vinetur

Sapporo erwägt Verlagerung der Produktion von Sapporo 0.0% von Kanada in die USA

Der Brauer sagte, es sei keine Entscheidung endgültig, nachdem ein US-Zoll von 50 % die breiter angelegte Überprüfung der nordamerikanischen Lieferkette verschärft hatte.

Dienstag, 22. September 2026



Sapporo erwägt einen Schritt, mit dem die Produktion seines alkoholfreien Biers Sapporo 0.0% für den US-Markt von Kanada in die USA verlagert würde, während der japanische Brauer sein nordamerikanisches Fertigungsnetz unter neuem Zoll-Druck und angesichts weiterer Veränderungen in der Lieferkette überprüft.

Rieko Shofu, Sapporos Strategieleiterin, sagte Bloomberg, das Unternehmen plane, die Produktion des Produkts bis zur ersten Hälfte des Jahres 2027 in die USA zu verlagern, und verwies dabei auf einen US-Zoll von 50 % auf Bierimporte aus Kanada. Sapporo 0.0% wird derzeit in Kanada gebraut.

Später teilte das Unternehmen mit, dass keine Verlagerung genehmigt oder endgültig beschlossen wurde. In einer Stellungnahme sagte Sapporo, man prüfe angesichts veränderter Geschäftsbedingungen mehrere Optionen für die Belieferung des US-Marktes mit alkoholfreiem Bier. Der Brauer erklärte, die Überprüfung sei kein neuer, allein durch Zölle ausgelöster Schritt, sondern Teil einer breiter angelegten langfristigen Diskussion über die Optimierung der Lieferkette.

Diese Unterscheidung ist wichtig, weil Sapporo bereits mitten in einer umfassenderen Neuausrichtung seiner US-Produktionspräsenz steckt. Im April stimmte das Unternehmen dem Verkauf seiner Stone-Brewing-Assets an Firestone Walker und eine weitere US-Tochter von Duvel Moortgat zu. Damals sagte Sapporo, seine Brauerei in Richmond, Virginia, werde zur „core production base“ für Sapporo-Produkte und dort werde die gesamte US-Produktion gebündelt. Die Produktion der Marken Sapporo und Stone am Standort Escondido, Kalifornien, soll bis Ende 2026 eingestellt werden.

Shofu sagte Bloomberg, Sapporo prüfe mehrere Möglichkeiten, die Produktion von alkoholfreiem Bier für den US-Markt ins Land zu holen. Zu diesen Optionen zählen der Bau oder Kauf einer Brauerei an der Westküste oder die Nutzung eines Lohnherstellers. Sapporo legte sich in seiner Stellungnahme nicht auf ein bestimmtes Modell fest und sagte auch nicht, wann eine endgültige Entscheidung fallen könnte.

Die mögliche Verlagerung kommt zu einem Zeitpunkt, an dem Brauereien sich weiter an einen Markt anpassen, der schwerer vorhersehbar geworden ist. Sapporo sagte im April, die Gesamtnachfrage auf dem US-Biermarkt habe sich rückläufig entwickelt; als Gründe nannte das Unternehmen höhere, inflationsbedingte Preise und veränderte

Verbraucherpräferenzen. Gleichzeitig habe der Absatz der Marke Sapporo in den USA weiter kräftig zugelegt, weshalb das Unternehmen mehr seiner Ressourcen auf dieses Label konzentriere.

Die Überprüfung verweist auch auf ein breiteres Problem für die Getränkebranche. Zölle können Brauereien und andere Getränkeunternehmen dazu zwingen, Lieferketten rasch neu zu ordnen, besonders in Kategorien wie alkoholfreiem Bier, in denen Unternehmen noch an Skalierung und Marktanteilen arbeiten. Sollte Sapporo ändern, wo Sapporo 0.0% für amerikanische Verbraucher hergestellt wird, könnte sich das auf Kosten, Beschaffungsentscheidungen und die Produktverfügbarkeit in den USA und Kanada auswirken, auch wenn diese Folgen vom endgültigen Produktionsmodell abhingen, für das sich das Unternehmen entscheidet.

Sapporo trat in eine neue Phase seiner US-Expansion ein, als das Unternehmen 2022 Stone Brewing für 165 Millionen Dollar kaufte. Damals sagte das Unternehmen, der Deal werde dazu beitragen, das Wachstum der Marke Sapporo in den USA zu beschleunigen und die nordamerikanischen Aktivitäten auszubauen. Seitdem hat das Unternehmen diese Strategie jedoch angesichts veränderter Marktbedingungen überarbeitet.

Der im April erfolgte Asset-Verkauf signalisierte einen stärker fokussierten Ansatz. Indem Richmond als Zentrum der US-Produktion benannt wurde, machte Sapporo deutlich, dass das Unternehmen nach der Arbeit über mehrere Standorte hinweg eine straffere Produktionsstruktur anstrebt. Die jüngste Überprüfung deutet darauf hin, dass alkoholfreies Bier, obwohl es ein separates Segment neben den wichtigsten Biermarken des Unternehmens ist, in dieselbe nordamerikanische Neubewertung einbezogen wird.

Sapporos Kommentare zeigen auch, wie Handelspolitik mit bereits laufenden Unternehmensumstrukturierungen zusammenwirken kann, statt sie erst von Grund auf auszulösen. Das Unternehmen sagte, Zölle gehörten zum aktuellen Geschäftsumfeld, seien aber nicht der einzige Grund, warum es die US-Produktion prüfe. Das deutet darauf hin, dass der Brauer mehrere Ergebnisse offenhalten will, darunter Investitionen in eigene Anlagen oder Partnerschaftsmodelle, die es ihm ermöglichen würden, den US-Markt zu beliefern, ohne das Produkt aus Kanada zu importieren.

Alkoholfreies Bier ist für Brauereien zu einem Bereich wachsenden Interesses geworden, da sie auf Verbraucher reagieren, die nach Alternativen zu traditionellem Bier suchen. Eine Produktionsverlagerung durch Sapporo würde die bereits stattfindenden Veränderungen in der nordamerikanischen Getränkeherstellung noch verstärken, wo Unternehmen Frachtkosten, Handelshemmnisse, Inflation und veränderte Nachfrage gleichzeitig abwägen. Für Brauereien, die über die US-Kanada-Grenze hinweg verkaufen, kann dieser Druck den Ort, an dem ein Produkt gebraut wird, fast ebenso wichtig machen wie seine Vermarktung.

Vorerst hält Sapporo sich alle Optionen offen. Das Unternehmen hat lediglich gesagt, dass es Möglichkeiten prüfe, alkoholfreies Bier für den US-Markt zu produzieren, und dass keine endgültige Verlagerung genehmigt wurde. Shofus Äußerungen deuten jedoch darauf hin, dass die Verlagerung der Produktion von Sapporo 0.0% aus Kanada in die USA aktiv erwogen wird, während der Brauer seine nordamerikanische Lieferkette neu aufstellt.