustrie stellt eine Vielzahl von Bieren her, darunter Lager-, Ale-, Porter- und Stout-Biere sowie Fass- und Saisonbiere. Der kanadische Biermarkt zeichnet sich dabei durch seine regionale Vielfalt aus. Aufgrund der unterschiedlichen kulturellen Einflüsse in den verschiedenen Provinzen haben sich regionale Hotspots für verschiedene Bierspezialitäten entwickelt. In Ontario wird beispielsweise oft nach deutsch-tschechisch-polnischem Stil gebrautes Bier produziert und vertrieben. Die in Kanada etablierten deutschen Braumeister haben auch Oktoberfeste etabliert und das Biertrinken während des Erntedankfestes populär gemacht. In den am Atlantik gelegenen Provinzen wird Bier üblicherweise nach britisch-irischem Vorbild gebraut.

⁵¹ Statistics Canada (2020): "Value of sales of alcoholic beverages of liquor authorities and other retail outlets, by beverage type (x 1,000)", unter <https://www150.statcan.gc.ca/t1/tbl1/en/tv.action?pid=1010001101>, aufgerufen am 14.09.2020.

⁵² Beer Canada (2020): "2020 Industry Trends", unter <https://industry.beercanada.com/statistics>, aufgerufen am 14.09.2020.

5. Branchenübersicht

Die einzige Ausnahme ist Quebec, welches oft die vielfältigen belgischen Biere zum Vorbild nimmt. Das am Pazifik gelegene Britisch-Kolumbien ist dafür bekannt, von den Traditionen im Bierbrauen abzusehen und Biere mit außergewöhnlichen Zutaten wie Früchten und Hanf zu brauen. An diesen regionalen Produktionsschwerpunkten lassen sich auch regionale Konsumpräferenzen ableiten. Somit gibt es gerade im bevölkerungsreichsten Bundesstaat Ontario, aber auch in den Staaten Alberta und Manitoba gute Chancen für den Absatz von nach deutschem Vorbild gebrauten Bier.⁵³

Der Bierabsatz ist im letzten Steuerjahr 2018/2019 gegenüber dem Vorjahr um 2,0 % auf insgesamt 9,4 Mrd. USD gestiegen. Somit liegt das Wachstumstempo nach einem kurzen Einbruch wieder auf dem Höchststand von den Jahren 2014/2015. Die Bierprodukte hatten in diesem Zeitraum den größten Marktanteil im Territorium Nunavut am Gesamtabsatz alkoholischer Getränke, wo es mit 66,1 % den Markt beherrscht. Den niedrigsten Anteil hatte Bier in Britisch-Kolumbien, wo es allerdings dennoch auf stolze 33,1 % des Marktanteils gekommen ist. Gemessen am Volumen ging der Bierabsatz im Jahr 2018/2019 gegenüber dem Vorjahr um 0,3 % auf 2,2 Mrd. l zurück. Wird mit 341 ml-Flaschen mit 5 % Alkoholgehalt gerechnet, entspricht das Verkaufsvolumen umgerechnet 4,1 Flaschen Bier, die pro Woche pro Person über dem in Kanada gesetzlich vorgeschriebenen Trinkalter verkauft werden.⁵⁴

Die Bierindustrie in Kanada hat im Jahr 2019 einen Umsatz von 6,1 Mrd. USD und somit einen Gesamtprofit von 2,3 Mrd. USD erwirtschaftet. Insgesamt gibt es in der Brauereibranche in Kanada 972 Unternehmen. Von 2014 – 2019 ist die Branche jährlich um 1,6 % gewachsen und soll bis 2024 mit 1,2 % weiterwachsen. Im Jahr 2019 hatte “The Molson Coors Brewing Company” über 33,3 % des Marktanteils am Biermarkt. Molsen Coors vertreibt auch die wichtigste und die am schnellsten wachsende Marke in Canada: Bud Light. Molsen Coors, gefolgt von Anheuser-Busch InBev SA/NV mit einem Marktanteil von 16,5 %.⁵⁵

Im Jahr 2019 ist die Zahl der Brauanlagen gegenüber dem Vorjahr um 12,9 % von 995 auf ein Allzeithoch von 1.123 angestiegen. Das bedeutet, dass auf nationaler Ebene 3,7 Brauereien auf 100.000 Erwachsenen im Trinkalter kommen. Aber auch wenn in Kanada immer mehr Brauereien eröffnet werden, stellen diese nur bedingt eine Konkurrenz für importierende Betriebe dar. Es handelt sich beim Großteil der kanadischen Brauereien um kleine, lokale Betriebe, von denen 94 % weniger als 15.000 hl Bier herstellen. Diese Entwicklung spiegelt den Trend zum Verzehr von lokalem Craftbier wieder. Die meisten Brauereien im Vergleich zur Bevölkerung liegen in den westlichen Provinzen New Brunswick mit 9,5 Brauereien pro

⁵³ The Canadian Encyclopedia (2018): “German Canadians”, unter <https://www.thecanadianencyclopedia.ca/en/article/german-canadians>, aufgerufen am 14.09.2020.

⁵⁴ Statistics Canada (2020): “Value of sales of alcoholic beverages of liquor authorities and other retail outlets, by beverage type (x 1,000)”, unter <https://www150.statcan.gc.ca/t1/tbl1/en/tv.action?pid=1010001101>, aufgerufen am 14.09.2020.

⁵⁵ IBIS World (2019): “IBISWorld Industry Report 31212CA. Breweries in Canada”, unter <https://www.ibisworld.ca/reports/reportdownload.aspx?cid=124&rtid=101>, aufgerufen am 14.09.2020.

5. Branchenübersicht

100.000 Erwachsene im Trinkalter, gefolgt von den Prinz Edward Islands mit 8,0 und Nova Scotia mit 7,5. Manitoba kommt hingegen mit 1,5 Brauereien pro 100.000 Erwachsene im Trinkalter auf die niedrigste Rate. Somit kann man bereits abschätzen, dass der Trend zum Craftbier in den westlichen Inselstaaten sehr stark ist und in den inländischen Provinzen eher importiertes oder von großen Brauereien hergestelltes Bier verzehrt wird. Außerdem stieg die inländische Produktion im Jahr 2019 um 4,2 % auf 22,5 Mio. hl, doch der Absatz von national erzeugtem Bier fiel im gleichen Zeitraum um 3,0 %. Betrachtet man die Absatzaufteilung, so ging der inländische Bierabsatz gegenüber dem Vorjahr um 3,9 % zurück. Der Absatz von Importbier ist hingegen im Jahr 2019 um 1,5 % gestiegenen, was den positiven Trend für ausländische Biersorten unterstreicht.⁵⁶

5.1.2 Verbrauchsentwicklung Bier

Im Jahr 2019 konsumierten Kanadier durchschnittlich 71,2 l Bier, was einem Rückgang von 4,6 % gegenüber 2018 entspricht. Nach Provinzen hatte Neufundland mit 87,4 l Bier den höchsten Pro-Kopf-Verbrauch. Überraschenderweise steht das für seinen Wein bekannte Quebec mit 80,5 l Pro-Kopf an zweiter Stelle, dicht gefolgt von den Prinz Edward Islands mit 76,7 l. Die bevölkerungsreichste Provinz Ontario hatte mit 66,1 l den niedrigsten Pro-Kopf-Verbrauch im Vergleich zu den anderen kanadischen Provinzen. Seit einigen Jahren geht der Trend in Kanada weg vom Flaschenbier und hin zum Dosenbier. Auch im Jahr 2019 stieg der nationale Dosenabsatz um 1,6 %, während der Flaschenabsatz um ganze 13,1 % und der Fassabsatz um 3,9 % zurückging. Insgesamt macht das Dosenbier mittlerweile über 65 % des landesweiten Bierabsatzes aus. Flaschenbier hat lediglich noch einen Anteil von 25 % und Bier aus Fässern liegt bei 10 %. Dies ist ein scharfer Gegensatz zu der Situation vor gut 5 Jahren, als Flaschen noch ganze 40 % des nationalen Bierabsatzes ausgemacht haben.⁵⁷

Wichtig zu erwähnen ist das wachsende Interesse an lokalen und Premium-Produkten. Diese Trends gehen über das traditionelle Craftbier hinaus und schließen mittlerweile auch handwerklich hergestellte Apfelweine, Spirituosen und Magenbitter mit ein. Die Gründungen der Artisan Distillers Canada und der Canadian Craft Brewers Association im Jahr 2019 unterstreichen diesen Trend. Hier wird mittlerweile sogar das Independent Craft Seal of Authenticity ausgegeben, dass die Authentizität unabhängiger Braubetriebe herausstellen soll. Somit haben besonders kleine Herstellerbetriebe gute Chancen bei den kanadischen Verbrauchern zu punkten.⁵⁸

⁵⁶ Beer Canada (2020): "2020 Industry Trends", unter <https://industry.beercanada.com/statistics>, aufgerufen am 14.09.2020.

⁵⁷ Beer Canada (2020): "National Overview", unter <https://industry.beercanada.com/national-overview>, aufgerufen am 14.09.2020.

⁵⁸ Foodservice and Hospitality (2020): "Examining Top Beverage Trends For the Coming Year", unter <https://www.foodserviceandhospitality.com/examining-top-beverage-trends-for-the-coming-year/>, aufgerufen am 14.09.2020.

5.2 Wein

5.2.1 Struktur des Weinmarktes nach Wert/Menge Entwicklungsprognosen und Trends

Die kanadischen Weinkellereien stellen Wein oder Branntwein aus Trauben oder anderen Früchten her. Kanadischer Wein ist international vor allem für seine Icewines und zunehmend auch für Tafelweine aus kühlem Klima bekannt. Kanada ist ein Weinbauland mit kühlem Klima wie Neuseeland, Nordfrankreich, Italien und Deutschland. Die Qualität kann von Jahrgang zu Jahrgang sehr unterschiedlich sein, wie es in Bordeaux oder Burgund der Fall ist. Obwohl die kanadische Weinindustrie im weltweiten Vergleich kein bedeutender Produzent ist, erzeugt sie wesentliche wirtschaftliche Aktivitäten. Der Sektor schafft sowohl direkte als auch indirekte Beschäftigung durch landwirtschaftliche Produktion, Fertigung und Tourismus. Darüber hinaus ist Kanada einer der weltweit größten Produzenten von Eiswein, einem hochwertigen Luxusartikel, der als Vorzeigeprodukt der kanadischen Weinexporteure gilt.

Die Herstellung und der Verkauf von alkoholischen Getränken fällt in die Zuständigkeit der Provinzen, was bedeutet, dass die Weinbestimmungen von Provinz zu Provinz unterschiedlich sind. Es wurde jedoch eine nationale Herkunftsbezeichnung geschaffen, die Vintners Quality Alliance (VQA), ähnlich den Weinbestimmungen in den europäischen Weinbauländern. Die nationalen VQA-Regelungen legen Mindeststandards für die Produktion fest und grenzen die Weinanbaugebiete ab. In Ontario und Britisch-Kolumbien sind die VQA-Vorschriften für die Weinproduktion etwas strenger. Die wichtigsten Bestimmungen besagen, dass Weine zu 100 % in dem ihnen zugewiesenen Weinbaugebiet angebaut werden müssen und dass für bestimmte Rebsorten Mindestzuckerwerte festgelegt sind. Um das VQA-Siegel zu erhalten (VQA muss auf dem Flaschenetikett beigefügt sein), müssen die Weine sowohl von einem Labor als auch von einem unabhängigen Gremium getestet werden, um ihre allgemeine Qualität und Sortenintegrität sicherzustellen.⁵⁹ Im vergangenen Steuerjahr 2018/2019 stiegen die Weinverkäufe um 0,2 % auf 7,5 Mrd. CAD an. Dies ist der niedrigste Anstieg seit der ersten Aufzeichnung von Alkoholverkäufen im Jahr 1950.⁶⁰

⁵⁹ The Canadian Encyclopedia (2015): "Wine Industry", unter <https://www.thecanadianencyclopedia.ca/en/article/wine-industry>.

⁶⁰ Statistics Canada (2020): "Value of sales of alcoholic beverages of liquor authorities and other retail outlets, by beverage type (x 1,000)", unter <https://www150.statcan.gc.ca/t1/tb11/en/tv.action?pid=1010001101>, aufgerufen am 16.09.2020.

5. Branchenübersicht

Tabelle 13: Prozentuale Veränderung des Weinabsatzes nach Wert, Volumen und Provinz, 2018/2019

	Veränderung im Verkaufswert	Veränderung im Verkaufsvolumen
Newfoundland und Labrador	-5,2	-4,6
Prince Edward Island	-2,2	-1,4
Nova Scotia	-1,1	-2,7
New Brunswick	0,0	-1,9
Quebec	0,2	-2,0
Ontario	0,3	-3,7
Manitoba	-2,8	-3,9
Saskatchewan	-0,6	0,2
Alberta	0,4	-1,3
British Columbia	0,8	-1,8

Quelle: Statistics Canada (2020).

In Tabelle 13 ist zu sehen, dass der Wert der Weinverkäufe in 5 Provinzen rückläufig war. In New Brunswick gab es keine Veränderung und auch in den 4 Provinzen, die einen Anstieg des Verkaufswertes verzeichnet haben, verlief die Veränderung marginal. Die verkaufte Menge an Weinprodukten ist in allen Provinzen zurückgegangen. Aber auch wenn die Verkaufszahlen kein großes Wachstum zeigen, verändert sich der bestehende Markt ständig unter dem Druck, neue Marken und Weinsorten anbieten zu müssen. Da dieser Druck von lokalen Winzern nicht komplett aufgefangen werden kann, stehen die Chancen für ausländische Produkte gut. Vor allem in der Provinz Quebec, wo Wein mit 43,3 % des Gesamtumsatzes an alkoholischen Getränken im Jahr 2018/2019 den größten Marktanteil gehalten hat. In Saskatchewan war dieser Anteil mit 15,0 % am niedrigsten.⁶¹

Der Verkauf von Rotwein hatte mit 53,7 % den größten Anteil des Weinabsatzes im Steuerjahr 2018/2019 in ganz Kanada. Weißweine hatten einen Anteil von 33,1 % und Schaumwein 6,3 %. Rosé-, Likör- sowie andere Weine machten die restlichen Weinverkäufe aus. Im Jahr 2018/2019 war das Verkaufsvolumen der Weinverkäufe erstmals seit 1994 rückläufig. Das Verkaufsvolumen fiel allerdings nur um 2,5 % auf insgesamt 506 Mio. l zurück. Rechnet man mit einem Glas von 142 ml mit 12 %-igem Alkoholgehalt, entsprach die verkaufte Gesamtweinmenge in Kanada pro Woche pro Person über dem gesetzlichen Trinkalter 2,4 Gläsern.⁶²

⁶¹ Statistics Canada (2020) Value of sales of alcoholic beverages of liquor authorities and other retail outlets, by beverage type (x 1,000). <https://www150.statcan.gc.ca/t1/tbl/en/tv.action?pid=1010001101>, aufgerufen am 16.09.2020.

Statistics Canada (2020) Percentage change in wine sales by value, volume and province, 2018/2019. <https://www150.statcan.gc.ca/n1/daily-quotidien/200513/cg-a002-eng.htm>, aufgerufen am 16.09.2020.

⁶² Statistics Canada (2020): "Value of sales of alcoholic beverages of liquor authorities and other retail outlets, by beverage type (x 1,000)", unter

5. Branchenübersicht

In den vergangenen Jahren hat der Anbau von biologisch erzeugtem Wein in Kanada zugenommen. In Kanada wird Biowein aus zertifizierten ökologischen Trauben und regulierten Zusatzstoffen (z. B. nicht gentechnisch veränderten Hefen) hergestellt. Unter dem kanadischen Bio-Regime ist die Zertifizierung von Bio-Wein ein zweistufiger Prozess: Traubenanbau (Weinbau) wird als "Pflanzenproduktion" und Weinherstellung (das heißt Gärung, Abfüllung und so weiter) als "Verarbeitung" zertifiziert.

5.2.2 Verbrauchsentwicklung Wein

In Kanada steigen seit mehreren Jahren die Ausgaben pro Flasche Wein. In einer repräsentativen Umfrage im April 2020 gaben 25 % der Befragten an, dass sie normalerweise mehr als 16 CAD für eine Flasche Wein für einen informellen Anlass ausgeben würden. Dahingegen gaben 51 % an, dass sie mehr als 16 CAD für eine Flasche Wein für einen formellen oder gesellschaftlichen Anlass ausgeben würden. Diese Zahlen stehen den Ergebnissen von März 2019 gegenüber, wo 21 % der Befragten höherwertigen Wein für informelle und 49 % für formelle Anlässe ausgeben würden. Hier zeigt sich der starke Trend hin zu hochwertigen Weinprodukten und dem Verzehr von Wein bei besonderen Anlässen. Zudem gaben die Befragten an, dass Sie in dem aufgrund der Verbreitung des Coronavirus SARS-CoV-2 angeordneten Lockdown zur Zeit der Befragung keine Veränderung im Verhalten oder in den Anlässen zum Alkohol Konsum sehen würden.⁶³

Tabelle 14: Pro Kopf Verkauf von Wein in Kanada im Zeitvergleich

	2014 / 2015	2015 / 2016	2016 / 2017	2017 / 2018	2018 / 2019
Pro-Kopf-Umsatz	224,5 CAD	231.7 CAD	237.6 CAD	243.2 CAD	240.1 CAD
Absolutes Volumen für den Pro-Kopf-Umsatz	2.0 l	2.1 l	2.1 l	2.1 l	2.0 l

Quelle: Statistics Canada (2020). Eigene Darstellung.⁶⁴

Tabelle 14 zeigt, dass die kanadischen Konsumenten gewillt sind, immer mehr für Wein auszugeben. In den vergangenen Jahren ist das verkaufte Pro-Kopf-Volumen an Wein relativ gleichgeblieben. Dennoch ist der Pro-Kopf-Umsatz bis zum Jahr 2017/2018 stetig gestiegen.

<https://www150.statcan.gc.ca/t1/tbl1/en/tv.action?pid=1010001101>, aufgerufen am 16.09.2020.

⁶³ Wine Intelligence (2020): "Canadian Wine Drinkers Cut Back on Spend During Lockdown, Show Reluctance to Re-Engage With On-Premise Post-Lockdown", unter <https://www.wineintelligence.com/press-releases/press-release-canadian-wine-drinkers-cut-back-on-spend-during-lockdown-show-reluctance-to-re-engage-with-on-premise-post-lockdown/>, aufgerufen am 16.09.2020.

⁶⁴ Statistics Canada (2020): "Table 10-10-0010-01 Sales of alcoholic beverages types by liquor authorities and other retail outlets, by value, volume, and absolute volume", unter <https://www150.statcan.gc.ca/t1/tbl1/en/tv.action?pid=1010001001&pickMembers%5B0%5D=1.1&pickMembers%5B1%5D=3.3&cubeTimeFrame.startYear=2014+%2F+2015&cubeTimeFrame.endYear=2018+%2F+2019&referencePeriods=20140101%2C20180101>, aufgerufen am 16.09.2020.

Allein im Steuerjahr 2018/2019 ging der Pro-Kopf-Umsatz wieder etwas zurück. Kanadischer Wein ist international vor allem für seine „Icewines“ und zunehmend auch für Tafelweine aus kühlem Klima bekannt. Allerdings sind Eisweine auch innerhalb von Kanada beliebt und die Nachfrage steigt. Ebenso ließ sich in den vergangenen Jahren ein leichter Anstieg des Roséwein-Konsums feststellen, vor allem in Québec. Der Verbrauch von verschiedenen Schaumweinen steigt auch langsam, wobei auch gesagt werden muss, dass Rosé und Schaumweine insgesamt nur einen sehr niedrigen Marktanteil haben.

5.3 Spirituosen

5.3.1 Struktur des Spirituosenmarktes

Die kanadischen Brennereien destillieren Liköre oder mischen Likör und andere Zutaten zu neuen Getränken. Kanadische Brennereien stellen dabei eine Vielzahl von Spirituosen her, darunter kanadischen Whisky, Rum, Wodka, Gin, Liköre, Spirituosenkühler und einfachen Ethylalkohol. Über Jahrzehnte wurde der kanadische Spirituosenmarkt von wenigen großen Akteuren beherrscht. Ganz besonders traf dies auf die dominanten Whiskyhersteller wie zum Beispiel Seagram's, Canadian Club und vor allem Crown Royal zu. Heutzutage spielt die Massenproduktion von Whiskey immer noch eine große Rolle, doch mittlerweile drängen weitere Hersteller auf den Markt. Da die Aufhebung von prohibitiven Provinzgesetzen es einfacher macht, Spirituosen zu destillieren und zu verkaufen, etablieren sich Zusehens auch kleine Produzenten auf dem kanadischen Markt für Spirituosen. Beispielsweise führte Britisch-Kolumbien im Jahr 2013 eine unternehmerfreundliche Gesetzgebung ein, die zu einem Boom von Mikrobrennereien geführt hat. Im selben Jahr hob die Provinz Alberta, eine Verordnung auf, die von den Destillateuren verlangte, mindestens eine halbe Million Liter Spirituosen pro Jahr herzustellen, um eine Handelslizenz zu erhalten. Da die Nachfrage nach lokal hergestelltem Schnaps stieg, entstanden infolgedessen viele kleine Brennereien. Auch in Ontario wurden strenge Produktionsanforderungen aufgehoben. Seitdem sind über 25 kleine Brennereien in der Provinz entstanden. In Kanada erhält man Spirituosen nur in den offiziellen Liquor Stores der jeweiligen Provinz. Bier und Wein sowie ähnlich niedrigprozentige Getränke können hingegen auch in Beer and Wine Stores oder im Mitnehmverkauf von Pubs und Bars verkauft werden. Für das Betreten der Liquor Stores und den dortigen Alkoholverkauf gelten die jeweiligen Mindestalter-Bestimmungen.

Im Steuerjahr 2018/2019 stieg der kanadische Spirituosenumsatz gegenüber dem Vorjahr um 3,1 % auf 5,7 Mrd. USD an. In diesem Zeitraum stieg der Absatz kanadischer Spirituosen um 0,4 %, während der Absatz importierter Spirituosen um 5,5 % zunahm. Die wichtigste Spirituose war der in Kanada berühmte Whisky mit einem Marktanteil von 30,2 % im Jahr 2018/2019. Darauf folgend hatten Wodkaprodukte einen Anteil von 25,0 % und Rumprodukte einen Anteil von 15,6 %. Insgesamt stieg das Volumen der in Kanada verkauften Spirituosen

5. Branchenübersicht

tuosen im Jahr 2018/2019 um 1,4 % auf 174,3 Mio. l. Davon ausgehend, dass ein Glas mit Spirituosen 42 ml entspricht und 40 % an Alkoholgehalt vorweist, haben Personen über dem in Kanada gesetzlich vorgeschriebenen Trinkalter durchschnittlich 2,5 Gläser Spirituosen pro Woche zu sich genommen.⁶⁵

Tabelle 15: Marktanteile von Spirituosen in den kanadischen Provinzen 2018/2019

	Whisky	Wodka	Rum	Liköre	Gin	Andere Spirituosen
Kanada	30,2 %	25,0 %	15,6 %	13,8 %	5,7 %	9,7 %
Newfoundland und Labrador	27,3 %	16,4 %	43,4 %	8,9 %	2,4 %	1,6 %
Prince Edward Island	20,4 %	29,6 %	28,3 %	10,2 %	3,5 %	8,0 %
Nova Scotia	22,7 %	25,8 %	33,3 %	11,5 %	3,8 %	2,8 %
New Brunswick	28,5 %	23,1 %	24,0 %	15,9 %	4,3 %	4,1 %
Quebec	18,4 %	18,5 %	17,9 %	20,6 %	12,5 %	12,0 %
Ontario	35,1 %	24,9 %	12,1 %	11,4 %	4,5 %	12,0 %
Manitoba	36,8 %	26,0 %	17,6 %	11,6 %	3,8 %	4,3 %
Saskatchewan	32,4 %	29,3 %	18,2 %	11,8 %	2,6 %	5,8 %
Alberta	29,9 %	27,4 %	16,2 %	16,9 %	3,9 %	5,6 %
British Columbia	29,3 %	27,9 %	12,3 %	12,8 %	6,3 %	11,3 %
Yukon	30,9 %	31,2 %	12,1 %	15,2 %	5,0 %	5,5 %
Northwest Territories	15,3 %	56,2 %	11,6 %	7,0 %	2,4 %	7,5 %
Nunavut	37,1 %	31,2 %	19,4 %	7,8 %	1,5 %	3,0 %

Quelle: Statistics Canada (2020).⁶⁶

Tabelle 15 zeigt, wie unterschiedlich sich die Marktanteile verschiedener Spirituosenprodukte in den kanadischen Provinzen verteilen. Im nationalen Vergleich sind Whisky und Wodka die wichtigsten Produkte. Diese Verteilung findet sich ebenfalls grob in den Provinzen Ontario Manitoba, Saskatchewan, Alberta und British Columbia wieder. In Quebec hingegen haben besonders Liköre einen großen Marktanteil und Rum, Wodka sowie Whisky haben einen ähnlich hohen Anteil von ca. 18 %. Außerdem wird hier außergewöhnlich viel Gin im Gegensatz

⁶⁵ Statistics Canada (2020): "Table 10-10-0013-01 Sales of alcoholic beverages by liquor authorities and other retail outlets, by type of outlet (x 1,000)", unter <https://www150.statcan.gc.ca/t1/tb11/en/tv.action?pid=1010001301>, aufgerufen am 17.09.2020.

⁶⁶ Statistics Canada (2020): "Market share of spirits by type and geography, 2018/2019", unter <https://www150.statcan.gc.ca/n1/daily-quotidien/200513/cg-a004-eng.htm>, aufgerufen am 17.09.2020.

5. Branchenübersicht

zu den anderen Provinzen verkauft. In Newfoundland und Labrador sowie in Nova Scotia nimmt der Rum eine besondere Stellung ein und auf dem Prince Edward Island teilen sich Rum, Wodka und Whisky gleich große Marktanteile. Da Spirituosen nur gezielt an die Liquor Boards der Provinzen verkauft werden können, kann anhand dieser Tabelle grob eingeschätzt werden, wo welche Art von Produkt am meisten nachgefragt wird. So ist die Provinz Quebec für den Verkauf von Whisky nicht unbedingt die chancenreichste Provinz, aber Gin und Likör lassen sich hier im Vergleich mit den anderen Provinzen sehr gut verkaufen.

5.3.2 Verbrauchsentwicklung Spirituosen

Seit dem Jahr 2018 steigen die Spirituosenverkäufe in Kanada wieder stark an. Aufgrund des wachsenden Gesundheitsbewusstseins wächst in der kanadischen Bevölkerung die Vorliebe nach Getränken, die Ihnen einen bewussten Genuss ermöglichen. So steigt momentan vor allem die Nachfrage nach Mischgetränken, durch die der hochprozentige Alkohol nur in Teilen enthalten ist. Dies betrifft den Verkauf von Cocktails und anderen Mischgetränken wie Gin und Tonic. Folglich werden Spirituosen nun auch vermehrt als Zutat verkauft und mit anderen alkoholischen sowie nicht-alkoholischen Getränken in Verbindung gebracht. Zudem verzeichnet das ursprünglich eher kleine Segment der vorgemixten und ready-to-drink Getränke seit dem Jahr 2018 einen Anstieg im Verkaufsvolumen von 20 % im Jahr. Von diesem Trend hin zum Verzehr von alkoholischen Mischgetränken profitieren besonders die Produzenten von Gin und Tequila. Diese Produkte wurden früh gezielt mit unterschiedlichen Sodas und Säften zusammen vermarktet und haben deshalb bereits einen Vorteil, wenn es um ihre Verwendung als Zutat geht. Aber selbst die für gewöhnlich in purer Form konsumierten Whiskyprodukte werden in Kanada zunehmend in Cocktails und zusammen mit Erfrischungsgetränken konsumiert. Das momentan am stärksten wachsende Spirituosengetränk auf dem kanadischen Markt ist Aperol, welches traditionell als Mischgetränk getrunken wird.⁶⁷

Im starken Gegensatz zum vermehrten Verzehr von Mischgetränken steht der Trend zu sogenannten Craft-Getränken. Im Bereich des Bieres ist dieser Trend schon seit längerem bekannt, aber auch bei Spirituosen wird vermehrt darauf geachtet, ob es sich um ein im groben Sinne handwerklich destilliertes Produkt handelt. In den Craft-Getränken vereinen sich der Wunsch nach Ursprünglichkeit und Vielseitigkeit. Kleine Destillieren, die besondere und einzigartige Produkte anbieten, erleben eine besonders große Nachfrage nach ihren Produkten.⁶⁸ Der Trend hat sich mittlerweile soweit etabliert, dass es in Kanada immer beliebter wird, alkoholische Getränke und auch Spirituosen selbst herzustellen. Unter dem Namen Homebrew-Experimente wächst die Nachfrage nach Selbstbrau- und Destillierkits, die es erlauben, sich auf einfachem Wege selbst ein individuelles Getränk herzustellen. Da die Verbraucher nach

⁶⁷ Spirits Canada (2020): "Industry Stats", unter <https://www.spiritscanada.ca/industry-stats>, aufgerufen am 17.09.2020.

⁶⁸ The Spirit Business (2019): "Biggest spirits trends in North America", unter <https://www.thespiritsbusiness.com/2019/09/biggest-spirits-trends-in-north-america/>, aufgerufen am 17.09.2020.

5. Branchenübersicht

Differenzierung streben, sind die traditionellen Kategorien hingegen eher gesättigt, insbesondere durch die Zunahme von Kleinchargen-Destillateuren. Es wird prognostiziert, dass die Innovation in der Branche von Produkten ausgeht, die neue eigene Kategorien definieren. Ein Beispiel hierfür ist der italienische Likör Italicus, ein italienischer Likör, der vor 2 Jahren auf dem kanadischen Markt eingeführt wurde und seitdem ein rasantes Wachstum erlebt hat. Ebenso hat es sich bei dem Likör Cadello verhalten, der aus acht Zutaten zusammengemischt wird und sich somit klar von anderen Getränken in der Kategorie abgrenzt. Diese brandneuen Luxusanbieter auf dem Markt sprechen die steigende Nachfrage nach etwas Neuem und Hochwertigem an.⁶⁹

So zeigt sich, dass Qualität die Quantität in dieser Branche abgelöst hat. Die kanadischen Verbraucher wollen zwar insgesamt weniger Alkohol trinken, aber trotzdem den alkoholischen Genuss in ihren Getränken haben. Eigentlich müssten die Steuersätze für hochwertige Getränke und Alkohol das verfügbare Einkommen der Kanadier übersteigen. Doch aufgrund der genannten Trends gibt es dennoch eine große Bereitschaft, etwas mehr für eine vernünftige Menge an höherwertigen alkoholischen Getränken auszugeben. So wird prognostiziert, dass Premium- und Luxusspirituosen die Hauptwachstumsbereiche auf dem Spirituosenmarkt sein werden.

⁶⁹ Canadian Packing (2019): "How 'craft' is driving key trends in the alcoholic drinks market", unter <https://www.canadianpackaging.com/features/how-craft-is-driving-key-trends-in-the-alcoholic-drinks-market/>, aufgerufen am 17.09.2020.

5.4 SWOT Analyse

Tabelle 16: SWOT Analyse

Strengths (Stärken)	Weaknesses (Schwächen)
<ul style="list-style-type: none"> • Stabiler Markt mit guter Binnennachfrage • Kaufkräftige Bevölkerung mit ausgeprägtem Konsumverhalten und Vorliebe für Vielfalt • Stabiles Regierungs-, Banken- und Rechtssystem • Kein Zahlungsrisiko im staatlich kontrollierten Alkoholmarkt. • Die Nachfrage nach alkoholischen Produkten steigt. • Der Anteil an importierten Waren steigt. 	<ul style="list-style-type: none"> • Starke Regulierung des Marktes für alkoholische Getränke • Abhängigkeit von lizenzierten Agenturen • Hoher bürokratischer Aufwand und uneinheitliche Regulierungen • Starke regionale Unterschiede zwischen den Provinzen • Hohe Steuern
Opportunities (Chancen)	Threats (Risiken)
<ul style="list-style-type: none"> • Relativ wohlhabende Verbraucher, die sich in großen Ballungsgebieten konzentrieren • Starke Nachfrage nach natürlichen, biologischen, Feinschmecker- und Spezialgetränken • Hohe Nachfrage nach Innovation • Ein Fokus auf deutsche Produkte in manchen Regionen 	<ul style="list-style-type: none"> • CETA ist noch nicht von allen teilnehmenden Ländern ratifiziert • In Kanada liegen lokale Craft-Produkte im Trend • Platzierungen müssen gewonnen werden und sind in der Regel keine Verhandlungssache. • Der Markt ist stark mit dem US-amerikanischen Markt verflochten

Quelle: Eigene Darstellung.

6. Vertriebsstrukturen

6.1 Der Verkauf von alkoholischen Getränken in Kanada

Der kanadische Markt für alkoholische Getränke ist staatlich reguliert und folgt einem unumgänglichen Schema. Jede Provinz und jedes Territorium verfügt über ein eigenes staatlich kontrolliertes Liquor Control Board, das alkoholische Getränke einkauft und auf 4 verschiedenen Wegen verkauft (vgl. Tabelle 16.). Liquor Boards sind ein staatliches Monopol für den Import und den Verkauf von alkoholischen Getränken. Weil die Monopole nicht direkt mit den in- und ausländischen Alkoholproduzenten verhandeln wollen, gibt es sogenannte Agenturen (Certified Agents) die durch eine Lizenz als Vermittlungsbefugte zwischen den Herstellern und dem staatlichen Verkaufsmonopol agieren können. Bevor ein Produkt in den staatlichen Alkoholgeschäften gelistet werden kann, muss erst ein Kontakt zu den zertifizierten Agenten hergestellt werden. Wie auch die staatlichen Liquor Boards können lizenzierte Agenturen lediglich in der Provinz agieren, in der Sie ansässig sind. Wenn eine Agentur in weiteren Provinzen tätig sein möchte, muss eine weitere Lizenz beantragt und ein fester Standort angemeldet werden. Eine Liste der Agenten wird in Kapitel 8 bereitgestellt. Die aktuellen Importbedingungen werden exklusiv an die Agenten übermittelt, die wiederum alle wichtigen Informationen an ihre Klienten weiterleiten. Somit ist der erste und einzige Schritt, der von einem alkohol-vertreibenden Unternehmen genommen werden muss, die Kontaktaufnahme mit einem geeigneten Agenten. Alles Weitere wird mit den Agenten geregelt. Die Agentur bekommt dafür eine Kommission von 12 – 15 % und in seltenen Fällen bis zu 20 %. Allerdings wird diese Kommission nur bei Verkauf fällig.⁷⁰

Die Liquor Boards haben die Vorgabe, die Aufträge gleichmäßig zu verteilen. Somit werden nicht zwingend nur Produkte von den größeren Agenturen abgenommen. Es gibt also nicht per se bessere Verkaufschancen bei größeren oder teureren Agenturen. Große Unternehmen mit vielen Produkten sollten sich eher an größere Agenturen wenden, da diese die Kapazitäten haben, um viele verschiedene Produkte zu vermarkten. Für kleine Unternehmen mit wenigen Produkten und vielen exklusiven Artikeln eignen sich eher kleine Agenturen, die mehr Zeit in wenige besondere Produkte investieren können. Es ist auch für ausländische Firmen möglich eine lizenzierte Agentur vor Ort zu eröffnen, allerdings muss sich diese externe Agentur erst gegenüber anderen Agenten etablieren. Deshalb ist dieses Vorgehen nur für sehr große Produzenten, die ein festes und langfristiges Interesse am kanadischen Markt haben, zu empfehlen. Ansonsten gibt es die Möglichkeit, einen sogenannten Brand Ambassador in einer bestehenden Agentur einzusetzen. Dieser kann gezielt Produkte vermarkten und gleichzeitig auf die Erfahrung und den Status der Agentur zurückgreifen.

⁷⁰ Jadis, Y. (2020, 27. August). Persönliches Gespräch mit dem Hauptgeschäftsführer der Adexia als langjähriger Experte für den Vertrieb von alkoholischen Getränken in Ontario und Quebec, Berlin und Mississauga. [Eigenes Gesprächsprotokoll]. Export Alcohol (2020): "Import Procedures in Canada", unter <https://www.exportalcohol.com/importing/>, aufgerufen am 21.09.2020.

Tabelle 17: Vertriebsmöglichkeiten für alkoholische Produkte in Kanada

	Vertriebsweg	Beschreibung	Anwendung
1.	General Listings (Off-Trade)	Hierbei handelt es sich um eine dauerhafte Platzierung im Sortiment der staatlichen Alkoholgeschäfte. Diese Platzierung gilt für gewöhnlich für den Zeitraum eines Jahres und muss danach erneuert werden. Der Vertrieb wird über Agenten geregelt.	Dieser Vertriebsweg eignet sich für die Abnahme großer Mengen an alkoholischen Getränken. Es werden über das Jahr verteilt, je nach Bedarf bestimmte Mengen abgenommen. Es werden Produkte gesucht, die etwas Neues zum Markt hinzufügen, breiten Anklang finden und sich dadurch gut und über lange Zeit verkaufen lassen.
2.	Vintage Products (Off-Trade)	Auf diesem Vertriebsweg werden von den Liquor Boards gezielt Produkte eingekauft, um die Vielfalt ihrer Standardauswahl zu vergrößern. Es werden einmalig eine bestimmte Anzahl an Kisten, Fässern, Flaschen oder Dosen abgenommen und in gesonderten Aktionen verkauft. Es wird für gewöhnlich nicht nachbestellt. Der Vertrieb wird über Agenten geregelt.	Dieser Vertriebsweg eignet sich besonders für den gezielten Verkauf limitierter-, saisonaler-, oder Nischenprodukte. Hierbei müssen die Liquor Control Boards darauf achten, eine große Vielfalt und Abwechslung zu bieten. Somit haben neue, innovative und internationale Produkte hier besondere Chancen.
3.	Private Import (On Trade)	Kleine Restaurants und gastronomische Einrichtungen haben die Möglichkeit, kleine Mengen an ausgewählten Premiumprodukten über den privaten Import einzukaufen, um ein Alleinstellungsmerkmal herzustellen. Der Verkauf wird individuell mit der Gastronomie vereinbart und dann können die Restaurants die Produkte über die Liquor Boards bestellen. Der Vertrieb wird über Agenten geregelt oder direkt mit den Restaurants verhandelt.	Dieser Vertriebsweg eignet sich besonders für den Verkauf von Luxusprodukten und internationale Spezialitäten. Typischerweise werden eher kleinere Mengen abgenommen, doch nach Vereinbarung können auch Produkte nachbestellt werden.

6. Vertriebsstrukturen

	Vertriebsweg	Beschreibung	Anwendung
4.	Consignment (On Trade)	Als Alternative zu den Private Imports kann ein Liquor Board auch sogenannte Consignments veranlassen. Hier werden einige wenige Premiumprodukte vom Liquor Board eingekauft, die nicht in den Alkoholgeschäften gekauft werden können. Diese können von Restaurants und Bars dann in Exklusivverträgen vom Liquor Board eingekauft werden.	Dieser Vertriebsweg eignet sich für den sicheren Verkauf von wenigen Luxusprodukten. Sollte ein Consignment zustande kommen, werden die Produkte sicher vom Liquor Board abgenommen. Allerdings müssen die Produkte außergewöhnlich sein, um eine Platzierung zu bekommen.

Quelle: Eigene Darstellung, basierend auf Jadis (2020).

Wie in Tabelle 17 zu sehen, ist der Verkauf über die Liquor Boards, abgesehen vom Private Import, unumgänglich. Das hat verschiedenen Vor- und Nachteile. Der größte Vorteil ist vermutlich das nicht vorhandene Zahlungsrisiko. Sollte ein Produkt von den Liquor Boards ausgewählt werden, werden die vereinbarten Mengen mit absoluter Garantie abgenommen. Zusätzlich werden die Produkte „Ex Cellar“ bezahlt, was bedeutet, dass die Preise für die Kommission und den Transport gesondert gehandelt werden und somit der Produzent immer den vollen Preis für sein Produkt erhält. Auch die Agenturen müssen in der Regel erst bezahlt werden, wenn ein Verkauf zustande kommt. Somit haben die Produzenten von alkoholischen Getränken kein Risiko beim Einstieg in den Markt. Allerdings bedarf es unter Umständen viel Zeit und Geduld, um ein Produkt an den Markt zu bringen. Es kann 3 – 4 Jahre dauern, bis man eine Platzierung an den Liquor Boards bekommt. Bis dahin hat man zwar keine Ausgaben, jedoch auch keine Einkünfte. Deshalb ist die Auswahl einer geeigneten Agentur vor Ort und der regelmäßige Austausch mit ebenjener der entscheidende Faktor für den Markteinstieg in den Markt für alkoholische Getränke in Kanada.⁷¹

⁷¹ Jadis, Y. (2020, 27. August). Persönliches Gespräch mit dem Hauptgeschäftsführer der Adexia als langjähriger Experte für den Vertrieb von alkoholischen Getränken in Ontario und Quebec, Berlin und Mississauga. [Eigenes Gesprächsprotokoll].

6.2 Verkaufsdaten

Daten zum Verkauf von alkoholischen Getränken können aufgrund der staatlichen Regularien einzig von den nationalen Liquor Boards erhoben werden. Die Liquor Boards übermitteln Daten zu den genauen Verkaufszahlen und Volumen einzelner Produkte sowie über Margen exklusiv an lizenzierte Agenturen. Diese darf die Daten wiederum nicht veröffentlichen und kann lediglich gezielte Informationen an die Klienten weitergeben. So garantieren die Liquor Boards, dass die lizenzierten Agenturen die einzige Anlaufstelle für Alkoholproduzenten bleiben. Im Folgenden wird eine Übersicht über die Gesamtverkaufszahlen bereitgestellt.

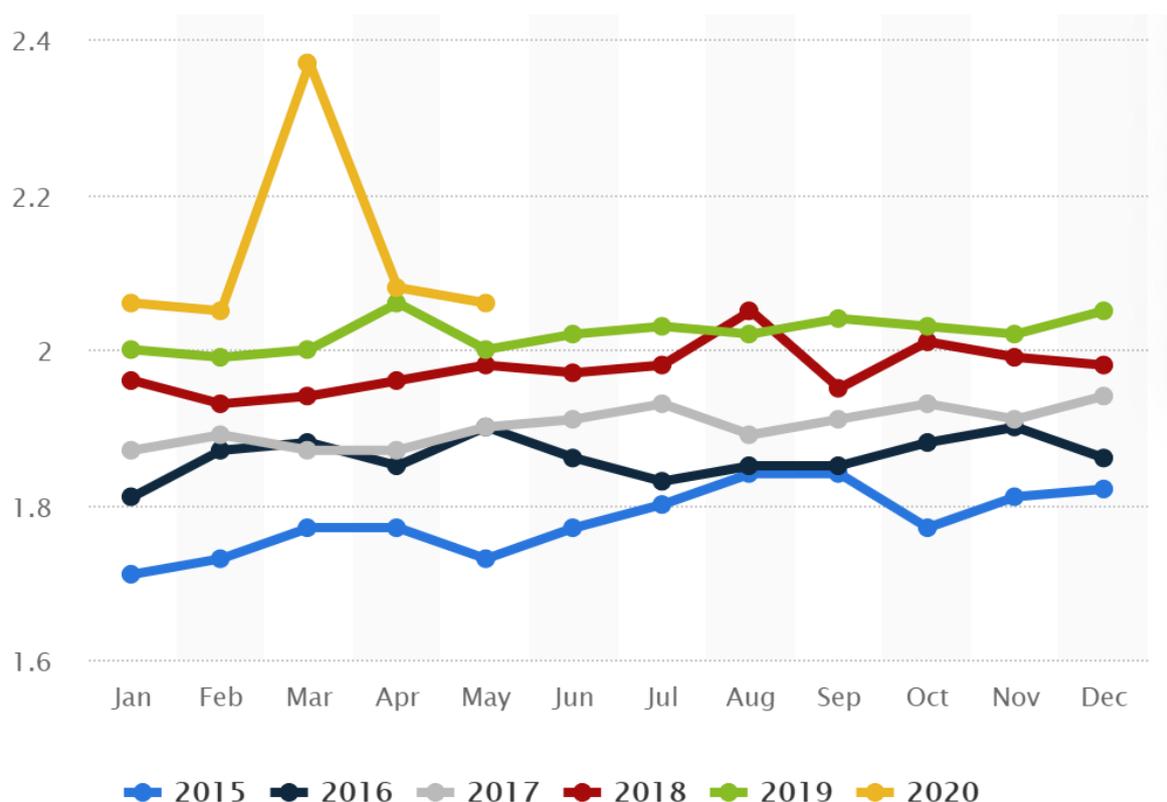


Abbildung 6: Monatliche Verkaufszahlen der staatlichen Alkoholgeschäfte von 2015 – 2020 in Mrd. CAD

Quelle: Statistics Canada (2020).⁷²

Wie in Abbildung 6 zu sehen, erreichte der Einzelhandelsumsatz von Bier-, Wein- und Spirituosen im Mai 2020 etwa 2,06 Mrd. CAD. Dies bedeutet einen Anstieg um etwa 60 Mio. CAD im Vergleich zum Vorjahr. Die monatlichen Umsätze sind in den letzten 5 Jahren stetig gestiegen und erreichten im März 2020 infolge des Coronavirus-Ausbruchs und der anschließenden Hamsterkäufe ihren Höhepunkt.

⁷² Statistics Canada (2020): "Table 20-10-0008-01 Retail trade sales by province and territory (x 1,000)", unter <https://www150.statcan.gc.ca/t1/tbl1/en/tv.action?pid=2010000801>, aufgerufen am 22.09.2020.

Tabelle 18: Nettoeinnahmen der Liquor Boards aus dem Verkauf alkoholischer Getränke, in CAD

Liquor Boards	2014 / 2015	2015 / 2016	2016 / 2017	2017 / 2018	2018 / 2019
Bruttoumsatz	16,59 Mrd.	17,27 Mrd.	17,75 Mrd.	18,43 Mrd.	18,79 Mrd.
Abzüge: Rabatte	221,36 Mio.	7,22 Mio.	7,37 Mio.	7,71 Mio.	8,01 Mio.
Nettoumsatz	16,37 Mrd.	17,26 Mrd.	17,75 Mrd.	18,42 Mrd.	18,78 Mrd.
Abzüge: Kosten der verkauften Waren	8,69 Mrd.	9,10 Mrd.	9,34 Mrd.	9,73 Mrd.	9,95 Mrd.
Bruttogewinn	7,68 Mrd.	8,15 Mrd.	8,40 Mrd.	8,69 Mrd.	8,83 Mrd.
Abzüge: Verwaltungskosten und allgemeine Ausgaben	2,24 Mrd.	2,3 Mrd.	2,4 Mrd.	2,45 Mrd.	2,5 Mrd.
Lizenzen und Genehmigungen	17,78 Mio.	17,23 Mio.	18,7 Mio.	16,33 Mio.	13,19 Mio.
Geldstrafen und Beschlagnahmungen	0,89 Mio.	0,49 Mio.	1,28 Mio.	1,72 Mio.	0,71 Mio.
Nettoeinkommen der Alkoholbehörden	5,68 Mrd.	6,09 Mrd.	6,53 Mrd.	6,49 Mrd.	6,56 Mrd.
Steuern und Einnahmen insgesamt	5,20 Mrd.	5,36 Mrd.	5,38 Mrd.	5,65 Mrd.	5,83 Mrd.
Verbrauchssteuer und Zölle	1,54 Mrd.	1,59 Mrd.	1,55 Mrd.	1,7 Mrd.	1,81 Mrd.
Harmonisierte Umsatzsteuer	1,18 Mrd.	1,24 Mrd.	1,3 Mrd.	1,34 Mrd.	1,38 Mrd.
Steuer auf Waren und Dienstleistungen	628,51 Mio.	637,57 Mio.	634,27 Mio.	653,12 Mio.	661,69 Mio.
Provinz-/Territoriale Umsatzsteuer	978,31 Mio.	986,19 Mio.	987,67 Mio.	1,02 Mrd.	1,03 Mrd.
Andere provinzielle/territoriale Einnahmen	870,67 Mio.	899,37 Mio.	902,41 Mio.	935,51 Mio.	938,94 Mio.

6.2 Verkaufsdaten

Liquor Boards	2014 / 2015	2015 / 2016	2016 / 2017	2017 / 2018	2018 / 2019
Nettoeinkommen der Alkoholbehörden	10,89 Mrd.	11,46 Mrd.	11,91 Mrd.	12,14 Mrd.	12,4 Mrd.

Quelle: Statistics Canada.⁷³

Die Tabelle 18 beschreibt die Einnahmen der kanadaweiten Liquor Boards aus dem Verkauf alkoholischer Getränke vom Steuerjahr 2014/2015 bis zum Steuerjahr 2018/2019. Die Entwicklung der verschiedenen Steuern, Einnahmen durch Lizensierungen, Verwaltungskosten und die Ausgaben für den Einkauf der Waren sind ebenfalls gelistet. Im zeitlichen Vergleich zeigt die Tabelle einen klaren Aufwärtstrend. Über den Zeitraum von fünf Jahren sind der Brutto- und Nettoumsatz stetig über 2,2 Mrd. CAD gestiegen. Auch der Wert der eingekauften Waren stieg in den letzten Jahren stetig. Die Kosten für Lizenzen und Genehmigungen hingegen sinken seit dem Jahr 2016. Der stete Aufwärtstrend der letzten Jahre zeigt, dass der Alkoholverkauf in Kanada immer profitabler wird. Da die Margen sich an den Umsätzen orientieren, steigen somit auch die Umsätze und Absatzchancen für alkoholproduzierende Unternehmen am kanadischen Markt.

6.3 Importdaten für alkoholische Getränke

Da in Kanada die Produktvielfalt eine große Rolle spielt, wird seit jeher viel importiert. Aufgrund der geografischen Nähe und der stark mit Kanada verknüpften Wirtschaft werden viele Getränke aus den USA bezogen. Im Jahr 2018 wurden Bierprodukte im Wert von 893 Mio. CAD nach Kanada importiert und im Jahr 2019 waren es Waren im Wert von 865 Mio. CAD. In den ersten 6 Monaten des Jahres 2020 wurden 269 Mio. CAD an Bier von Kanada importiert. Im Jahr 2020 kam der größte Anteil an Importbier aus den USA nach Kanada. Mit einem Wert von 64,6 Mio. CAD und einem Importanteil von 24 %. Danach kommt Mexiko mit einem Anteil von 19,5 % und 52,6 Mio. CAD an Importwert. Allerdings kommt über 50 % des nach Kanada importierten Bieres aus Europa. Die Niederlande führen hier mit einem Importwert von 47,9 Mio. CAD, gefolgt von Belgien mit 30,3 Mio. CAD und Deutschland mit 20,3 Mio. CAD. Ebenfalls erwähnenswert sind Irland mit 16,4 Mio. CAD und das Vereinigte Königreich mit 7,91 Mio. CAD.⁷⁴

Der Import von Wein nach Kanada belief sich in den Jahren 2018 und 2019 mit ungefähr 3,12 Mrd. CAD auf den gleichen Wert. In den ersten 6 Monaten des Jahres 2020 hat Kanada

⁷³ Statistics Canada. (2020): "Table 10-10-0012-01 Net income of liquor authorities and government revenue from sale of alcoholic beverages (x 1,000)", unter <https://www150.statcan.gc.ca/t1/tbl1/en/tv.action?pid=1010001201>, aufgerufen am 22.09.2020.

⁷⁴ UN Comtrade (2020): "Database", unter <https://comtrade.un.org/>, aufgerufen am 22.09.2020.

6.2 Verkaufsdaten

Wein im Wert von 936 Mio. CAD importiert. Auch beim Import von Wein führt die USA mit einem Importanteil von 35,2 % im Jahr 2020. 339 Mio. CAD an Wein hat die USA nach Kanada importiert. Aus Europa kamen hingegen nur 45 % der Importwaren der Kategorie Wein nach Kanada. Italien und Frankreich haben mit jeweils 174 Mio. CAD fast denselben Wert nach Kanada importiert. Hierauf folgte Spanien mit einem Importwert von 50,2 Mio. CAD und Portugal mit 23,7 Mio. CAD. Deutschland hat in diesem Segment lediglich 0,7 % der Weinimporte nach Kanada beigetragen und kam 2020 auf einen Importwert von 6,73 Mio. CAD.⁷⁵

Spirituosen wurden im Jahr 2018 im Wert von 1,29 Mrd. CAD importiert und im Jahr 2019 stieg der Wert auf 1,39 Mrd. CAD. In der ersten Hälfte des Jahres 2020 wurde Wein im Wert von 410 Mio. CAD importiert. Mit einem Importwert von 175 Mio. CAD war die USA für ganze 42,7 % der gesamten Spirituosenimporte nach Kanada verantwortlich. Europa hatte einen ähnlich großen Anteil, wobei mit 71,3 Mio. CAD und 17,4 % der gesamten Importe die meisten Spirituosen aus dem Vereinigten Königreich nach Kanada exportiert wurden. Darauf folgen Frankreich mit 39,8 Mio. CAD, Irland mit 27,7 Mio. CAD und Italien mit 9,1 Mio. CAD. Aus Deutschland importierte Kanada im Jahr 2020 4,79 Mio. CAD, was 1,17 % der gesamten Spirituosenimporte ausgemacht hat.⁷⁶

6.5 Marktchancen für deutsche Exporteure

Die Präferenzen der kanadischen Konsumenten unterscheiden sich von denen in Deutschland. Obwohl es einen Trend zum Verzehr von lokalen Traditionsgetränken gibt, sind die Kanadier ausländischen alkoholischen Getränken stark zugetan. So ist beispielsweise der kanadische Bierabsatz im letzten Jahr um 0,7 % gegenüber dem Jahr 2018 gestiegen, während der Absatz von Importbier um ganze 11 % zugenommen hat. Noch stärker zeigt sich dieser Trend bei den Spirituosen. Im Laufe der letzten zehn Jahre sind die lokalen Spirituosenverkäufe jährlich im Durchschnitt lediglich um 0,7 % gewachsen, wobei für importierte Spirituosen eine durchschnittliche jährliche Wachstumsrate von 5,1 % verzeichnet wurde. Der Verkauf von kanadischem Wein wiederum stieg im letzten Jahr um 5,5 % an und hielt sich mit der Wachstumsrate des importierten Weins von 4,2 % so verhältnismäßig die Waage. Hier zeigt sich, dass die Chancen, die sich im Weinhandel entwickeln, vor allem von kanadischen Weinproduzenten genutzt werden. Deutsche Importeure könnten hier noch eine deutlich größere Rolle einnehmen.

Wie zu Anfang des Kapitels beschrieben, unterliegt der Verkauf von alkoholischen Getränken in Kanada einigen einzigartigen Bedingungen, die in erster Linie mit den Auswahlkriterien

⁷⁵ UN Comtrade (2020): "Database", unter <https://comtrade.un.org/>, aufgerufen am 22.09.2020.

⁷⁶ UN Comtrade (2020) A.a.O.

6.2 Verkaufsdaten

der Liquor Boards zu tun haben. Um eine Platzierung bei den Boards zu gewinnen, muss ein Produkt einen Mehrwert für den kanadischen Markt bieten. Gute Chancen haben Produkte, die besondere Auszeichnungen haben, wie biologische oder vegane Siegel. Auch Produkte, die bereits Preise oder zusätzliche Zertifizierungen haben, werden von den kanadischen Behörden bevorzugt ausgewählt. Wenn ein Produkt keine besonderen Alleinstellungsmerkmale besitzt, ist die Wahrscheinlichkeit, dass es eine Platzierung gewinnt, weniger wahrscheinlich. Hier ist eine Kombination aus der Bereitstellung großer Mengen, intensivem Marketing und günstigen Preisen notwendig, um in den Markt einzusteigen.

Die Liquor Boards sind dazu verpflichtet, Produkte aus anderen Ländern einzukaufen und ein weltweites Spektrum an Auswahl zu bieten. Das garantiert den Import deutscher Produkte zu einem gewissen Maß. Zusätzlich stehen die Chancen für deutsche Produkte besonders in Gegenden, wo eine Bevölkerung mit deutscher Abstammung wohnt, sehr gut. Die Liquor Boards achten bei der Vergabe von Platzierungen auf die Herkunft und Vorlieben der in den unterschiedlichen Gebieten lebenden Bevölkerung.⁷⁷

Die Liquor Boards und das dezentrale Regierungssystem in Kanada stellen allerdings auch eine Hürde für ausländische Alkoholimporte dar. Sie stellen sicher, dass Alkoholprodukte nicht über Provinzgrenzen hinaus gehandelt werden dürfen und so kommt es in den verschiedenen Provinzen auch zu unterschiedlichen Preisniveaus für alkoholische Getränke. Die gesetzlichen Hürden für den Verkauf alkoholischer Waren wie z. B. die vorgegebenen Kennzeichnungsvorgaben der Canadian Food Inspection Agency (CFIA), sind generell höher als in Deutschland. Zudem können hochprozentige Alkohole nur von staatlichen Alkoholverkäufern ausgegeben werden und alle anderen alkoholischen Getränke dürfen nur mit sehr selten vergebenen Lizenzen vertrieben werden. Auch nach einigen gescheiterten Vorstößen zur Vereinfachung und Anpassung des Systems, vor allem aus dem Staat Toronto bleiben die Restriktionen bestehen. Somit müssen zuerst einige formelle Hindernisse überwunden werden, bevor deutsche Unternehmen Zugang zum kanadischen Markt für alkoholische Getränke finden können.

⁷⁷ Jadis, Y. (2020, 27. August). Persönliches Gespräch mit dem Hauptgeschäftsführer der Adexia als langjähriger Experte für den Vertrieb von alkoholischen Getränken in Ontario und Quebec, Berlin und Mississauga. [Eigenes Gesprächsprotokoll].

7. Importbedingungen und Importabwicklung

7.1 Administrative Voraussetzungen Behördenstruktur und Erfordernisse für die Zulassung

Die Canada Border Services Agency (CBSA) ist für den Warenverkehr über die Zollgrenzen Kanadas zuständig. Der Leiter dieser Behörde untersteht direkt dem Minister für öffentliche Sicherheit und Katastrophenschutz und dem Minister für Grenzsicherheit und Organisierte Kriminalität. Die rechtlichen Bestimmungen für die Einfuhr von Waren nach Kanada sind im kanadischen Zollgesetz, dem Customs Act und für den grenzüberschreitenden Warenhandel, im Axcise Act, 2001 sowie dem Import and Export Permits Act beschrieben. Weitere beteiligte Behörden sind die Canada Revenue Agency (CRA), die Health Canada und die CFIA. Die CFIA definiert ein alkoholisches Getränk als jedes Getränk, dessen Alkoholgehalt größer oder gleich 1,1 Volumenprozent ist. Der Verkauf von alkoholischen Getränken in Kanada wird von den folgenden Regularien geregelt:

- Safe Food for Canadians Act (SFCA), der Regelungen zum Import von Spirituosen nach Kanada enthält.⁷⁸
- Safe Food for Canadians Regulations (SFCR), die eine Aufstellung für den Verbraucherschutz aller Lebensmittel umfasst.⁷⁹
- Food and Drugs Act (FDA), der Vorgaben für die Produktion und den Verkauf von Lebensmitteln enthält.⁸⁰
- Food and Drug Regulations (FDR), die näheren Bestimmungen zu der Behandlung und Bestimmung von Lebensmittelprodukten beinhaltet.⁸¹

Voraussetzung für die Herstellung, sowie den Verkauf von Spirituosen in Kanada ist eine Spirituosenlizenz. Die Spirituosenlizenz gilt für alle als Spirituosen definierten Getränke und ist für einen Zeitraum von höchstens 2 Jahren gültig. In dem von der regionalen Verbrauchsteuerbehörde ausgestellten Lizenzschreiben werden das Datum des Inkrafttretens und das Ablaufdatum der Lizenz angegeben. Je nach Tätigkeit eines Spirituosenlizenznehmers kann der Lizenznehmer verpflichtet sein, über mehrere Lizenzen zu verfügen. Beispielsweise kann ein Spirituosenlizenznehmer eine Verbrauchsteuer-Lagerlizenz, eine Weinlizenz oder eine Benutzungslizenz verlangen. Wie solche Lizenzen beantragt werden können, wird in Kapitel 7.2.1 erklärt. Aktuelle Informationen können zudem in der Veröffentlichung der CRA EDM3-1-1 Producers and Packagers of Spirits eingesehen werden.⁸²

⁷⁸ Government of Canada (2012): "Safe Food for Canadians Act", unter <https://laws-lois.justice.gc.ca/eng/acts/S-1.1/index.html>, aufgerufen am 24.09.2020.

⁷⁹ Government of Canada (2018): "Safe Food for Canadians Regulations", unter <https://laws-lois.justice.gc.ca/eng/regulations/SOR-2018-108/index.html>, aufgerufen am 24.09.2020.

⁸⁰ Government of Canada (1985): "Food and Drugs Act", unter <https://laws-lois.justice.gc.ca/eng/acts/F-27/>, aufgerufen am 24.09.2020.

⁸¹ Government of Canada (2020): "Food and Drug Regulations", unter <https://laws-lois.justice.gc.ca/eng/regulations/C.R.C., c. 870/index.html>, aufgerufen am 24.09.2020.

⁸² Government of Canada (2013): "3.1.1 Producers and Packagers of Spirits", unter <https://www.canada.ca/en/revenue-agency/services/forms-publications/publications/edm3-1-1/producers-packagers-spirits.html>, aufgerufen am 24.09.2020.

7. Importbedingungen und Importabwicklung

Die Etikettierung von alkoholischen Getränken in Kanada unterliegt dem Verbraucherverpackungs- und Etikettierungsgesetz, sowie der Lebensmittel- und Arzneimittelverordnung (vgl. Abschnitt 7.2 und 7.3). Außerdem müssen alle Etiketten sowohl in Englisch als auch in Französisch ausgestellt werden. Viele Provinzen haben strenge Vorschriften über den interprovinziellen Transport von Alkohol, was bedeutet, dass Unternehmen, für den Import der alkoholischen Getränke direkt mit den jeweiligen Provinzen verhandeln müssen. Darüber hinaus dürfen Verbraucher nur so viele Alkoholmengen über die Provinzgrenzen transportieren, wie die jeweiligen Provinzregelungen erlauben.

Tabelle 19: Übersicht über die Besonderheiten bei der Einfuhr von alkoholischen Getränken in die kanadischen Provinzen mit Sonderregelungen

Provinz und Liquor Board	Provincial Sales Tax	Einfuhrbedingung
Alberta ⁸³ (AGLC)		Die Agenturen müssen einen „Letter of Authorization“ unterzeichnen und einreichen. Es gelten Mindestpreise für alkoholische Getränke
British Columbia ⁸⁴ (BCLDB)	Provinzielle Verbrauchssteuer: 10 %	Ausländische Unternehmen müssen Zollagenten (Agencies) nutzen.
Manitoba ⁸⁵ (MBLL)		Der Lieferant muss Empfang einer Bestellung seitens des MBLL innerhalb von 7 Kalendertagen per E-Mail bestätigen (unter Angabe der Produktbeschreibung, Preis, Menge, Format, ggf. Jahrgang und ggf. Ablaufdatum oder Herstellungsdatum; als Frachtbedingungen werden Incoterms 2010 angewendet.
New Brunswick ⁸⁶ (ANBL)	Provinzielle Verbrauchssteuer: 5 %	
Ontario ⁸⁷	Provinzielle Ver-	Der Zollagent UPS Supply Chain Solutions ist für

⁸³ AGLC (2020): “Customs and excise information”, unter <https://aglc.ca/liquor/liquor-agencies-and-suppliers/customs-and-excise-information>, aufgerufen am 28.09.2020.

⁸⁴ BCLDB (2020): “Agents & Suppliers”, unter <http://www.bcldb.com/doing-business-ldb/agents-suppliers>, aufgerufen am 28.09.2020.

⁸⁵ MBLL (2020): “Liquor Agents & Suppliers”, unter <https://www.mbllpartners.ca/node/9236>, aufgerufen am 28.09.2020.

MBLL (2016): “Purchase Order Terms and Conditions – Beverage Alcohol”, unter <http://www.mbllpartners.ca/>, aufgerufen am 28.09.2020.

⁸⁶ ANBL (2020): “Product Lifecycle Procedure Manual”, unter <https://www.anbl.com/suppliers>, aufgerufen am 28.09.2020.

⁸⁷ LCBO (2020): “Importing Product into Ontario for Commercial Purposes”, unter

7. Importbedingungen und Importabwicklung

Provinz und Liquor Board	Provincial Sales Tax	Einfuhrbedingung
(AGCO/LCBO)	brauchssteuer Spirituosen: 61,5 % Wein: 6,1 – 20,1 % je nach Verkaufsort. Zudem gelten sehr detaillierte Regelungen für Bier, die von 0,17 CAD – 0,89 CAD pro l reichen. ⁸⁸	den Import zuständig; Die Importhöchstgrenze ist 45 l pro Tag. Die gesamte Sendung muss als Alkohol gekennzeichnet sein (Mischsendungen mit anderen Waren nicht zulässig). Der Import ist nicht über Postsendung zulässig. Eine vollständig ausgefüllte Canada Customs Invoice (CCI) ⁸⁹ mit Angabe des Markennamens, ggf. Jahrgang, Alkoholgehalt, Format und Anzahl der alkoholischen Getränke muss beigefügt sein.
Prince Edward Island ⁹⁰ (PEILCC)	Provinzielle Verbrauchssteuer: 25 %	
Quebec ⁹¹ (SAQ)	Provinzielle Verbrauchssteuer: Bier: 0,36 CAD pro l. Sonstige alkoholische Getränke 0,72 CAD pro l.	
Saskatchewan ⁹² (SLGA)	Provinzielle Verbrauchssteuer: 10 %	

Quelle: Verschiedene Quellen. Eigene Darstellung.

In Kanada sind die Provinzen und Territorien in vielen Teilen der Gesetzgebung unabhängig gegenüber der nationalen Regierung. Die jeweiligen Besonderheiten der Provinzen in Bezug auf Versteuerung der Waren und die Einfuhrbedingungen können in Tabelle 19 eingesehen werden. Zu den Provinzen Newfoundland and Labrador und Nova Scotia existieren keine Sonderregelungen.

[http://www.doingbusinesswithlco.com/tro/downloads/Importing%20Product%20Into%20Ontario%20for%20Assessment%20or%20Submission\(final\).pdf](http://www.doingbusinesswithlco.com/tro/downloads/Importing%20Product%20Into%20Ontario%20for%20Assessment%20or%20Submission(final).pdf), aufgerufen am 28.09.2020.

⁸⁸ Ontario Ministry of Finance (2020): "Beer and Wine Tax", unter <https://www.fin.gov.on.ca/en/tax/bwt/index.html>, aufgerufen am 28.09.2020.

Ontario Ministry of Finance (2020): "Spirits Taxes", unter <https://www.fin.gov.on.ca/en/tax/st/index.html>, aufgerufen am 28.09.2020.

⁸⁹ Canada Border Services Agency (2020): "Canada Customs Invoice", unter <https://www.cbsa-asfc.gc.ca/publications/forms-formulaires/ci1.pdf>, aufgerufen am 28.09.2020.

⁹⁰ PEILCC (2020): "Suppliers / Agents", unter <https://liquorpei.com/suppliers-agents/>, aufgerufen am 28.09.2020.

⁹¹ SAQ (2020): "Importing alcoholic beverages", unter <https://www.saq.com/en/about-saq/importing-beverage-alcohol>, aufgerufen am 28.09.2020.

⁹² SLGA (2020): "For Liquor Suppliers", unter <https://www.sлга.com/liquor/partners/for-liquor-suppliers>, aufgerufen am 28.09.2020.

7.2 Import von alkoholischen Getränken

Der kommerzielle Import von Alkohol wird von den Liquor Boards der verschiedenen Provinzen kontrolliert. Die aktuellen Importbedingungen werden über die Liquor Boards auch an die Agenten übermittelt, die wiederum alle wichtigen Informationen an ihre Klienten weiterleiten. Somit ist der erste und einzige Schritt, der von einem alkohol-vertreibenden Unternehmen genommen werden muss, die Kontaktaufnahme mit einem geeigneten Agenten. Alles Weitere wird üblicherweise von den Agenten geregelt. Dennoch gibt es im Folgenden eine kurze Übersicht der generellen Prozessabläufe.

7.2.1 Importprozess von alkoholischen Getränken nach Kanada

Der Import of Intoxicating Liquors Act (Gesetz über die Einfuhr berauschender Flüssigkeiten) legt die Einfuhrbestimmungen von alkoholischen Getränken in die verschiedenen Provinzen fest.⁹³ Getränkealkohol muss über die Liquor Boards nach Kanada eingeführt werden.⁹⁴ Je nach alkoholischem Getränk gelten dabei unterschiedlich strenge Regeln. Die Verbrauchssteuer wird dabei gemäß dem Verbrauchsteuergesetz von 2001 auf in Kanada hergestellte oder produzierte alkoholische Getränke erhoben. Für importierte Waren wird gemäß den Abschnitten 21.1, 21.2 und 21.3 des Zolltarifs eine Zollgebühr erhoben, die einer Verbrauchssteuer entspricht (vgl. Kapitel 7.3). Das Gesetz verlangt zudem, dass der Importeur im Besitz einer Verbraucherlizenz sein muss, welche für die Einfuhr und den Besitz von abgefüllten und auch für nicht versteuerte verpackte alkoholischen Waren gilt. Daher dürfen lose Spirituosen und Wein nur von bestimmten Lizenznehmern oder den Liquor Boards transportiert werden.⁹⁵

Im Detail muss für die Beantragung einer Spirituosenlizenz wie folgendermaßen vorgegangen werden. Bevor ein Unternehmen oder eine Privatperson gewerbliche Waren nach Kanada importieren kann, müssen vorher eine von der CRA für ein Import-/Exportkonto ausgestellte Geschäftsnummer (Business Number) beantragt werden. Dieses Import-/Exportkonto ist gebührenfrei und kann in der Regel innerhalb weniger Minuten erstellt werden. Die CBSA erteilt Zollmaklern die Lizenz, zollbezogene Aufgaben in Ihrem Namen auszuführen, um Waren über die kanadische Grenze abzufertigen. Die Dienstleistung eines Zollmaklers umfasst in der Regel die Einholung der Freigabe der eingeführten Waren, Entrichtung der eventuell anfallenden Zölle, sowie Einholung, Vorbereitung und Vorlage oder Übermittlung der erforderlichen Dokumente oder Daten. Um sich für den Erhalt einer Geschäftsnummer zu registrieren oder eine Import-/Export-RM-Kontonummer zu einer bestehenden Geschäftsnummer hinzu-

⁹³ Government of Canada (2017): "Memorandum D3-1-3", unter <https://www.cbsa-asfc.gc.ca/publications/dm-md/d3/d3-1-3-eng.html>, aufgerufen am 01.10.2020.

⁹⁴ Export Alcohol (2020): "Importing", unter <https://www.exportalcohol.com/importing/>, aufgerufen am 01.10.2020.

⁹⁵ Government of Canada (2020): "Commercial Importation of Intoxicating Liquors", unter <https://www.cbsa-asfc.gc.ca/publications/dm-md/d3/d3-1-3-eng.html>, aufgerufen am 01.10.2020.
Export Alcohol (2020): A.a.O.

7. Importbedingungen und Importabwicklung

zufügen kann die CBSA unter der Nummer 001 800 959-5525 kontaktiert werden. Ansonsten können auch alle weiteren Schritte über die Business Registration Online geregelt werden.⁹⁶

Das Portal Business Registration Online kann nur genutzt werden, wenn folgende Unterlagen vorliegen: Gültige Versicherungsnummer und Einkommenssteuererklärung eingereicht bei der CRA. Deutsche Unternehmen verfügen für gewöhnlich nicht über diese Unterlagen, können aber einen kanadischen Zollagenten nutzen und ihn die erforderlichen Registrierungen vornehmen lassen. Eine Liste der Lizenzierten Agenturen wird von der Canada Border Service bereitgestellt.⁹⁷ Neben der nationalen Registrierung ist eine Registrierung in der Provinz notwendig, in welche das Unternehmen importieren will. Hierbei kooperieren die Provinzen British Columbia, Ontario und Nova Scotia mit dem nationale Portal Business Registration Online, sodass dieses das ausländische Unternehmen zur Registrierung bei diesen Provinzen weiterleitet.⁹⁸

Für den Transport der zu importierenden Waren muss der Zollcode nach dem harmonisierten System angegeben werden. Der Harmonisierte Zollcode ist insgesamt zehnstellig und unterscheidet sich nach der Art des alkoholischen Getränks (Bier, Wein, Schaumwein, Spirituosen etc.).⁹⁹ In der folgenden Tabelle können die Zollcodes für alkoholische Getränke eingesehen werden.

⁹⁶ Government of Canada (2003): "EDM2.2.1 - Obtaining and Renewing a Licence", unter <https://www.canada.ca/en/revenue-agency/services/forms-publications/publications/edm2-2-1/obtaining-renewing-a-licence.html>, aufgerufen am 01.10.2020.

⁹⁷ Government of Canada (2020): "List of licensed customs brokers", unter <https://www.cbsa-asfc.gc.ca/services/cb-cd/cb-cd-eng.html>, aufgerufen am 01.10.2020.

⁹⁸ Government of Canada (2020): "Licensed Customs Brokers", unter <https://www.cbsa-asfc.gc.ca/services/cb-cd/menu-eng.html>, aufgerufen am 01.10.2020.

⁹⁹ Government of Canada (2019): "Importing commercial goods into Canada", unter <https://www.cbsa-asfc.gc.ca/import/guide-eng.html>, aufgerufen am 01.10.2020.

7. Importbedingungen und Importabwicklung

Tabelle 20: Zollcodes für die Einfuhr alkoholischer Getränke nach Kanada

Zollcode	Produktbeschreibung
2203	Kategorie Bier aus Malz
2203.00.00.20	Bier aus Malz mit einem Alkoholgehalt von 1,2 % Volumen – 11,9 % Volumen
2204	Kategorie Wein aus frischen Weintrauben, einschließlich mit Alkohol angereicherter Wein; Traubenmost, teilweise gegoren und mit einem vorhandenen Alkoholgehalt von > 0,5 % Volumen oder mit einem vorhandenen Gehalt an zugesetztem Alkohol von > 0,5 % Volumen
2204.10.10	Schaumwein aus frischen Weintrauben mit einem Alkoholgehalt bis zu 22,9 % Volumen
2204.21.10.91	Weißer Wein aus frischen Weintrauben, einschließlich mit Alkohol angereicherter Wein, und Traubenmost, dessen Gärung durch Zusatz von Alkohol verhindert oder unterbrochen worden ist, in Behältnissen mit einem Inhalt von 2 l oder weniger
2204.21.10.92	Roter Wein aus frischen Weintrauben, einschließlich mit Alkohol angereicherter Wein, und Traubenmost, dessen Gärung durch Zusatz von Alkohol verhindert oder unterbrochen worden ist, in Behältnissen mit einem Inhalt von 2 l oder weniger
2206	Kategorie Apfelwein, Birnenwein, Met, Sake und andere gegorene Getränke sowie Mischungen gegorener Getränke und Mischungen gegorener Getränke und nichtalkoholischer Getränke
2206.00.11	Apfelwein und Birnenwein (Cider), schäumend
2208	Kategorie Ethylalkohol mit einem Alkoholgehalt von weniger als 80 % Volumen, unvergällt; Branntwein, Likör und andere alkoholhaltige Getränke
2208.20.00.10	Branntwein aus Wein oder Traubentrester
2208.60	Wodka

Quelle: Europäische Kommission (2020). Eigene Darstellung.¹⁰⁰

¹⁰⁰ Europäische Kommission (2020): "Tariffs and Rules of Origin", unter <https://madb.europa.eu/madb/atDutyOverviewPubli.htm?countries=CA&hscode=2203>, aufgerufen am 01.10.2020.

7. Importbedingungen und Importabwicklung

Der Importeur ist dafür verantwortlich, dass Waren unmittelbar nach dem Eingang beim Zollamt gemeldet werden. Zusätzlich müssen der Tarifstatus, die Höhe der Steuer auf Waren und Dienstleistungen und der Wert der Waren sowie die zehnstellige Unterposition des kanadischen Zolltarifs bestimmt werden. Darüber hinaus verlangt die CBSA im Vorhinein und in elektronischer Form Informationen über Warensendungen, Deklaration, Abfertigung von Waren und Abrechnung von Einfuhrzöllen. Je nach Versandweg müssen diese vor Ankunft in Kanada bereitgestellt werden, da die CSBA vor der Zollabfertigung über die eingeführten Waren vollständig informiert sein muss. Dazu gehört die Bestimmung des Ursprungslandes und die Sicherstellung, ob die Einfuhr der Waren erlaubt oder eingeschränkt ist. Die Vorlaufzeiten betragen 24 Stunden für Seetransporte, eine Stunde für Straßentransporte, 2 Stunden für Bahnsendungen und 4 Stunden für Luftfrachtsendungen. Wenn all dies geschehen ist, können die Waren an den ausländischen Lieferanten weitergegeben werden, wobei die vorgenannte Erklärung gegenüber der CBSA mit eingereicht werden muss. Die Waren werden freigegeben, wenn die Dokumente geprüft und die Einfuhrabgaben bezahlt worden sind. Nach der Freigabe ist zu beachten, dass die Dokumente 6 Jahre lang aufzubewahren sind. Die CSBA muss die Waren rückwirkend bis zu 4 Jahre prüfen können.¹⁰¹

Neben einem internationalen Frachtbrief müssen importierten Waren in Kanada Warenbegleitpapiere beigelegt werden. Zum einen muss der internationale Frachtbrief, der Vordruck B3 – Canada Customs Coding Form (vgl. nachfolgende Abbildung) in zweifacher Ausführung beiliegen und zum anderen sind die Einfuhrgenehmigung, Gesundheitszertifikate oder andere Bescheinigungen, die von den kanadischen Bundesbehörden verlangt werden, erforderlich. Zudem muss eine unterschriebene detaillierte Packliste enthalten sein. Falls erforderlich, wird ebenfalls ein Ursprungsnachweis für die Ware verlangt. Sollte der Warenwert 2.500 CAD übersteigen, muss eine Handelsrechnung in englischer oder französischer Sprache beigelegt werden. Die deutsch-kanadische Handelsbeziehung verfolgt ein liberales Ziel mit wenig Einschränkungen.¹⁰²

¹⁰¹ Government of Canada (2017): "Commercial Importation of Intoxicating Liquors Memorandum D3-1-3", unter <https://www.cbsa-asfc.gc.ca/publications/dm-md/d3/d3-1-3-eng.html>, aufgerufen am 01.10.2020.

¹⁰² Government of Canada (2017) A.a.O.

7. Importbedingungen und Importabwicklung



Canada Border Services Agency
Agence des services frontaliers du Canada

CANADA CUSTOMS CODING FORM DOUANES CANADA - FORMULE DE CODAGE

PROTECTED B (WHEN COMPLETED)
PROTÉGÉ B (UNE FOIS REMPLI)

1 IMPORTER NAME AND ADDRESS NOM ET ADRESSE DE L'IMPORTATEUR		NO. - N°		2 TRANSACTION NO. - N° DE TRANSACTION					Help Aide Restore - Restaurer				
10 SUB HDR NO. N° DE SOUS-EN-TÊTE		11 VENDOR NAME - NOM DU VENDEUR		NO. - N°		3 TYPE	4 OFFICE NO. N° DE BUREAU	5 GST REGISTRATION NO. N° DE TPS	6 PAYMENT CODE CODE DE PAIEMENT	7 MODE OF TRANS.	8 PORT OF UNLADING PORT DE DÉBARQ.	9 TOTAL VFD - TOTAL DE LA VD	
						12 COUNTRY OF ORIGIN PAYS D'ORIGINE	13 PLACE OF EXPORT LIEU D'EXPORTATION	14 TARIFF TREATMENT TRAITEMENT TARIFAIRE	15 U.S. PORT OF EXIT BUREAU DE SORTIE DES E.U.			RESERVED FOR CBSA USE RÉSERVÉ À L'USAGE DE L'ASFC	
						16 DIRECT SHIPMENT DATE DATE D'EXPÉDITION DIRECTE M	17 CRCY CODE DEVISE	18 TIME LIMIT - DÉLAI	19 FREIGHT - FRET				
													20 RELEASE DATE - DATE DE LA MAINLEVÉE

21 LINE LIGNE	22 DESCRIPTION DESIGNATION			23 WEIGHT / KGM POIDS / KGM		24 PREVIOUS TRANSACTION - TRANSACTION ANTERIEURE NUMBER - NUMERO		25 LINE-LIGNE		26 SPECIAL AUTHORITY AUTORISATION SPECIALE	
27 CLASSIFICATION NO. N° DE CLASSEMENT		28 TARIFF CODE TARIFAIRE	29 QUANTITY QUANTITE	30 U - M	31 VFD CODE CODE VD	32 SIMA CODE CODE DE LMSI	33 RATE OF CUSTOMS DUTY TAUX DE DROIT DE DOUANE	34 E.T. RATE TAUX T.A.	35 RATE OF GST TAUX DE TPS	36 VALUE FOR CURRENCY CONVERSION CONVERSION VALEUR POUR CHANGE	
37 VALUE FOR DUTY VALEUR EN DOUANE		38 CUSTOMS DUTIES DROITS DE DOUANE		39 SIMA ASSESSMENT COTISATION DE LMSI		40 EXCISE TAX TAUX D'ACCISE		41 VALUE FOR TAX VALEUR POUR TAXE		42 GST TPS	
21 LINE LIGNE	22 DESCRIPTION DESIGNATION			23 WEIGHT / KGM POIDS / KGM		24 PREVIOUS TRANSACTION - TRANSACTION ANTERIEURE NUMBER - NUMERO		25 LINE-LIGNE		26 SPECIAL AUTHORITY AUTORISATION SPECIALE	
27 CLASSIFICATION NO. N° DE CLASSEMENT		28 TARIFF CODE TARIFAIRE	29 QUANTITY QUANTITE	30 U - M	31 VFD CODE CODE VD	32 SIMA CODE CODE DE LMSI	33 RATE OF CUSTOMS DUTY TAUX DE DROIT DE DOUANE	34 E.T. RATE TAUX T.A.	35 RATE OF GST TAUX DE TPS	36 VALUE FOR CURRENCY CONVERSION CONVERSION VALEUR POUR CHANGE	
37 VALUE FOR DUTY VALEUR EN DOUANE		38 CUSTOMS DUTIES DROITS DE DOUANE		39 SIMA ASSESSMENT COTISATION DE LMSI		40 EXCISE TAX TAUX D'ACCISE		41 VALUE FOR TAX VALEUR POUR TAXE		42 GST TPS	
21 LINE LIGNE	22 DESCRIPTION DESIGNATION			23 WEIGHT / KGM POIDS / KGM		24 PREVIOUS TRANSACTION - TRANSACTION ANTERIEURE NUMBER - NUMERO		25 LINE-LIGNE		26 SPECIAL AUTHORITY AUTORISATION SPECIALE	
27 CLASSIFICATION NO. N° DE CLASSEMENT		28 TARIFF CODE TARIFAIRE	29 QUANTITY QUANTITE	30 U - M	31 VFD CODE CODE VD	32 SIMA CODE CODE DE LMSI	33 RATE OF CUSTOMS DUTY TAUX DE DROIT DE DOUANE	34 E.T. RATE TAUX T.A.	35 RATE OF GST TAUX DE TPS	36 VALUE FOR CURRENCY CONVERSION CONVERSION VALEUR POUR CHANGE	
37 VALUE FOR DUTY VALEUR EN DOUANE		38 CUSTOMS DUTIES DROITS DE DOUANE		39 SIMA ASSESSMENT COTISATION DE LMSI		40 EXCISE TAX TAUX D'ACCISE		41 VALUE FOR TAX VALEUR POUR TAXE		42 GST TPS	
21 LINE LIGNE	22 DESCRIPTION DESIGNATION			23 WEIGHT / KGM POIDS / KGM		24 PREVIOUS TRANSACTION - TRANSACTION ANTERIEURE NUMBER - NUMERO		25 LINE-LIGNE		26 SPECIAL AUTHORITY AUTORISATION SPECIALE	
27 CLASSIFICATION NO. N° DE CLASSEMENT		28 TARIFF CODE TARIFAIRE	29 QUANTITY QUANTITE	30 U - M	31 VFD CODE CODE VD	32 SIMA CODE CODE DE LMSI	33 RATE OF CUSTOMS DUTY TAUX DE DROIT DE DOUANE	34 E.T. RATE TAUX T.A.	35 RATE OF GST TAUX DE TPS	36 VALUE FOR CURRENCY CONVERSION CONVERSION VALEUR POUR CHANGE	
37 VALUE FOR DUTY VALEUR EN DOUANE		38 CUSTOMS DUTIES DROITS DE DOUANE		39 SIMA ASSESSMENT COTISATION DE LMSI		40 EXCISE TAX TAUX D'ACCISE		41 VALUE FOR TAX VALEUR POUR TAXE		42 GST TPS	

DECLARATION - DÉCLARATION		43 DEPOSIT - DÉPÔT		47 CUSTOMS DUTIES DROITS DE DOUANE	
I JE _____ PLEASE PRINT NAME - LE TITRES MOLLES S.V.P.		44 WAREHOUSE NO. - N° D'ENTREPÔT		48 SIMA ASSESSMENT COTISATION DE LMSI	
OF DE _____ IMPORTER / AGENT - IMPORTATEUR / AGENT		45 CARGO CONTROL NO. - N° DE CONTRÔLE DU FRET		49 EXCISE TAX TAUX D'ACCISE	
DECLARE THE PARTICULARS OF THIS DOCUMENT TO BE TRUE, ACCURATE AND COMPLETE. DÉCLARE QUE LES RENSEIGNEMENTS CI-DESSUS SONT VRAIS ET COMPLETS.		46 CARRIER CODE AT IMPORTATION CODE DE TRANSPORTEUR À L'IMPORTATION		50 GST TPS	
DATE: _____ SIGNATURE: _____				51 TOTAL	

Quelle: Government of Canada (2018).¹⁰³

Im Anschluss wird die Ware nach Prüfung der Dokumente und Zahlung der Einfuhrabgaben freigegeben. Hierfür müssen neben dem B3-3-Formular jeweils 2 Kopien des Formulars A8A-B Cargo Control Document (vgl. nachfolgende Abbildung), eine Handelsrechnung (alternativ das Formulars CI1 - Canada Customs Invoice) vorgelegt werden. Außerdem werden

¹⁰³ Government of Canada (2018): "B3-3 - Canada Customs Coding Form", unter <https://www.cbsa-asfc.gc.ca/publications/forms-formulaires/b3-3-eng.html>, aufgerufen am 01.10.2020.

7. Importbedingungen und Importabwicklung

Kopien von eventuellen Einfuhrgenehmigungen, Gesundheitszertifikaten oder andere Bescheinigungen, die von den kanadischen Bundesbehörden verlangt werden, gefordert.

 Canada Border Services Agency Agence des services frontaliers du Canada		Acquittement No. - N° de l'acquiescement				
IN BOND EN DOUANE		CARGO CONTROL DOCUMENT DOCUMENT DE CONTRÔLE DU FRET				
U.S. port of exit - Bureau de sortie des É.-U.		In transit - En transit				
Manifest from - Manifeste de		To - À				
Consignee name and address - Nom et adresse du destinataire		Carrier code - Code du transporteur		Cargo control No. - N° de contrôle du fret		
Shipper name and address - Nom et adresse de l'expéditeur		Previous cargo control No. - N° de contrôle du fret antérieur				
No. of pkgs. Nombre de colis	Description and marks Désignation et marques	Weight Poids	Rate Taux	Advances Avances	Prepaid Port payé	Collect Port dû
Foreign point of lading - Port de chargement étranger		Location of goods - Emplacement des marchandises				
Name of carrier - Nom du transporteur		Conveyance identification - Identification du moyen de transport				

Abbildung 8: A8A-B Cargo Control Document

Quelle: Government of Canada (2018).¹⁰⁴

Alternativ gibt es ein beschleunigtes Verfahren (Release on Minimum Documentation), hierbei können die Waren noch vor Zahlung der Einfuhrabgaben freigegeben werden.¹⁰⁵ Dieses wird bei etablierten Importeuren mit hohen Importmengen angewandt.

¹⁰⁴ Government of Canada (2018): "A8A(B) - In Bond - Cargo Control Document", unter <https://www.cbsa-asfc.gc.ca/publications/forms-formulaires/a8a-b-eng.html>, aufgerufen am 01.10.2020.

¹⁰⁵ Government of Canada (2020): "Release of your shipment", unter https://www.cbsa-asfc.gc.ca/import/release-dedouanement-eng.html#p214_17746, aufgerufen am 01.10.2020.

7. Importbedingungen und Importabwicklung

7.2.2 Gesetzliche Etikettierungsvorgaben

Bei intraprovinziellen Verkäufen unterliegen alkoholische Getränke den Kennzeichnungsvorschriften der FDA und der FDR sowie spezifischen Anforderungen der SFCA und der SFCR. Diese Vorschriften gelten in Kanada ungeachtet der Handelslevel. Je nach Art des alkoholischen Getränks können auch andere Bundesgesetze oder Vorschriften gelten, die nicht von der CFIA, sondern von den Liquor Boards durchgesetzt, wie u. a. im Spirit Drinks Trade Act festgelegt wurde. Außerdem können Provinzen auch noch zusätzliche Kennzeichnungsvorschriften für den Verkauf erlassen.

<i>Zulässig auf der Landessprache des Herkunftslands, ansonsten auf Englisch und/oder Französisch:</i>		<i>Zulässig auf der Landessprache des Herkunftslands, ansonsten auf Englisch und/oder Französisch:</i>	
Markenname des Produkts		Markenname des Produkts	
Jahrgang Geografische Herkunftsangabe Rebsorte			
<i>Auf Französisch:</i>	<i>Auf Englisch:</i>	<i>Auf Französisch:</i>	<i>Auf Englisch:</i>
Produktbezeichnung Herkunftsland Alkoholgehalt in % vol	Produktbezeichnung Herkunftsland Inhalt in ml oder l	Produktbezeichnung Alkoholgehalt in % vol	Produktbezeichnung Inhalt in ml oder l
<i>Auf Französisch:</i>	<i>Auf Englisch:</i>	<i>Auf Englisch und Französisch:</i>	
Enthaltene Allergene	Enthaltene Allergene	Chargennummer/Produktionsnummer Angabe der Höhe des Pfands	
<i>Auf Englisch und/oder Französisch:</i>		<i>Auf Englisch und/oder Französisch:</i>	
Name des Herstellers bzw. Anbieters Vollständige Adresse, Stadt und Land		Name des Herstellers bzw. Anbieters Vollständige Adresse, Stadt und Land	
Chargennummer/Produktionsnummer Barcode (EAN)		Chargennummer/Produktionsnummer Barcode (EAN)	

Abbildung 9: Beispiel für die Beschriftung von alkoholischen Getränken in Kanada

Quelle: SAQ (2020). Eigene Darstellung.¹⁰⁶

In Abbildung 9 wird ein Beispiel für die Beschriftung der Etiketten von Wein (Links) und von Bier (Rechts) gegeben. Getränken gezeigt. Für die Etikettierung gelten folgende Vorgaben:

¹⁰⁶ SAQ (2020): "Guide Bottle Labelling and Packing", unter https://marketing.globalwinespirits.com/SAQ_B2B/Gestion%20Qualite/Guide_etiquetage_bouteilles_ANG.pdf, aufgerufen am 09.10.2020.

7. Importbedingungen und Importabwicklung

- Es muss eine Liste mit Zutaten und Allergenen aufgeführt werden. Genaue Vorgaben für verschiedene Produkte können der Quelle entnommen werden.¹⁰⁷
- Der Inhalt muss bei Behältnissen mit einem Inhalt von weniger als einem l in ml angegeben werden. Bei Behältnissen mit einem Inhalt von einem l oder mehr muss die Angabe in ö erfolgen.
- Es muss eine Übersicht der Nährstoffe aufgeführt werden. Genaue Vorgaben für verschiedene Produkte können der Quelle entnommen werden.¹⁰⁸
- Der prozentuale Alkoholgehalt im Verhältnis zur Getränkemenge muss auf der Vorderseite des Etikettes angegeben werden. Diese muss in Englisch und Französisch aufgeführt werden: z. B. „X % alc./vol.“. Genaue Erläuterungen können der Quelle entnommen werden.¹⁰⁹
- Das alkoholische Getränk muss gemäß den Vorgaben richtig benannt werden. Die genauen Vorgaben für die Bezeichnungen können der Quelle entnommen werden.¹¹⁰
- Bei Bier und alkoholischen Getränken auf Bierbasis muss auf das Pfand des Behältnisses sowie auf die Pfandhöhe hingewiesen werden.

Zusätzlich gibt es für die Getränke Bier, Brandy, Gin, Likör, Rum, Wodka, Whisky und Wein genauere Vorgaben. Die aktuellen Bestimmungen sind in der Veröffentlichung „Labelling requirements for alcoholic beverages“ der CFIA zu finden.¹¹¹ Eine Übersicht der unterschiedlichen Bestimmungen der Liquor Boards kann in Tabelle 19 eingesehen werden.

7.3 Zollprozeduren und Zollsätze

Wenn Waren nach Kanada eingeführt werden, entfällt auf sie die Goods and Services Tax (GST) von 5 %. In manchen Provinzen wird zusätzlich eine Provinzumsatzsteuer (Provincial Sales Tax - PST) erhoben und bei wieder anderen Provinzen, werden die GST und PST zusammen in einer Harmonized Sales Tax (HST) abgenommen. Die folgende Tabelle bietet einen Überblick über die Anwendung in den unterschiedlichen Provinzen.

¹⁰⁷ Government of Canada (2020): “List of ingredients and allergens on food labels”, unter <https://www.inspection.gc.ca/food-label-requirements/labelling/industry/list-of-ingredients-and-allergens/eng/1383612857522/1383612932341>, aufgerufen am 05.10.2020.

¹⁰⁸ Government of Canada (2020): “Nutrition labelling”, unter <https://www.inspection.gc.ca/food-label-requirements/labelling/industry/nutrition-labelling/eng/1386881685057/1386881685870>, aufgerufen am 05.10.2020.

¹⁰⁹ Government of Canada (2020): “Alcohol by volume declaration”, unter <https://www.inspection.gc.ca/food-label-requirements/labelling/industry/alcohol/eng/1392909001375/1392909133296?chap=6>, aufgerufen am 05.10.2020.

¹¹⁰ Government of Canada (2020): “Voluntary claims & statements – Alcoholic beverages”, unter <https://www.inspection.gc.ca/food-label-requirements/labelling/industry/alcohol/eng/1392909001375/1392909133296?chap=8>, aufgerufen am 05.10.2020.

¹¹¹ Government of Canada (2020): “Labelling requirements for alcoholic beverages”, unter <https://www.inspection.gc.ca/food-label-requirements/labelling/industry/alcohol/eng/1392909001375/1392909133296>, aufgerufen am 05.10.2020.

7. Importbedingungen und Importabwicklung

Tabelle 21: Übersicht über die Verkaufssteuern in den unterschiedlichen kanadischen Provinzen

Provinz	Steuertyp	PST	GST	HST	Gesamter Steuersatz
Alberta	GST		5 %		5 %
British Columbia	GST + PST	7 %	5 %		12 %
Manitoba	GST + PST	7 %	5 %		12 %
New Brunswick	HST			15 %	15 %
Newfoundland and Labrador	HST			15 %	15 %
Nothwest Territories	GST		5 %		5 %
Nova Scotia	HST			15 %	15 %
Nunavut	GST		5 %		5 %
Ontario	HST			13 %	13 %
Prince Edward Island	HST			15 %	15 %
Quebec	GST + QST	9,975 %	5 %		14,98 %
Saskatchewan	GST + PST	6 %	5 %		11 %
Yukon	GST		5 %		5 %

Quelle: Retail Council of Canada (2020). Eigene Darstellung.¹¹²

Aufgrund des Freihandelsabkommen CETA wurden 98,6 % aller kanadischen und 98,7 % aller EU-Zolltariflinien ausgesetzt. Seitdem das Freihandelsabkommen vorläufig in Kraft getreten ist, sind die Zölle auf 98,2 % aller kanadischen und 97,7 % aller EU-Waren weggefallen. Somit entfallen auf alkoholische Produkte lediglich Verbrauchssteuern, die Excise Tax, oder Excise Duties genannt werden. Im Allgemeinen unterliegen Spirituosen, Wein und Bier einer Verbrauchssteuer, die aufgrund des Verbrauchsteuergesetzes vom Jahre 2001 während des Produktionsprozesses erhoben wird. Allerdings fallen diese Raten auch auf importierte oder in Kanada verpackte Produkte an. Diese Abgaben werden im Allgemeinen jedes Jahr am 1. April erhöht und an die Inflationsrate angepasst.

¹¹² Retail Council of Canada (2020): "Sales Tax Rates by Province", unter <https://www.retailcouncil.org/resources/quick-facts/sales-tax-rates-by-province/>, aufgerufen am 01.10.2020.

7. Importbedingungen und Importabwicklung

Tabelle 22: Verbrauchssteuersätze auf alkoholische Getränke in Kanada, in Kraft getreten am 1. April 2020

Produkt	Menge	Rate
Wein	Nicht mehr als 1,2 Volumenprozent absoluter Ethylalkohol	0,021 CAD pro l
	Nicht mehr als 1,2 Volumenprozent absoluter Ethylalkohol	0,319 CAD pro l
	Mehr als 7 Volumenprozent absoluter Ethylalkohol	0,665 CAD pro l
Spirituosen	Nicht mehr als 7 Volumenprozent absoluter Ethylalkohol	0,319 CAD pro l
	Mehr als 7 Volumenprozent absoluter Ethylalkohol	12,610 CAD pro l
Bier	Nicht mehr als 1,2 Volumenprozent absoluter Ethylalkohol	2,794 CAD pro hl
	Nicht mehr als 1,2 Volumenprozent absoluter Ethylalkohol	16,83 CAD pro hl
	Nicht mehr als 1,2 Volumenprozent absoluter Ethylalkohol	33,66 CAD pro hl

Quelle: Millar Kreklewetz LLP (2020). Eigene Darstellung.¹¹³

In Tabelle 22 werden die aktuellen Verbrauchssteuersätze auf alkoholische Getränke in Kanada aufgeführt. Auf importierte Spirituosen kommen zudem noch zusätzlich 0,12 CAD pro l an absoluten Ethylalkohol an zusätzlichen Abgaben hinzu.¹¹⁴ Die aktuellen Sätze werden vom CRA unter Excise Duty veröffentlicht.¹¹⁵ Weitere Informationen zur Geschichte und dem Inkrafttreten des Freihandelsabkommen CETA sowie dessen Folgen können unter der Webseite Zoll und Einfuhr kompakt – Kanada des German Trade and Invest (GTAI) eingesehen werden.¹¹⁶

¹¹³ Millar Kreklewetz LLP (2020): „Alcohol Taxes and Duties“, unter <https://www.taxandtradelaw.com/alcoholtaxesandduties.html>, aufgerufen am 01.10.2020.

¹¹⁴ Government of Canada (2014): „Rates of Excise Duty“, unter <https://www.canada.ca/en/revenue-agency/services/forms-publications/publications/edml-5-1/rates-excise-duty.html>, aufgerufen am 01.10.2020.

¹¹⁵ Government of Canada (2020): „Excise Duty Rates“, unter <https://www.canada.ca/en/revenue-agency/services/forms-publications/publications/edrates/excise-duty-rates.html>, aufgerufen am 01.10.2020.

¹¹⁶ GTAI (2019): „Zoll und Einfuhr kompakt – Kanada“, unter <https://www.gtai.de/gtai-de/trade/zoll/zoll-und-einfuhr-kompakt/kanada/zoll-und-einfuhr-kompakt-kanada-99324>, aufgerufen am 01.10.2020.

8. Verifiziertes Adressmaterial und Events

8.1 Staatliche Einrichtungen

Agriculture and Agri-Food Canada

Adresse:

1341 Baseline Road

Ottawa, ON K1A 0C5

Canada

Telefon: 001- 613 773 1000

Website: <http://www.agr.gc.ca/>

Agriculture and Agri-Food Canada ist der Regierungsverband für Unternehmen, die in der Landwirtschaft und der Agrar- und Nahrungsmittelindustrie tätig sind. Diese Organisation bietet Programme und Dienstleistungen für das berufliche Wachstum in der Branche sowie Ressourcen bezüglich der Märkte und des Handels an.

Canada Border Services Agency

Adresse:

191 Laurier Ave W,

Ottawa, ON K1P 6M7

Canada

Telefon: 001-204-983-3500

Website: <https://www.cbsa-asfc.gc.ca>

Die Canada Border Services Agency (CBSA) ist für die Einhaltung des legalen Reise- und Handelsflusses zuständig. Die Agentur übersieht Zollfragen und Handelsvorschriften.

Canadian Food Inspection Agency (CFIA)

Adresse:

1400 Merivale Road

Ontario, K1A 0Y9

Canada

Telefon: 001-613-773-2342

Website: www.inspection.gc.ca

Die CFIA ist eine Regulierungsbehörde, die für den Schutz von Lebensmitteln, Pflanzen und Tieren zuständig ist. Sie ist für die Zertifizierung, Lizenzierung und sonstigen Importbestimmungen von Tieren, Pflanzen und Lebensmitteln zuständig.

Canada Revenue Agency

Adresse:

9755 King George Highway

Surrey BC, V3T 5E6

Canada

Telefon: 001-800-959-5525

Website: <https://www.canada.ca/en/revenue-agency.html>

The Canada Revenue Agency oder Agence du revenu du Canada ist eine Bundesbehörde, die die Steuern für die Regierung Kanadas verwaltet und für Steuerfragen zuständig ist.

Health Canada

Adresse:

0900C2 Ottawa

Ontario K1A 0K9

Canada

Telefon: 001-613-957-2991

Website: <https://www.canada.ca/en/health-canada.html>

The Canadian Agri-Food Policy Institute

Adresse:

930 Carling Ave

Ottawa, ON K1A 0C6

Canada

Telefon: 001 - 613 232 8008

Website: <http://www.capi-icpa.ca/>

Das Canadian Agri-Food Policy Institute, auch einfach CAPI genannt, ist eine Vereinigung für Vertreter der Agrar- und Lebensmittelindustrie. Das CAPI wurde im Jahr 2004 als unabhängige, gemeinnützige Organisation von der kanadischen Bundesregierung gegründet.

Standards Council of Canada (SCC)

Adresse:

55 Metcalfe Street, Suite 600

Ottawa, ON K1P 6L5

Canada

Telefon: 001-613 238 3222

Website: <http://www.scc.ca>

8.2 Liquor Control Boards

Alberta Gaming and Liquor Commission

Adresse:

50 Corriveau Avenue

St. Albert, AB T8N 3T5

Canada

Telefon: 001-800-272-8876

Website: <https://aglc.ca/>

British Columbia Liquor Distribution Branch

Adresse:

3383 Gilmore Way

Burnaby, BC V5G 4S1

Canada

Telefon: 001-604-252-7400

Website: <http://www.bclldb.com/>

Liquor Control Board of Ontario

Adresse:

55 Lake Shore Boulevard East

Toronto ON M5E 1A4

Canada

Telefon: 001-800-668-5226

Website: <https://www.lcbo.com/>

Manitoba Liquor & Lotteries Corporation

Adresse:

830 Empress St.

Winnipeg, MB R3G 3H3

Canada

Telefon: 001-204-957-2500

Website: <https://www.liquormarts.ca/>

8. Verifiziertes Adressmaterial und Events

New Brunswick Liquor Corporation

Adresse:

170 Wilsey Road

Fredericton, NB E3B 5B8

Canada

Telefon: 001-506-452-6826

Website: <https://www.anbl.com/>

Newfoundland Labrador Liquor Corporation

Adresse:

PO. Box 8750, Station A

90 Kenmount Road

St. John's, NL A1B 3V1

Canada

Telefon: 001-709-724-1100

Website: <https://nliquor.com/>

Northwest Territories Liquor Corporation

Adresse:

Suite 201, 31 Capital Drive

Hay River, NT X0E 1G2

Canada

Telefon: 001-867-874-8700

Website: <https://www.ntlcc.ca/>

Nova Scotia Liquor Corporation

Adresse:

93 Chain Lake Drive

Halifax, NS B3S 1A3

Canada

Telefon: 001-902-450-6752

Website: <https://www.mynslc.com/>

8. Verifiziertes Adressmaterial und Events

Nunavut Liquor Commission

Adresse:

P.O. Box 9

Rankin Inlet, NU X0C 0G0

Canada

Telefon: 001-855-844-5488

Website: <https://www.nulc.ca/>

Prince Edward Island Liquor Control Commission

Adresse:

3 Garfield Street

Charlottetown, PE C1A 6A4

Canada

Telefon: 001-902-368-5710

Website: <https://liquorpei.com/>

Saskatchewan Liquor and Gaming Authority

Adresse:

PO Box 5054

2500 Victoria Ave.

Regina, SK, S4P 3M3

Canada

Telefon: 001-306-787-5563

Website: <https://www.slga.com/>

Société des alcool du Québec

Adresse:

7500 Tellier Street

Montréal QC H1N 3W5

Canada

Telefon: 001-866 873-2020

Website: <https://www.saq.com/>

Yukon Liquor Corporation

Adresse:

9031 Quartz Road

Whitehorse YT Y1A 4P9

Canada

Telefon: 001-867-667-5245

Website: <https://yukon.ca/en/yukon-liquor-corporation>

8.3 Zertifizierte Agenturen

Adexia Inc.

Adresse:

7240 Waverly, suite 209

Montréal, Québec, H2R 2Y8

Canada

Kontaktperson: Yann Jadis

Telefon: 001-514-937-1863

Website: <https://www.adexia.ca/>

Adexia ist selbst keine zertifizierte Agentur. Als direkter Partner von zertifizierten Agenturen in ganz Kanada, unterstützt Adexia ausländische Produzenten bei der Suche nach dem richtigen Agenten.

Alberta:

A & K La boutique du vin

Adresse:

3140 A, Chemin Sainte-Foy

Québec QC G1x 1r1

Canada

Produkte: Bier, Wein

Kontaktperson: Alain Cloutier

Telefon: 001-778-835-6624

Website: www.laboutiquedevinweb.com/

8. Verifiziertes Adressmaterial und Events

Beverage Concepts Network Agency

Adresse:

7634 Winston Street, Burnaby

BC V5A 2H4

Canada

Produkte: Bier, Wein, Spirituosen

Kontaktperson: Wade Shaw

Telefon: 001-604-420-4808

Website: <http://www.bci-network.ca/>

BKR Importers Inc.

Adresse:

1525 Coal Harbour Quay Suite B19

Vancouver, BC V6G 3E7

Canada

Produkte: Wein

Kontaktperson: Keri Rice

Telefon: 001-604-731-8002

Website: www.nataliemaclean.com/agents/details/bkr-importers-inc/308

BKR Importers Inc.

Adresse:

210 1000 Roosevelt Crescent

North Vancouver, BC V7P 3R4

Canada

Produkte: Wein, Bier, Spirituosen

Kontaktperson: Patrick Ellis

Telefon: 001-604-904-5171

Website: www.bluenotewines.com/

British Columbia:

Altus Wine

Adresse:

3355 West 28th Avenue

Vancouver BC V6S 1R8

Canada

Produkte: Wein

Kontaktperson: Olivier Baenninger

Telefon: 001-778-788-2740

Website: <http://www.altuswines.ca/>

Andrew Peller Import Agency

Adresse:

1750 W 75th Ave

Vancouver BC V6P 6S1

Canada

Produkte: Wein, Spirituosen

Kontaktperson: Judith Arcand

Telefon: 001-604-264-0554

Website: <http://importagency.andrewpeller.com/>

Appellation Wine Marketing

Adresse:

55 Water St

Vancouver BC V6B 1A1

Canada

Produkte: Wein, Spirituosen

Kontaktperson: Jim Williams

Telefon: 001-604-696-1499

Website: <https://www.appellationwine.ca/>

8. Verifiziertes Adressmaterial und Events

The Bacchus Group

Adresse:

13560 Maycrest Way #1120

Richmond, BA V6V 2W9

Canada

Produkte: Wein, Spirituosen

Kontaktperson: Jim Marion

Telefon: 001-604-279-1500

Website: <https://www.bacchusgroup.ca/>

Auch vertreten in Alberta, Saskatchewan, Manitoba

Manitoba:

Authentic Wine and Spirits Merchants

Adresse:

1 Wesley Ave, Suite 302

Winnipeg, MB R3C 4C6

Canada

Produkte: Wein, Schaumwein, Spirituosen

Kontaktperson: Darryl Weinbren

Telefon: 001-204-942-9463

Website: <https://www.awsm.ca/>

Charton-Hobbs Inc.

Adresse:

5006 Timberlea Blvd, Suite 1

Mississauga, ON L4W 5C6

Canada

Produkte: Wein, Spirituosen

Kontaktperson: Michel Veilleux

Telefon: 001-514-353-8955

Website: www.chartonhobbs.com

Ernest & Julio Gallo Canada, Ltée

Adresse:

62 Fawcett Rd, Coquitlam

BC V3K 6V5

Canada

Produkte: Wein

Kontaktperson: Wendy Laberge

Telefon: 001-514-694-9092

Website: www.ejgallo.com

Featherstone Désautels Inc.

Adresse:

1737, Rue Saint-Patrick

Lofts Redpath

Montreal QC H3K 3G9

Canada

Produkte: Wein, Spirituosen

Kontaktperson: Robert Gravel

Telefon: 001-514-875-9299

Website: www.fdivins.com

The Wine Group

Adresse:

991 Four Mile Creek Rd, Niagara-on-the-Lake

ON L0S 1J0

Canada

Produkte: Wein, Spirituosen

Kontaktperson: Daniel Khan

Telefon: 001- 416-262-7292

Website: www.thewinegroup.com/

8. Verifiziertes Adressmaterial und Events

New Brunswick:

Alcool NB Liquor

Adresse:

40 E Point Way, Saint John

NB E2J 0H5

Canada

Produkte: Bier, Wein, Spirituosen

Telefon: 001-506-633-3944

Website: <https://www.anbl.com/>

Newfoundland and Labrador:

Liquor Newfoundland Labrador Liquor Corporation

Adresse:

St. Anthony

NL A0K 4S0

Canada

Produkte: Bier, Wein, Spirituosen

Telefon: 001-709-454-8475

Website: <https://nliquor.com/>

Nova Scotia:

Charton-Hobbs Inc.

Adresse:

106 Chain Lake Dr #2C, Halifax

NS B3S 1A8

Canada

Produkte: Wein, Spirituosen

Kontaktperson: Duncan Hobbs

Telefon: 001-514-353-8955

Website: www.chartonhobbs.com

8. Verifiziertes Adressmaterial und Events

Ontario:

Authentic Wine and Spirits Merchants

Adresse:

5006 Timberlea Blvd, Suite 1

Mississauga ON L4W 5C6

Canada

Produkte: Wein, Schaumwein, Spirituosen

Kontaktperson: Darryl Weinbren

Telefon: 001-905-238-3222

Website: <https://www.awsm.ca/>

B&W Wines

Adresse:

134 Peter St #1502

Toronto, ON M5V 2H2

Canada

Produkte: Weine

Kontaktperson: Lenny Panzer

Telefon: 001-416-531-5553

Website: www.bwines.co.za/

Barrel Select

Adresse:

169 Carlton Street

Toronto, M5A 2K3

Canada

Produkte: Weine

Kontaktperson: Andrew Bailey

Telefon: 001-416-925-4643

Website: www.barreselectwines.com/

Barrique Wine Imports / Profil Wine Group

Adresse:

41 Scarsdale Road, Unit 9

Toronto, ON M3B 2R2

Canada

Produkte: Bier, Wein, Spirituosen

Kontaktperson: Rubben Helmer

Website: profilewinegroup.com/

Philippe Dandurand Wines Ltd.

Adresse:

1660 Tech Ave Unit# 2A

Mississauga, ON L4W 5S7

Canada

Produkte: Weine

Kontaktperson: Jennifer Kim

Website: www.vinsdandurand.com/en/

Signature Wines & Spirits

Adresse:

297 Lakeshore Road East

Oakville, ON L6J 1J3

Canada

Produkte: Wein, Spirituosen

Kontaktperson: Brian Banyard

Website: www.signaturews.ca

Eurovintage International Inc.

Adresse:

1315 Lawrence Ave E #407, North York

ON M3A 3R3

Canada

Produkte: Wein, Spirituosen

Kontaktperson: Renata Lucus

Telefon: 001-416-494-2881

Website: www.eurovintage.com/

Quebec:

Agence Du Chateau

Adresse:

11 208 rue Sainte-Julie Montreal

(Quebec) H1B 2Z9

Canada

Produkte: Weine

Kontaktperson: Denis Marcil

Telefon: 001-514-318-6629

Website: www.agenceduchateau.ca

Alivin Canada

Adresse:

4242 Blv. St-Laurent Suite 205 Montreal

(Québec) H2W 1Z3

Canada

Produkte: Weine

Kontaktperson: Joao Carlos Ramos

Telefon: 001- 514-844-8532

Website: www.alivin.ca

A&K La boutique du vin

Adresse:

7500 Tellier Street

Montréal QC H1N 3W5

Canada

Produkte: Bier, Wein, Cidre

Kontaktperson: Alain Cloutier

Telefon: 001-778-835-6624

Website: www.laboutiqueduvinweb.com/

Élixirs Vins & Spiritueux

Adresse:

4459, Rue St-Hubert, Montreal

(Québec) H2j 2x1

Canada

Produkte: Wein, Spirituosen

Kontaktperson: Francois Le Brasseur

Telefon: 001- 514-489-9880

Website: www.elixirs.ca

Focus Cellars Inc. (Agents De Vins Au Québec)

Adresse:

8980 Boul Langelier, Saint-Léonard

QC H1P 3E6

Canada

Produkte: Wein

Kontaktperson: Julie Goyer

Telefon: 001- 514-256-6778

Website: www.focuscellars.net

Importation Epicurienne Inc

Adresse:

585, avenue Notre-Dame

Saint-Lambert (Québec) J4P 2K8

Canada

Produkte: Wein, Spirituosen

Kontaktperson: Julie Fortin

Telefon: 001-450-671-0631

Website: www.importation-epicurienne.com

L.C.C. Vins & Spiritueux Inc.

Adresse:

1751 Rue Richardson, Montréal

QC H3K 1G6

Produkte: Wine, Spirituosen

Kontaktperson: Paul J Coffin

Telefon: 001- 514-985-0647

Website: www.lccvins.com

Saskatchewan:

SLGA Retail Inc.

Adresse:

1359 Broadway Ave, Regina,
SK S4P 1E5,
Canada

Telefon: 001-306-787-4249

Website: www.saskliquor.com

8.4 Verbände

National

Beer Canada

Adresse:

45 O'Connor Street, Suite 650
Montréal QC H1N 3W5
Canada

Telefon: 001-613-232-9601

Website: <https://industry.beercanada.com/>

BIOTECanada

Adresse:

1 Nicholas Street,
Suite 600 Ottawa, ON K1N 7B7
Canada

Telefon: 001- 613-230-5585

Website: <http://www.biotech.ca/>

Brewers' Association Of Canada

Adresse:

45 O'Connor Street, Suite 650
Ottawa, Ontario K1P 1A4
Canada

Telefon: 001-613-232-9601

Website: www.beercanada.com

8. Verifiziertes Adressmaterial und Events

Canadian Association of Liquor Jurisdictions

Adresse:

382 Elm Road

Toronto, Ontario, M5M 3V8

Canada

Telefon: 001-416 780-1851

Website: <https://calj.org/>

Canadian Beverage Association

Adresse:

20 Bay Street WaterPark Place, 11. Stock

Toronto Ontario M5J 2N8

Canada

Telefon: 001- 416-362-2424

Website: <https://www.canadianbeverage.ca/contact-us/>

Canadian Craft Brewers Association

Adresse:

1400-340 Albert St.

Ottawa, ON K1R 7Y6

Canada

Website: <https://ccba-ambc.org/>

Canadian Food Exporters Association

Adresse:

895 Don Mills Road, Two Morneau Shepell Centre

Toronto, ON M3C 1W3

Canada

Telefon: 001- (416) 445-3747

Website: <https://www.cfea.com/>

Canadian Manufacturers & Exporters

Adresse:

67 Yonge Street, Suite 1400

Toronto, ON M5E 1J8

Canada

Telefon: 001- (905) 672-3466

Website: <https://cme-mec.ca/our-team/>

8. Verifiziertes Adressmaterial und Events

Canadian Produce Marketing Association

Adresse:

162 Cleopatra, Drive

Ottawa, Ontario, K2G 5X2

Canada

Telefon: 001-613-226-4187

Website: <https://www.cpma.ca/about-us/staff-directory>

Canadian Restaurant and Foodservices Association

Adresse:

1155 Queen Street West

Toronto, ON M6J 1J4

Canada

Telefon: 001-800-387-5649

Website: <https://www.restaurantscanada.org/>

Canadian Vintners Association

Adresse:

440 Laurier Avenue West

Ottawa, Ontario K1R 7X6

Canada

Telefon: 001- 613-782-2283

Website: <https://www.winegrowerscanada.ca/>

Food & Consumer Products of Canada

Adresse:

2700 Matheson Boulevard East, East Tower

Mississauga, ON L4W 4V9

Canada

Telefon: 001-(416) 510-8024

Website: www.fhcp.ca

8. Verifiziertes Adressmaterial und Events

Food Processing HR Council

Adresse:

101 Belvedere Avenue, PO Box 2000

Charlottetown, PE, C1A 7N8

Canada

Telefon: 001-(902) 368-5767

Website: <https://fpsc-ctac.com/>

Food Processors of Canada

Adresse:

900-350 Sparks Street

Ottawa, ON K1R 7S8

Canada

Telefon: 001-(613) 722-1000

Website: <https://foodprocessorsofcanada.ca/>

FOODTECH Canada

Adresse:

101 Belvedere Avenue, PO Box 2000

Charlottetown, PE, C1A 7N8

Canada

Telefon: 001-(902) 368-5767

Website: <https://www.foodtechcanada.ca/>

Import Vintners and Spirits Association

Adresse:

125A - 1030 Denman Street

Vancouver, British-Kolumbien V6G 2M6

Canada

Telefon: 001-778-840-IVSA (4872)

Website: <https://www.ivsa.ca/contact-us>

8. Verifiziertes Adressmaterial und Events

Small Scale Food Processor Association

Adresse:

2214 Sun Valley

Drive Nanaimo, BC V9T 6E8

Canada

Telefon: 001-866-547-7372

Website: www.ssfpa.net

Spirits Canada

Adresse:

Suite 8-C, 219 Dufferin Street

Toronto, ON M6K 1Y9

Canada:

Telefon: 001- (416) 626-0100

Website: <https://www.spiritscanada.ca/>

The Canadian Agri-Food Policy Institute

Adresse:

Carling Avenue, Central Experimental Farm,

Ottawa, ON K1A 0C6 KANADA

Canada

Telefon: 001-613-759-1027

Website: <https://capi-icpa.ca/>

Provinzen

Alberta Craft Distillers Association

Adresse:

Kasten 698

Banff, AB T1L 1A7

Canada

Telefon: 001-780-488-5900

Website: <https://www.albertacraftdistillers.com/>

8. Verifiziertes Adressmaterial und Events

Alberta Estate Winery and Meadery Association

Adresse:

51526 Range Road 231, Sherwood Park

Alberta, T8b 1k9.

Canada

Website: <https://albertacorporations.com/alberta-estate-winery-and-meadery-association>

Alberta Food Processors Association

Adresse:

5123 Marian Road NE Calgary,

Alberta T2A 2Y1

Canada

Telefon: 001-403-201-3657

Website: <https://www.afpa.com/>

Alberta Hotel and Lodging Association

Adresse:

2707 Ellwood Drive

SW Edmonton, AB T6X 0P7

Canada

Telefon: 001.888.436.6112

Website: <https://www.ahla.ca/about-us/>

Alberta Liquor Store Association

Adresse:

2707 Ellwood Drive SW Edmonton,

Alberta T6X 0P7

Canada

Telefon: 001-780-415-5176

Website: <https://www.alsaweb.ca/>

Alberta Small Brewers Association

Adresse:

PO Box 78029 Heritage

Calgary, AB T2H 2Y1

Canada

Telefon: 001-4034777507

Website: <https://www.asba.beer/>

Association Des Brasseurs Du Quebec

Adresse:

2000 Peel St bureau 888,
Montreal, Quebec H3A 2W5
Canada

Telefon: 001-514-284-9199

Website: <https://brasseurs.qc.ca/abq/>

Association des vignerons du Québec

Adresse:

Conseil des vins du
Québec P. 89022 CSP Malec Montreal (Québec) H9C 2Z3
Canada

Telefon: 001-844-966- (8467)

Website: <https://vinsduquebec.com/>

Atlantic Food & Beverage Processors Association Inc.

Adresse:

36 Albert Street,
Moncton, NB, E1C 1A9
Canada

Telefon: 001-(506) 857-4255

Website: <https://www.atlanticfood.ca/>

British Columbia Food Processors Association

Adresse:

9440 202nd Street Langley,
Britisch-Kolumbien, V1M 4A6
Canada

Telefonnummer: 001- (604) 371-4245

Website: <https://www.bcfpa.ca/>

British Columbia Grapegrowers Association

Adresse:

Postbox 1138,

Penticton, BC, V2A 6J9

Canada

Telefon: 001-877 762 4652

Website: <http://www.grapegrowers.bc.ca/>

Food and Beverage Manitoba

Adresse:

12-59 Scurfield Blvd

Winnipeg, MB R3Y 1V2

Canada

Telefon: 001-204-982-6372

Website: <https://members.foodbeveragemb.ca/>

Grape Growers of Ontario

Adresse:

Postfach 100

Vineland Station, ON

L0R 2E0

Canada

Telefon: 001-905-688-0990

Website: <http://www.grapegrowersofontario.com/>

Northumberland Manufacturers Association

Adresse:

Venture13 Building

739 D'Arcy Street, Suite 110

Cobourg, ON K9A 0H6

Canada

Telefon: 001-289-677-4988

Website: <https://thenma.ca/>

8. Verifiziertes Adressmaterial und Events

Ontario Craft Brewers

Adresse:

1-75 Horner Ave.

Toronto AUF M8Z 4X5

Canada

Telefon: 001-(416) 494 2766

Website: <http://www.ontariocraftbrewers.com/>

Saskatchewan Food Processors Association

Adresse:

8B - 3110 - 8th St. East #389

Saskatoon, SK S7H 0W2

Canada

Telefon: 001-306 683 2410

Website: Nicht vorhanden

VQA Ontario

Adresse:

5775 Yonge St., Suite 1220

Toronto, ON M2M 4J1

Canada

Telefon: 001-(416) 367-2002

Website: <https://www.vqaontario.ca/>

Wine Council of Ontario

Adresse:

4890 Victoria Avenue North, P.O. Box 4000

Vineland Station, Ontario, L0R 2E0

Canada

Telefon: 001-905.562.8070

Website: <https://ontariocraftwineries.ca/>

8. Verifiziertes Adressmaterial und Events

Winery & Grower Alliance of Ontario

Adresse:

4890 Victoria Ave N,
Lincoln, ON L0R 2E0
Canada

Telefon: 001-905-562-9426

Website: <https://www.winegrowersontario.ca/>

Winery Association of Nova Scotia

Adresse:

Postfach 40042 Robie
Street Halifax, NSB3K 0E4
Nur Mail: info@winesofnovascotia.ca
Canada

Website: <https://winesofnovascotia.ca/nova-scotia-wine-story/contact-us/>

8.5 Fachmessen Events und Veranstaltungen

GIC-Grocery Innovations Canada

Datum: 27. – 28. Oktober 2020, Oktober 2021

Intervall: jährlich

Veranstaltungsort: Toronto, Kanada

Veranstalter: The Canadian Federation of Independant Grocers

Website: <http://www.cfig.ca>

MeatEx Canada-Canada International Meat Exhibition

Datum: 04.02.-06.02.2021

Intervall: jährlich

Veranstaltungsort: Toronto, Kanada

Veranstalter: Farasoo Holding Corporation

Website: <http://www.farasooholding.com/en/about.html>

RC Show-Restaurants Canada Show (formerly CRFA) -Canadian Food & Beverage Show

Datum: März 2021

Intervall: jährlich

Veranstaltungsort: Toronto, Kanada

Veranstalter: Restaurants Canada

Website: <http://www.restaurantscanada.org/>

SIAL CANADA-International Food Exhibition

Datum: 27.04-29.04.2021

Intervall: jährlich abwechselnd in Montréal, Toronto

Veranstaltungsort: Toronto, Kanada

Veranstalter: SIAL Canada

Website: <http://www.sialcanada.com>

PACKEX Toronto-Canada`s Packaging, Material Handling & Logistics Exhibition

Datum: 11.05-13.05.2021

Intervall: zweijährlich

Veranstaltungsort: Toronto, Kanada

Veranstalter: Informa Markets

Website: <https://www.informamarkets.com>

HERAUSGEBER

Bundesministerium für Ernährung und
Landwirtschaft (BMEL)
53123 Bonn

BEZUGSQUELLE ANSPRECHPARTNER

Referat 424
(Internationale Grundstoffpolitik, Export, Absatzförderung)
Rochusstraße 1
53123 Bonn
E-Mail: 424@bmel.bund.de

STAND

Oktober 2020

UMSCHLAGGESTALTUNG/DRUCK

BMEL

BILDNACHWEIS

Hale/stock.adobe.com

TEXT

enviacon international
eine Marke der enviacon GmbH
Schlossstr. 26
12163 Berlin
www.enviacon.com

Bearbeiter/ -in; Redaktion
Dr. Konrad Bauer
Rick Tenhaven

DISCLAIMER/HAFTUNGSAUSSCHLUSS

Trotz gründlicher Quellenauswertung und größtmöglicher Sorgfalt bei der Erstellung übernimmt enviacon international keine Haftung für die Inhalte der vorliegenden Marktstudie bzw. für Schäden, die sich - direkt oder indirekt - durch Entscheidungen ergeben, die auf Grundlage der Inhalte der vorliegenden Marktstudie getroffen werden.

Nachdruck und Fotokopien, auch teilweise, sind unter genauer Angabe der Quelle und mit Hinweis auf erstens enviacon international und zweitens die Förderung durch das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) gestattet.

Das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft ist für den Inhalt der Marktstudie nicht verantwortlich. Es werden ausschließlich Meinungen und Auffassungen der Verfasser wiedergegeben.

Diese Publikation wird vom BMEL unentgeltlich abgegeben. Sie darf nicht im Rahmen von Wahlwerbung politischer Parteien oder Gruppen eingesetzt werden.

Weitere Informationen unter

www.bmel.de

[@bmel](https://twitter.com/bmel)

[@Lebensministerium](https://www.instagram.com/lebensministerium)

www.agrarexportfoerderung.de

