

# Journal

Magazin der Deutsch-Kanadischen Gesellschaft e.V.

Ausgabe: 1/2022



## WIRTSCHAFTSPARTNER KANADA

VOM ROHSTOFFLIEFERANTEN ZUM HITECH-UND  
INDUSTRIESTANDORT

DIE BÖRSEN IN TORONTO UND FRANKFURT

DEUTSCH KANADISCHE ENERGIEPARTNERSCHAFT

# LIEBE MITGLIEDER DER DKG,

Nur ca. 500.000 aller Beschäftigten in Kanada arbeiten in der Rohstoffwirtschaft. Dennoch sind Bergbau, Forst- und Landwirtschaft sowie Fischerei seit den Anfängen Kanadas eine wichtige Säule der Wirtschaft. Sie werden in den nächsten Jahren sogar noch an Bedeutung gewinnen. Die Energiekrise wird der Öl- und Gasindustrie im Westen Kanadas einen neuen Schub verleihen. Die wegen der Ukraine-Krise aufgetretene Getreideverknappung auf den Weltmärkten wird die Nachfrage nach Weizen aus Manitoba, Saskatchewan und Alberta steigern. Auch der Bedarf an Kalium für die Produktion von Düngemitteln und an Nickel, Kobalt und Lithium für die Herstellung von Batterien für die Elektromobilität steigt rasant an.

In den vergangenen Jahrzehnten hat sich Kanada zusätzlich zu einer der wichtigsten Industrienationen entwickelt. Im Großraum Toronto entlang des Ontariosees produzieren die großen amerikanischen und japanischen Automobilfirmen und ihre Zulieferer für den kanadischen Markt und den Export. Montreal wurde zu einem der weltweit bedeutendsten Zentren der Luft- und Raumfahrt. Von dort kommen wichtige Teile der Raumstation ISS; Bombardier ist nach Airbus und Boeing der drittgrößte Hersteller von Flugzeugen. Auch die Nahrungsmittelindustrie Kanadas ist ein bedeutender Global Player. Wer kennt nicht McCains Pommes Frites? Das Unternehmen aus New Brunswick ist der weltweit größte Hersteller tiefgefrorener Kartoffelprodukte. Den größten Aufschwung, gemessen an den Beschäftigtenzahlen, hat in den vergangenen 15 Jahren der Dienstleistungssektor genommen. Gesundheits- und Sozialleistungen, Banken, Versicherungen und die Immobilienwirtschaft boomen ebenso wie unternehmensbezogene Dienstleistungen.

Seit den 1980er Jahren haben sich darüber hinaus in den Regionen um Toronto und Montreal, aber auch um Calgary und Vancouver wahre Brutstätten der IT-Technologie und der künstlichen Intelligenz herausgebildet. Begünstigt wurde diese Entwicklung durch viele hervorragende international ausgerich-

tete Universitäten und sonstige Ausbildungsstätten sowie eine im Vergleich zu den USA liberale und gezielte Einwanderungspolitik unter anderem auch für Einwanderer aus Indien und Pakistan. Viele der dort ausgebildeten Talente sind nicht in die Großindustrie abgewandert, sondern haben ihr unternehmerisches Glück in kleinen Startup-Unternehmen gesucht. Einige davon – wie Blackberry (heute RIM) oder auch Shopify – wurden zum Global Player. Die neuen digitalen Computertechnologien leisten wertvolle Hilfen insbesondere in der Rohstoffwirtschaft und bei der nachhaltigen Herstellung und Nutzung neuer Energien wie Wasserstoff mit dem Ziel die ehrgeizigen Umweltziele der Regierung zu erreichen. In den letzten 15 Jahren haben die neuen Technologien in den Bereichen Kunst, Kultur und Unterhaltung zur Herausbildung völlig neuer Wirtschaftszweige geführt. Wer hätte vor 20 Jahren schon gedacht, dass Computerspiele ein wichtiger Wirtschaftsfaktor werden würden?

In der vorliegenden Ausgabe richten wir den Fokus auf einige ausgewählte Sektoren dieser spannenden Entwicklung. Zusätzlich hat Ulrich Barths für uns einen Blick auf die kanadische Börse als Spiegelbild der kanadischen Wirtschaft gerichtet.

Ihr

Georg Schmitz



**Georg Schmitz** ist Vizepräsident der DKG und Mitglied des Redaktionsteams für das DKG Journal. Er leitet die DKG Regionalgruppe Oberbayern in München sowie das DKG Praktikantenprogramm.

# FISCHE, BIBER, WEIZEN UND DER WALD: KANADAS STAPLES-ÖKONOMIE



Ein von 33 Pferden gezogener Mährescher

Im Jahr 1497 erreichte der Venezianer Giovanni Caboto, der als John Cabot im Dienste der englischen Krone stand, mit seiner Karavelle Matthew die kanadische Atlantikküste. Dies kann entweder in Labrador, Neufundland oder bei Cape Breton gewesen sein. Obwohl Cabot einen Seeweg nach Westen zu den Schätzen Chinas nicht gefunden hatte, konnte er doch immerhin von den immensen Fischreichtümern berichten, die seine Mannschaft gesichtet hatte. In der Folge mussten die englischen Fischer nicht mehr nach Island segeln, sondern sicherten der Krone die Gewässer im Gebiet der heutigen Great Newfoundland Bank als Fanggründe.

Nicht ganz 400 Jahre später kamen die ersten japanischen Fischer an die Pazifikküste Kanadas. Steveston im Süden Vancouvers erwuchs Ende des 19. Jahrhunderts zum weltweiten Lachsmekka, bevor die suburbane Ausbreitung der Metropole in den 1970er Jahren den allmählichen Niedergang der kleinen

Fischerkommune besiegelte. Heute können Besucher in Steveston die 1894 erbaute Gulf of Georgia Cannery besichtigen, die als Fischereimuseum dient. Diese knappen Bemerkungen deuten an, welche Bedeutung dem Fischfang in historisch-ökonomischer Hinsicht zukommt. Die gewaltigen Artenvorkommen vor der Ost- und Westküste stellten ein wesentliches Antriebsmoment für die frühen Wirtschaftskontakte Europas mit Kanada dar.

Der zweite wirtschaftliche Anreiz für das europäische Interesse an Kanada war mit der geografischen Lage, den klimatischen Bedingungen und der Fauna des flächenmäßig zweitgrößten Landes der Erde verbunden, genauer: den Pelztieren in den kalten Regionen des Nordens. Es waren zunächst Fischer, die ihren Kabeljau an den Ufern der St. Lorenzmündung trockneten, dabei mit Natives in Kontakt kamen und im Zuge des Warenaustauschs von diesen Felle erhielten, die sie dann in Europa als Zusatzgeschäft zum Fischfang



hochpreisig veräußerten. Als der französische Seefahrer Jacques Cartier 1535 den Strom hinaufsegelte und als erster Europäer die Gegend um die heutige Île de Montréal erkundete, stieß er am Ufer des St. Lorenz auf First Nations, deren Chiefs, so wird berichtet, Kleidungsstücke aus Biber- und Bärenfellen trugen. In den gehobenen Gesellschaftsschichten Europas reüssierten bald der Pelzkragen und der breitrempige Biberfellhut.

Zu Beginn des 17. Jahrhunderts richteten denn auch französische Entrepreneurs erste Handelskontore in Québec ein. In der Folge zog es Kolonisten aus La Nouvelle France in die kanadische Wildnis, wo sie als coureurs du bois mit den Natives lukrative Geschäfte tätigen konnten. Um diese Art des ungeordneten Handels mit Fellen zu unterbinden und um den Besiedlungsproblemen in Neufrankreich zu begegnen, richtete Kardinal Richelieu 1627 die Compagnie des Cent-Associés ein; diese erhielt eine umfangreiche Pelzhandelslizenz mit der Auflage, Land für die französische Krone zu gewinnen, die Missionsarbeit der katholischen Kirche zu unterstützen und Siedler anzuwerben. Als Neufrankreich 1663 den Status einer Kronkolonie erhielt, wurde der Pelzhandel Teil des merkantilen Wirtschaftssystems. Um den britischen Konkurrenten entgegenzutreten, rief Ludwig XIV 1682 die Compagnie du Nord ins Leben. Es war seine Antwort auf die schon 1670 mit einem Freibrief König Karls II gegründete Hudson's Bay Company,

die 1821 mit ihrem schwächeren Rivalen, der 1783 in Montréal etablierten Northwest Company, fusionierte. Fortan hatte sie nicht nur das Handelsmonopol inne, sondern übte im Auftrag der Krone auch die politische Kontrolle über jenes riesige Areal aus, das in Anlehnung an den englischen Kavaliersprinzen als Rupert's Land geführt wurde.

Während die Franzosen über den St. Lorenzstrom ins Landesinnere vorgestoßen waren und schon 1736 nahe dem heutigen Winnipeg den ersten Stützpunkt errichtet hatten, bedienten sich die britischen Pelztierjäger hauptsächlich der Hudson Bay und der nördlichen Flussverbindungen auf dem Weg nach Westen, wo sie Forts wie Edmonton, Garry, McMurray oder York Factory – einige von ihnen Vorläufer späterer Städtegründungen – errichteten.

Mit dem Pelzhandel entstand eine neue Berufsgruppe: die voyageurs. Größtenteils aus der französischen Unterschicht angeworben, waren sie für den Transport der Felle über die Flussverbindungen und Großen Seen in die Hafenzentren (Montréal) im Osten zuständig. In ihren schwer beladenen Kanus, den Kanadiern und York Boats, mussten sie Stromschnellen bewältigen und der Unbill des Wetters trotzen. Im ersten Jahrzehnt des 19. Jahrhunderts arbeiteten ca. 3.000 Männer als voyageurs. Sie galten als Volkshelden, die in Liedern und Gedichten gefeiert wurden.



Pelzhandelsstation Fort McMurray

Der Pelzhandel spielte somit eine zentrale Rolle bei der Entstehung Kanadas. Er hatte nicht nur entscheidend zur Formierung eines kolonialen atlantischen, sondern auch eines nordamerikanischen Wirtschaftsraums beigetragen und diesen strukturiert. Die Erschließung des Landes wurde durch den Handel mit Fellen beflügelt, der bis in die 1870er Jahre die ökonomische Grundlage des Westens bildete. Dann verloren die Pelze allerdings in dem Maße an Bedeutung, in dem die kanadischen Prärien in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts besiedelt und zum Getreideanbaugbiet wurden. Der Westen wurde den Siedlern als ein wirtschaftliches Eden angepriesen. Für ihren massenhaften Zustrom war die Fertigstellung der transkontinentalen Eisenbahn 1885 von entscheidender Bedeutung. Sie gab der Wirtschaft einen enormen Wachstumsimpuls. Der Biber hatte seine Bedeutung als „staple“ (Rohstoff/Handelsgut) an den Weizen abtreten müssen.

Einen weiteren Baustein für Kanadas staple-basierte Wirtschaft hat seit jeher die Holzerzeugung geliefert. Für New Brunswick sind zum Beispiel 87% der Fläche als bewaldet ausgewiesen, für Nova Scotia 78%, für British Columbia 68%. Aber auch die Agrar- und Rohstoffprovinz (Getreide, Kupfer, Nickel, Zink) Manitoba kann mit einem Anteil von 66% aufwarten. Wie nicht nur die ökologisch unverantwortbaren Abholzungen im Inneren British Columbias nahelegen, kommt dem Holzhandel nach wie vor eine wichtige Rolle für Kanadas Exportwirtschaft zu.

Den ersten Anstoß für eine kommerzielle Nutzung der Waldbestände erhielt die Forstwirtschaft im kanadischen Osten. Nach dem Siebenjährigen Krieg, als Frankreich im Frieden von Paris (1763) La Nouvelle France an die Engländer verlor, benötigte die neue englische Kolonie große Holzmengen für den Schiffsbau. Anfang des 19. Jahrhunderts wurden 75% des Bedarfs mit Hölzern aus dem britischen Teil Nordamerikas gedeckt. In British Columbia entstanden in den 1840er Jahren die ersten großen Sägewerke, die ihre Belegschaft häufig aus den Reihen der nach dem Fraser River-Goldrausch (1850) im Westen gebliebenen Schürfer rekrutierten, denen sich Holzfäller aus dem Osten und aus den USA anschlossen. Die gefällten ‚Riesen‘ wurden häufig zum Weitertransport direkt ins Meer oder in Flüsse geleitet, bevor dann zur Jahrhundertwende auch Dampfmaschinen zum Einsatz kamen und British Columbia zur bedeutendsten Holzproduzierenden Provinz Kanadas aufstieg.



Der politische Ökonom Harold Innis

Im Rückblick wird offenkundig, dass die kanadische Wirtschaft bis zur Industrialisierung vornehmlich an naturräumliche Ressourcen gebunden war. Dies hat die politischen Ökonomen Harold Innis und W.A. Macintosh in den 1920er Jahren dazu bewogen, von Kanadas Staples-Ökonomie zu sprechen. Demnach hat der Pelzhandel sich als ein nationales (ökonomisches) Signum herausgeschält, den Osten mit der Mitte des Landes verbunden, Kanada von den USA abgegrenzt und außerdem das Land lange Zeit an Großbritannien gebunden. Vor allem aber hat der Handel mit Fellen nach Auffassung von Innis und Macintosh großen Einfluss auf die Nationenwerdung Kanadas gehabt.



**Wolfgang Kloß**, emeritierter Anglist (Universität Trier), war Präsident der Gesellschaft für Kanada-Studien und Kuratoriumsvorsitzender der Stiftung für Kanada-Studien. Seit einigen Jahren gehört er dem Präsidium der DKG und der Redaktion des DKG-Journals an.



# HOLZ ODER BITS? TRANSFORMATIONEN DER KANADISCHEN WIRTSCHAFT



S-Bahn von Alstom fährt über eine Brücke über den Rideau River

Kanadas Volkswirtschaft, die neuntgrößte der Welt, war lange Zeit eine sogenannte staples economy. Sie basierte vor allem auf dem Export zumeist nicht oder nur in Ansätzen weiterverarbeiteter Naturressourcen (Fisch, Holz, Weizen, mineralische Rohstoffe wie Erze und fossile Energieträger). Bis heute bilden Rohstoffe eine der wichtigsten Säulen der kanadischen Wirtschaft. So ist das Land einer der weltweit wichtigsten Produzenten von Zink, Uran, Kadmium und Nickel und liefert einen hohen Anteil an Aluminium, Kobalt, Gold, Blei, Kupfer und anderen Bodenschätzen an den Weltmarkt, insbesondere die USA. Fischerei,

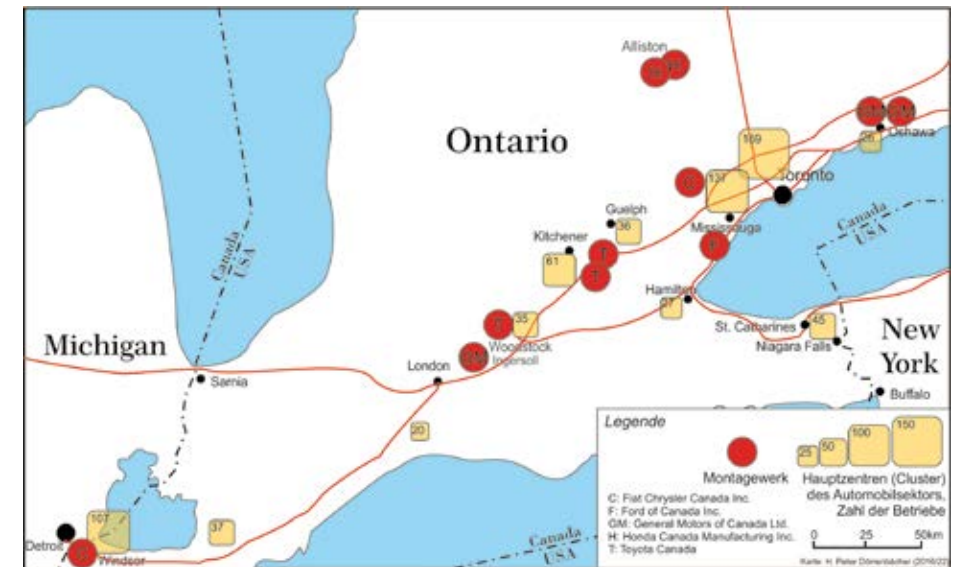
Holz- und Landwirtschaft sind ebenfalls bedeutsame Wirtschaftsfaktoren. Zudem verfügt Kanada nach Venezuela und Saudi-Arabien über die drittgrößten Erdölreserven, insbesondere im Norden Albertas. Große Erdgasvorkommen und die von den zahlreichen Seen gespeiste Wasserkraft versetzen Kanada in die Lage, in großem Umfang Energie zu exportieren. Insbesondere Québec exportiert mit Hilfe der Wasserkraft erzeugten Strom in die Neuenglandstaaten.

Die Entstehung eines nennenswerten warenproduzierenden Industriesektors, den man als post-staples eco-

nomy bezeichnen kann, ist dagegen ein relativ junges Phänomen. Ende des 19. Jahrhunderts entwickelte sich im Raum Hamilton sowie in Sault Ste. Marie an der Verbindung zwischen Oberem See und Huronsee die Eisen- und Stahlindustrie. In Québec konzentrierten sich vor allem die Textil- und die Nahrungsmittelindustrien. Wirklich bedeutsam wurde die Industrie allerdings erst in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts, als durch die in der Rohstoffwirtschaft erzielten hohen Einkünfte ein nennenswerter Markt für die eigenen Industrieprodukte entstanden war. Und selbst dann konnte sich die kanadische Industrie angesichts der geringen Bevölkerung nur unter dem Schutz von hohen Zöllen entwickeln.

Die Folge: Kanadas Industrie ist bis heute von Zweigwerken geprägt, zumeist von amerikanischen Unternehmen, die so die hohen kanadischen Zollschranken umgehen und ihre Produkte auf dem Markt nördlich des 49. Breitengrads verkaufen können. Auch nach dem Inkrafttreten des Nordamerikanischen Freihandelsabkommens (NAFTA) von 1993 und dessen Nachfolgeabkommen USMCA von 2020 ist das Land nach wie vor von der amerikanischen Wirtschaft abhängig und eng mit ihr verflochten. Es erstaunt daher nicht, dass die kanadische Industrie auf den Süden von Ontario und Québec, nahe der amerikanischen Industriezentren konzentriert ist.

In der jüngeren Vergangenheit ging in Kanada wie in den meisten Industrieländern die Beschäftigung in der Industrie stark zurück, der Industrieanteil an der Wirtschaftsleistung Kanadas sank kräftig. Teile der industriellen Wertschöpfung (sowohl Produktionsschritte als auch Dienstleistungen) wurden aus den Industrieunternehmen in andere Länder ausgelagert (Outsourcing). Insbesondere die Industriebereiche mit einem hohen Anteil an Routinetätigkeiten und hoher Beschäftigung erlitten somit starke Arbeitsplatz- und Umsatzverluste. Dies gilt insbesondere für die Textil- und Bekleidungsindustrie, die durch Pro-



Standorte der kanadischen Automobilproduktion

duktionsverlagerungen in Niedriglohnländer in Asien, aber auch nach Mexiko dramatische Einbußen verzeichnete. Anders dagegen war die Entwicklung im Automobil- und Schienenfahrzeugbau sowie in Teilen des Flugzeugbaus: hier stiegen die Umsätze kräftig an. Heute sind der Fahrzeugsektor sowie die Luft- und Raumfahrt neben der Nahrungsmittelindustrie die bedeutendsten Industriezweige Kanadas, obwohl auch hier Arbeitsplätze in erheblichem Umfang, besonders bei einfachen Tätigkeiten abgebaut wurden.

Der kanadische Automobilsektor umfasst die gesamte Lieferkette von der Teileherstellung bis zur Fahrzeugmontage. Die drei großen amerikanischen Automobilhersteller General Motors, Ford und Chrysler (FCA) produzieren in Ontario mehr Fahrzeuge als an ihrem Stammsitz im benachbarten Michigan. Auch Honda und Toyota betreiben im Süden Ontarios seit der zweiten Hälfte der 1980er Jahre große Montagewerke. Von hier aus bedient Honda nicht nur den nordamerikanischen, sondern auch den mexikanischen, südamerikanischen und chinesischen Markt. Magna International, einer der weltweit bedeutendsten Automobilzulieferer, hat seinen Stammsitz in Ontario.

Der Schienenfahrzeugsektor ist eine weitere wichtige Industriebranche. Allein Alstom Canada, welches die Aktivitäten von Bombardier Transportation übernommen hat, beschäftigt an seinen zehn kanadischen Produktionsstandorten, die meisten davon im Großraum Montreal, rund 4200 Personen und vergibt Aufträge





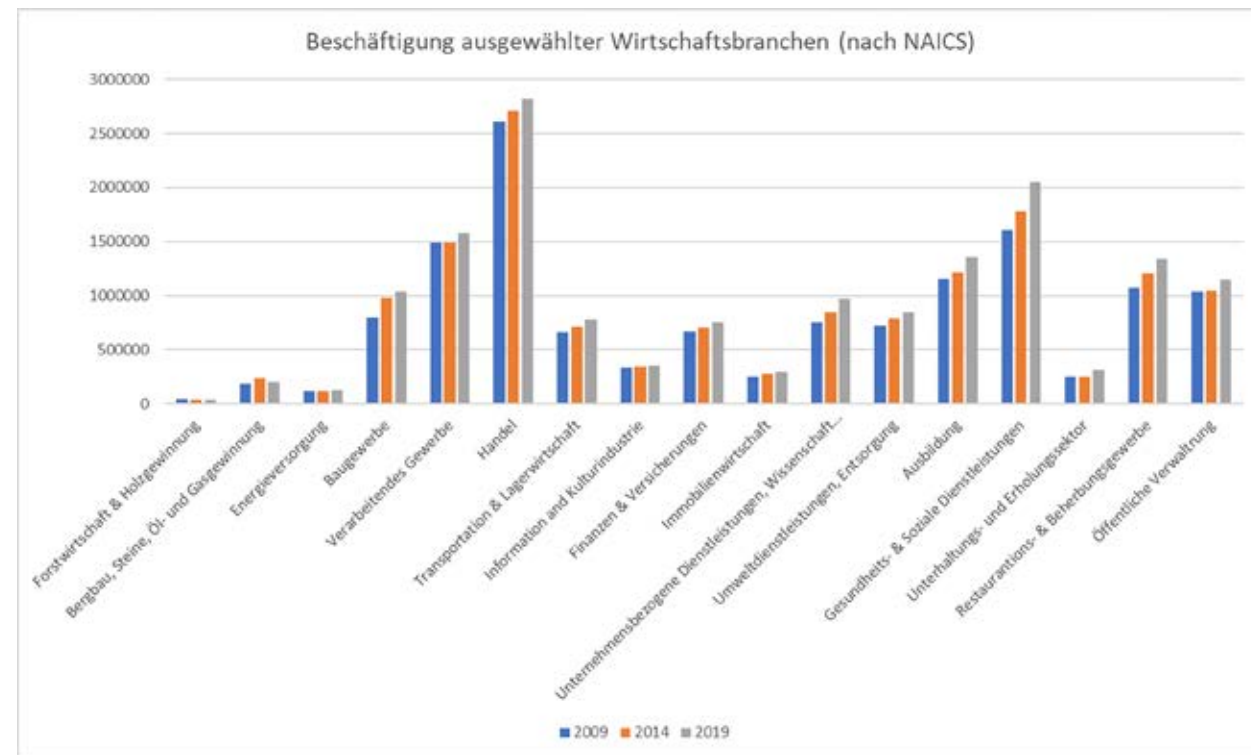
Bombardier Challenger 600

an mehr als 900 Zulieferer. Das Unternehmen entwickelt und fertigt vor allem Straßenbahn-, U-Bahn- und Nahverkehrszüge.

Bombardier selbst konzentriert sich heute vor allem auf die Entwicklung und den Bau von Firmenjets und die Herstellung von Freizeitfahrzeugen und Schneemobilen. Der Aerospace-Sektor Kanadas umfasst dagegen die gesamte Produktpalette von Flugsimu-

latoren bis hin zu Raumfahrzeugkomponenten und beschäftigt nicht weniger als 84.600 Personen (2020).

Kanada hat sich so von einem Rohstoffland zu einer der führenden Industrienationen entwickelt. Nicht nur das. Inzwischen kann nicht nur von einer post-staples economy gesprochen werden, vielmehr handelt es sich auch um eine post-industrial economy, zumindest, wenn man den Stellenwert der Dienstleistungsökonomie an der Gesamtwirtschaft betrachtet. Während Landwirtschaft, Forstwirtschaft und Bergbau sowie Industrieproduktion Beschäftigte verlieren, wächst die Zahl der Beschäftigten in einigen Dienstleistungsbereichen kontinuierlich an. Der Anteil des Dienstleistungssektors am Bruttoinlandsprodukt ist auf rund 70 Prozent des Bruttoinlandsprodukts gestiegen. Insbesondere Dienste, die im Bereich des Bergbausektors, des Wassermanagements sowie der Umweltdienstleistungen liegen, gelten als besonders zukunftsträchtig, da sie an bodenständige Ressourcen anknüpfen und diese ökonomisch in Wert setzen. Wachstumstreiber sind zudem der Finanzsektor, das Versicherungsgewerbe, das Immobilienwesen sowie die IT-Entwicklung und -Beratung. So gelten Calgary und Edmonton in Alberta zwar nach wie vor als die



Quelle: Statistics Canada. Table 14-10-0202-01 Employment by industry, annual. DOI: <https://doi.org/10.25318/1410020201-eng>

Oil Capitals of Canada, der wirtschaftliche Erfolg der Region beruht aber nicht mehr ausschließlich auf der Erdölförderung. In Calgary entstand ab den 1980er Jahren eine Hightech-Industrie, die auf wissensintensiven Dienstleistungen nicht zuletzt im Bereich der rohstoffverbundenen Industrien aufbaut und eine enorme Wirtschaftskraft entwickelt hat. Darüber hinaus haben sich die Regionen um Kitchener/Waterloo und Ottawa zu Brutstätten kreativer Ideen im Hightech-Bereich entwickelt, wobei erstere gar als „Kanadas Silicon Valley“ bezeichnet wird. Seit den 1980er Jahren haben sich im Umfeld der University of Waterloo und Wilfrid Laurier University zahlreiche Start-ups entwickelt, die häufig in sogenannten fablabs (Kreativzentren) an innovativen Ideen insbesondere im Bereich der IT und der künstlichen Intelligenz arbeiten.

So ist Kanadas Transformation von einem Rohstoffland zu einer integrierten Wirtschaft weit vorangeschritten. Es ist zu vermuten, dass in der weiteren Entwicklung die Metropolregionen Toronto, Montréal und Vancouver als internationale Brückenköpfe weiter an Bedeutung gewinnen werden. Allerdings sieht sich Kanada trotz allen Fortschritts auch mit zunehmenden sozialen, ökonomischen und vor allem auch regionalen Disparitäten konfrontiert, da das Wachstum und die Wirtschaftskraft auf wenige Zentren konzentriert sind. Und auch innerhalb dieser Zentren ist eine soziale und wirtschaftliche Segregation deutlich spürbar. Hinzu kommen anhaltende Ressourcenverschwendung, Raubbau an der Natur sowie die Aus-

wirkungen des Klimawandels, die auch an Kanadas Wirtschaft nicht ungetrübt vorbeigehen. Der Weg zu einer resilienten Wirtschaft ist somit noch lange nicht erreicht und wird auch in Zukunft an den großen gesellschaftlichen Herausforderungen zu messen sein.



**H. Peter Dörrenbächer** ist Professor für Kulturgeographie an der Universität des Saarlandes. Seine regionalen Forschungsschwerpunkte liegen im Bereich der Grenzforschung (Border Studies) mit Schwerpunkt Westeuropa und der Wirtschafts- und

Sozialgeographie Europas und Kanadas. DKG Journal.



**Ulrike Gerhard** ist Professorin für Humangeographie Nordamerikas und Stadtgeographie am Geographischen Institut sowie am Heidelberg Center for American Studies der Universität Heidelberg. Ihre Forschungsschwerpunkte liegen im Bereich

aktueller Stadtentwicklungsprozesse in Kanada, USA und Europa.

**Impressum**

Das DKG-Journal ist die Mitgliederzeitschrift der Deutsch-Kanadischen Gesellschaft e.V. (Amtsgericht Köln 43 VR 9965). Geschäftsstelle: Innere Kanalstr. 15, 50823 Köln, Deutschland, Telefon: +49 221 2576 781, E-Mail: [info@dkg-online.de](mailto:info@dkg-online.de), Internet: [www.dkg-online.de](http://www.dkg-online.de).

**Vorstand:** Stefan Rizer, Köln; Bernd Brummermann, Lemgo; Martin Gutsch, Kaarst; Hannes Weiland, Starnberg; Dr. Ulrike Rausch, Düsseldorf; Felix Hilgert, Köln; Robin Arens, Berlin

**Redaktion:** Dr. Ulrike Rausch (ur), Verantwortlicher Redakteur, V.i.S.d.P. § 55 Abs. 2 RStV, Dr. Georg Schmitz, Kirchheim, Prof. Dr. Wolfgang Kloß, Trier (wk).

**Bildnachweise:** Agnes Sean Cameron, CC SA 4.0 S. 4; Joanne Clifford, CC SA 4.0, S. 6; Deutsche Börse AG, S. 10, S. 12; Dllu, CC BY SA 4.0, S. 16; International Renewable Energy Agency S. 14; Dominique Leclerc S. 24 u li; Pete Markham | Flickr, CC BY SA 2.0, S. 13; Natural Resources Canada Hydrogen Strategy for Canada, S. 15; N.N., Public Domain S. 3; N.N., CC SA 2.0 S. 8; N.N. | Flickr, CC BY 2.0, S. 11; Rayonso | OpenGrid Scheduler, CCO 1.0, Public Domain, S. 20; Alexander Rentsch S. 24 u re; Matthias Strobel S. 24 o; The Poutine Kitchen, S. 22, 23; Chris Tyler, CC SA 2.0 S. 1



# BANKEN, PIPELINES, STARTUPS: DIE KANADIER UND IHRE BÖRSE



Das Parkett der Frankfurter Börse

Man sagt den Kanadiern nach, sie seien grundsätzlich optimistischer als Deutsche. Haben sie auch ein anderes Verhältnis zum Geld? Schaut man auf die Börsen, könnte man auf die Idee kommen. Denn sie stecken pro Kopf mehr Geld in Aktien als die Deutschen. Und ihr Altersvorsorgesystem baut zu einem weit größeren Teil auf der Risikoanlage Aktie auf als unser System. Die deutsche staatliche Rente sieht im Gegensatz zur kanadischen Rente derzeit keine Aktienkomponente vor.

In der privaten Altersvorsorge, etwa bei Versicherungsangeboten oder bei Pensionskassen, wird die Aktie in Deutschland wieder etwas populärer, erreicht aber längst nicht das kanadische Niveau.

Die Ampelkoalition in Berlin will das ändern und in eine teilweise Kapitaldeckung der gesetzlichen Rente einsteigen, bleibt im Koalitionsvertrag aber vage.

In Kanada ist eine Aktienquote im Canada Pension Plan, der ein Teil der staatlichen Säule in Kanada ist, verpflichtend.

Dort erreicht die Aktienquote rund 39 Prozent. Hinzu kommen Aktienanteile in den weiteren Säulen der Altersvorsorge, in der betrieblichen und der privaten.

Ja, Aktien bergen Risiken, bis hin zum Totalverlust. Die Kanadier haben sich in den 1990er Jahren dennoch dafür entschieden, vor allem wegen der demo-

grafischen Entwicklung. Es war abzusehen, dass das System mit einem reinen Umlageverfahren seinen Verpflichtungen nicht mehr würde nachkommen können. Außerdem verspricht die starke Aktienkomponente höhere Renditen und damit die Chance, wirkungsvoller der Geldentwertung (aktuell versetzt das Schreckgespenst Inflation weltweit Menschen und Marktmacher in Angst und Schrecken) ein Schnippschen schlagen zu können.

Kanada ist also aktienfreundlicher. Dabei haben die Deutschen beim Blick zurück länger Zeit gehabt, sich mit Börse und Aktie anzufreunden. Als Gründungsdatum der Frankfurter Börse gilt der 9. September 1585. Im Jahr 1820 wurde die erste Aktie gehandelt, eine ausländische übrigens, aus Österreich.

Die Toronto Stock Exchange wurde als TSE 1861 gegründet und 1878 offiziell inkorporiert. Heute ist sie Teil der TMX Group, die auch andere kanadische Börsen betreibt.

Der Deutsche Börse-Konzern mit seinem für Anleger wichtigen Börsenwert ist dem jüngeren Konkurrenten nach wie vor überlegen. Die Deutsche Börse ist insgesamt über 25 Milliarden Euro wert, der Torontoer Börsen-Mutterkonzern TMX „nur“ umgerechnet gut 5 Milliarden Euro. Die Deutsche Börse verdient mit ihren anderen Sparten, insbesondere mit ihrer Terminbörse und der Abwicklung von Handelsgeschäften, enorm viel Geld.

Es gibt weitere Unterschiede, und hier spiegeln die jeweils größten Handelsplätze in Toronto und in Frankfurt wie ein Mikrokosmos ihre jeweilige Wirtschaftswelt.

Ein wesentlicher Unterschied – in Kanada ist die Aktie nicht nur bei den Anlegern beliebter, es gibt auch viel mehr davon. Deutschland ist zwar ein BIP-Riese. Das BIP steht für Bruttoinlandsprodukt und meint die Wirtschaftsleistung eines gesamten Landes. Doch im Vergleich mit Kanada ist Deutschland zugleich ein Zwerg. Nimmt man nämlich den Marktwert aller in Toronto bzw. Frankfurt notierten Aktien und setzt ihn ins Verhältnis zur Wirtschaftsleistung, ist Toronto der Riese.

Börsenexperten erklären die schwächere Aktienkultur in Deutschland auch mit der mittelständischen Struktur der Wirtschaft. Mittelständler sind erfolgreich und gelten als starkes Rückgrat der Wirtschaft, neigen aber



Die Art Deco Fassade des früheren Toronto Stock Exchange Gebäudes

nach Marktexperten eben nicht so stark wie größere Unternehmen zum Gang an die Börse.

Eine weitere Überraschung: Die Kanadier haben außergewöhnlich mächtige Banken. Ihr Markt und damit der Wettbewerb im Lande sind streng reguliert. Das hilft den fünf großen Banken des Landes. Die Royal Bank und die Toronto Dominion Bank stehen, gemessen an ihrem Unternehmenswert, an der Spitze des „kanadischen DAX“, dem S&P/TSX. Die Bank of Nova Scotia, die Bank of Montreal und die Canadian Imperial Bank of Commerce gehören ebenfalls zu den Favoriten in Toronto.

Der Kontrast zu Frankfurt könnte nicht größer sein. Einst waren die drei Großbanken Deutsche Bank, Dresdner Bank und Commerzbank selbstverständliche Mitglieder im Club der Börsen-Schergewichte. Doch heute ist die Deutsche Bank im Börsenbarometer DAX meilenweit von der Spitze entfernt. Die Commerzbank ist längst in die zweite Liga abgestiegen. Der Staat musste sie 2008 sogar retten. Die Dresdner Bank gibt es gar nicht mehr.

Zu Torontos Börsenstars kommen Rohstoff- und Energieunternehmen dazu. Was, anders als bei den Banken,



angesichts der Struktur des Landes und seiner reichen Bodenschätze nicht überrascht.

Beliebt bei Anlegern ist Enbridge aus Calgary, der Betreiber des weltgrößten Öl- und Gas Pipeline Systems. Der Öl- und Gasproduzent Canadian Natural Resources aus Calgary gehört zu den Top vier im S&P/TSX 60.

Energie ist im DAX zwar mit RWE und EON vertreten, aber, nicht ganz überraschend, es fehlen Rohstoffwerte.

Die deutsche Börsen-Bundesliga wartet mit BASF und der Deutschen Post mit den größten Chemie- und Logistik-Konzernen der Welt auf. VW hat seit Jahren Platz eins oder zwei unter den Autobauern weltweit abonniert. Airbus, Allianz, Siemens, Bayer und Linde sind ebenfalls starke Weltmarktspieler.

Was es auf dem deutschen Kurszettel aber nicht für Geld und gute Worte gibt, ist die Schiene. Die ist in Toronto gleich doppelt vertreten. Canadian National Railway Company und Canadian Pacific Railway Ltd. gehören seit dem 19. Jahrhundert untrennbar zu Kanadas Geschichte und überzeugen nach Meinung der Investoren offensichtlich auch im 21. Jahrhundert.

Einen ähnlichen Pioneering-Spirit wie in den Gründerjahren der Eisenbahn gibt es in Kanada heute in anderer Form bei den Startups. Sicher, genau genommen war auch SAP einmal ein Startup oder, noch viel früher, Siemens. Aber Toronto hat mit Shopify aus Ottawa einen Stern des Internet/E-Commerce Universums in seinen Reihen. Die deutschen E-Commerce-Vertreter im DAX, Delivery Hero, Hello Fresh und Zalando können da nicht mithalten, vor allem nicht beim gigantischen Börsenwert von Shopify.

Zwei Dinge hat Frankfurt allerdings, die es in Toronto nicht gibt. Der Parketthandel lebt, wenn auch mit Mini-Umsätzen. Toronto schaffte das erlebbare Gewusel der Parketthändler 1997 ab. Seitdem wird dort nur noch elektronisch gehandelt. Im Grunde ist auch der gesamte Deutsche Börse-Konzern, zu dem die Frankfurter Börse gehört, voll elektronisch. Das ist schneller, kostet weniger und lässt sich, so viel Ehrlichkeit muss sein, auch besser überwachen. Die übrig gebliebene Händlerschar auf dem Parkett wickelt ihren Teil des elektronischen Handels aber immer noch sicht- und hörbar für BesucherInnen sowie für Radio und Fernsehen ab.



Bulle und Bär vor der Frankfurter Börse

Und draußen, auf dem Börsenplatz, freuen sich jeden Tag Frankfurter und Touristen über die riesigen Bulle- und Bär-Bronzen, die das Auf und Ab der Kurse symbolisieren. Der Bulle steht für steigende, der Bär für fallende Kurse. Beide sind übrigens bei Kindern und Erwachsenen, die regelmäßig auf ihnen herumklettern, gleichermaßen beliebt. Der Gedanke der Marktbetreiber: Haptisches anbieten, zum Anfassen, Ansehen, Hören, Staunen. Kurzum, sympathisches Werben um Interesse an und Verständnis für Börse.

Nüchtern betrachtet, ist das auch bitter nötig, wenn man den Vorsprung Kanadas bei der Akzeptanz der Aktie sieht, ganz ohne Bulle und Bär zum Rumturnen.

Beim näheren Blick auf das Land des Maple Leaf wird offenbar, dass es zugleich ein Land der Börse ist, und dass es am und für den Finanzplatz Deutschland noch viel zu tun gibt.



**Ulrich Barths** wuchs in Wolfsburg und Toronto auf und studierte an der University of Western Ontario. Familie, Freunde und die Liebe zu Kanada führen ihn regelmäßig zurück in seine zweite Heimat. Als freier Journalist arbeitete er seit 1984 für den Deutschlandfunk, den hr, die DW und für die anderen ARD-Anstalten.

# DEUTSCH-KANADISCHE ENERGIEKOOPERATION IN ZEITEN DES KLIMAWANDELS



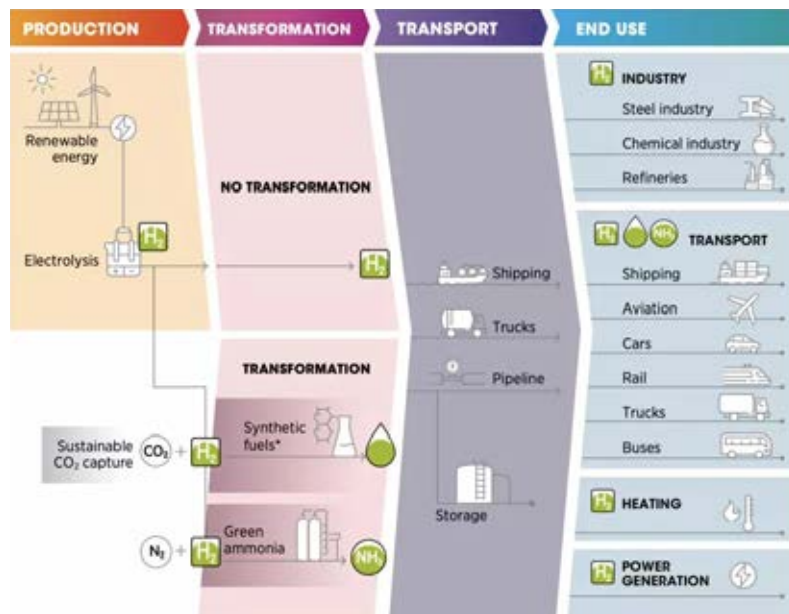
Der Hafen von Baie-Comeau, zukünftig auch Wasserstoff-Cluster

Um ihre Klimaziele für 2045 bzw. 2050 zu erreichen und die Dekarbonisierung voranzubringen, setzen Deutschland und Kanada auf den heimischen und internationalen Markthochlauf von Wasserstoff und damit verbundener Technologien. Es folgt eine Übersicht zu aktuellen Entwicklungen sowie zu bestehenden und geplanten deutsch-kanadischen Kooperationsprojekten.

Mit der Wiederwahl der Liberal Party und des Premierministers Justin Trudeau Ende September 2021 wurde Kanadas Klimapolitik und das Ziel der Klimaneutralität bis 2050 bestätigt. Um dieses zu erreichen, will Kanada unter anderem ein klimaneutrales Stromnetz bis 2035 aufbauen, die Methanemissionen deutlich verringern und Subventionen für fossile Brennstoffe schrittweise auslaufen lassen. Für die

Öl- und Gasindustrie sind zudem sukzessiv steigende Emissionsgrenzwerte in Ausarbeitung; die Branche selbst entwickelt Projekte zur Abscheidung, Nutzung und Speicherung von Kohlenstoff („Carbon Capture Use and Storage“, CCUS) um zur Emissionsminderung beizutragen.

Den Rahmen der kanadischen Energie- und Klimapolitik bildet ein in den Provinzen unterschiedlich ausgestalteter CO<sub>2</sub>-Preis; ein von der Bundesregierung abgesegnetes System zur CO<sub>2</sub>-Bepreisung ist für die Provinzen seit einem letztinstanzlichen Urteil des Supreme Court im Frühjahr 2021 verpflichtend. Derzeit ist der Preis für den Ausstoß von einer Tonne CO<sub>2</sub> auf 40 kanadische Dollar festgelegt, er wird bis 2030 auf 170 kanadische Dollar steigen (wobei für besonders emissionsstarke Industriebetriebe Aus-



Schema der Wasserstoffproduktion, Umwandlung und Anwendung

nahmeregungen gelten). Die kanadische Wirtschaft und Gesellschaft wird sich also aufgrund der energetischen Transformation auf große Veränderungen in kurzer Zeit einstellen müssen, jedoch liegt in der zunehmenden Dekarbonisierung auch großes wirtschaftliches Potential.

Um dieses zu heben, stellen Wirtschaft und Politik gerade die Weichen für den kanadischen und internationalen Markthochlauf für Wasserstoff und den damit verbundenen Technologien bzw. Anwendungsfeldern. Kanada hat zur Wasserstoffproduktion hervorragende Grundbedingungen. Etwas vereinfacht gesagt: Alberta, British Columbia, und Saskatchewan verfügen über ausreichende Mengen an Erdgas als Grundstock für gasbasierte Wasserstoffproduktion, durch CCUS sollen die Emissionen gering gehalten werden (sog. „blauer“ oder „sauberer“ Wasserstoff). In den Atlantikprovinzen dagegen herrschen optimale Voraussetzungen, um mit Windkraft Elektrolyseure zu betreiben und emissionsfreien Wasserstoff herzustellen (grüner Wasserstoff). In Québec sind neben Windkraft vor allem die hohen Wasserkraftwerkskapazitäten für den Betrieb von Elektrolyseuren prädestiniert.

Und das Land hat einiges vor. Laut der im Jahr 2020 veröffentlichten nationalen Wasserstoffstrategie will Kanada bis 2050 zu den drei größten Wasserstoffproduzenten weltweit gehören und 31 Prozent des

eigenen Endenergieverbrauchs durch Wasserstoff abdecken – vor allem für Gebäude- und Prozesswärme, als Industriegrundstoff, im Fern-, Schwerlast-, Schienen-, Seeverkehr, und in der Stromspeicherung. Zudem prognostiziert die Strategie, dass der Wasserstoffsektor im Jahr 2050 rund 47 Milliarden kanadische Dollar (31 Milliarden Euro) erwirtschaften und 358.000 Menschen beschäftigen wird. Darüber hinaus sieht sich Kanada auch weiterhin als bedeutender Energieexporteur, Wasserstoff oder dessen Derivate sollen in großen Mengen exportiert werden. Die Strategie nennt Deutschland als wichtigen Zielmarkt.

Denn so sehr die Anstrengungen der deutschen Wirtschaft und Politik zur eigenen Wasserstoffproduktion auch

sein mögen, perspektivisch wird Deutschland den Großteil des Bedarfs über Importe bedienen. Eine Studie der Strategieberatung Strategy & geht von einer Nachfrage Deutschlands von 2,7 bis 3,3 Megatonnen an Wasserstoff und Wasserstoffderivaten (90 bis 110 Terawattstunden) im Jahr 2030 aus. Davon werden rund 0,4 Megatonnen (14 Terawattstunden) im Land selbst hergestellt – vorausgesetzt, der massive Ausbau an erneuerbaren Energien als Grundlage der nötigen Elektrolysekapazität wird zügig umgesetzt. Die inländisch verfügbaren Mengen werden also viel zu gering sein für die energieintensive Chemie- und Stahlindustrie, welche sich derzeit auf die Dekarbonisierung mit Wasserstoff vorbereitet. Um seine Produktion komplett auf grünen Stahl umzustellen, bräuchte zum Beispiel Thyssenkrupp jährlich so viel Wasserstoff, dass dafür die Energie von 3.800 Windrädern nötig wäre. Aktuell gibt es in Deutschland knapp 29.000 Windkraftanlagen.

Über diverse internationale Initiativen und Förderprogramme versucht deshalb die Bundesregierung derzeit den großvolumigen Import und einen Markthochlauf von Wasserstoff zu unterstützen. Auf kanadischer Seite wurde ebenfalls das Potential einer aufkeimenden Wasserstoffwirtschaft erkannt. Ein eigens vom Ministerium für Natürliche Ressourcen aufgesetzter „Clean Fuels Fund“ von 1,5 Milliarden kanadischen Dollar soll dabei helfen, das Investitionsrisiko für Demonstrationsprojekte zur Wasserstoff-



Vision 2050 der Regierung für Wasserstoff in Kanada

produktion zu minimieren und dadurch mittelfristig eine Exportwirtschaft zu etablieren.

Unternehmen wie das deutsch-kanadische Startup Hy2Gen mit Sitz in Wiesbaden und Montréal arbeiten daran, diesen transatlantischen Wasserstoffhandel Wirklichkeit werden zu lassen. Hy2Gen plant ein Milliardenprojekt in Baie-Comeau am Sankt-Lorenz-Strom in Québec, welches im Jahr 2026 mit einem 300 Megawatt Elektrolyseur grünen Ammoniak und grünes Methanol (beides Wasserstoff-Derivate) für den Export herstellen soll. Weitere Projekte mit Exportambitionen sind in Ost- und Atlantik-Kanada ebenfalls in Planung.

Neben den guten Voraussetzungen zur Wasserstoffproduktion ist Kanada im Bereich der Wasserstofftechnologien vielversprechend für eine aufkeimende Wasserstoffwirtschaft aufgestellt. Vor allem bei Brennstoffzellen zur Energiegewinnung gibt es viel Expertise, angewandt etwa von Cellcentric in Burnaby in der Nähe von Vancouver. Das Joint-Venture zwischen der Daimler Truck AG und der Volvo Group produziert dort Brennstoffzellen für den Schwerlastverkehr und betreibt eine Forschungsabteilung.

Ebenfalls bei Vancouver ist das Unternehmen Ballard Power Systems ansässig, ein Brennstoffzellenhersteller mit diversen Projekten in Deutschland. Dazu zählt etwa eine Kooperation mit dem Automobilzulieferer MAHLE für Lkw-Antriebsstränge, eine Partnerschaft mit dem Schwerlasttransporthersteller Quantron in Augsburg und die Zusammenarbeit mit Siemens in der Herstellung von Brennstoffzellen-Zügen.

In der Elektrolysetechnologie verfügt Kanada mit dem Unternehmen Hydrogenics über ein Vorzeigeunternehmen, welches mit seinen so genannten „Proton Exchange Membrane“ (PEM) Elektrolyseuren an manchen der weltweit größten Wasserstoff-Elektrolyseprojekten in Québec und China beteiligt ist (Die Zentrale von Hydrogenics ist in Mississauga bei Toronto, mit Standorten unter anderem in Gladbeck in Nordrhein-Westfalen; das Unternehmen wurde 2021 vom US-Motorenhersteller Cummins übernommen).

Die deutsch-kanadische Zusammenarbeit im Bereich Wasserstoff ist also auf einem guten Weg. Um diesen zu begleiten, arbeitet seit Juni 2021 ein bei der AHK Kanada eingerichtetes „Sekretariat der Energiepartnerschaft mit Kanada“ von Montréal und Toronto aus an der Umsetzung von Aktivitäten innerhalb der deutsch-kanadischen Energiepartnerschaft. Diese besteht seit März 2021 zwischen dem Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz und dem Ministerium für Natürliche Ressourcen in Ottawa – mit den Schwerpunkten Integration von erneuerbaren Energien, Versorgungssicherheit, technologische Innovationen und eine enge Zusammenarbeit zur Erreichung der Klimaziele – vor allem eben beim Zukunftsthema Wasserstoff.



**Nicolai Pogadl** ist Senior Manager bei der AHK Kanada und leitet seit Juni 2021 das in Montreal und Toronto ansässige Sekretariat der deutschen Energiepartnerschaft mit Kanada. Davor war er für die Canadian International Council und die Concordia Universität tätig.



# WEGBEREITER DEUTSCH-KANADISCHER WIRTSCHAFTSBEZIEHUNGEN

## KANADISCHER TRADE COMMISSIONER SERVICE



Der für Im- und Export besonders wichtige Hafen von Halifax

Wo liegen die derzeitigen Schwerpunkte der deutsch-kanadischen Wirtschaftsbeziehungen und welche Unterstützung bietet die kanadische Regierung deutschen und kanadischen Unternehmen bei ihren Bemühungen, ihre Geschäfte auf die andere Seite des Atlantiks auszudehnen? Diesen Fragen sind

**DKG:** Herr Weichert, bitte erzählen Sie uns über den Kanadischen Trade Commissioner Service (TCS) und Ihre Arbeit in Deutschland.

wir im Gespräch mit Andreas Weichert, Gesandter-Botschaftsrat und Senior Trade Commissioner sowie mit Detlef Engler, dem leitenden Beauftragten für Investitionen der Botschaft von Kanada in Berlin nachgegangen.

**Weichert:** Der TCS hilft kanadischen Unternehmen, auf globalen Märkten erfolgreich zu sein – wir haben Niederlassungen in über 160 Städten auf

der ganzen Welt, darunter drei in Deutschland. Als Kanadas Senior Trade Commissioner in Deutschland leite ich unser Team von 30 Handelsbeauftragten, um kanadische und deutsche Unternehmen zusammen zu bringen und die bilateralen Handelsbeziehungen zwischen unseren beiden Ländern zu stärken.

### Kanadischer Trade Commissioner Service in Deutschland

**Büros:** Berlin, Düsseldorf, München

**Mitarbeiter:** 30 Handelsbeauftragte

**Dienstleistungen:** Internationale Geschäftsentwicklung; Investitionsförderung; Wissenschaft, Technologie & Innovation

**Fokusbereiche:** Luft- und Raumfahrt, fortgeschrittene Fertigungstechnologie, Automobilindustrie, Lebenswissenschaft; CleanTech; Informations- und Kommunikationstechnik; Land- und Ernährungswirtschaft

Wir konzentrieren uns auf drei Hauptbereiche: Internationale Geschäftsentwicklung – also guter herkömmlicher Handel mit Waren und Dienstleistungen; Investitionsförderung nach Kanada sowie Wissenschaft, Technologie und Innovation. In diesem Jahr feiern wir das 50-jährige Jubiläum unserer offiziellen Kooperation in diesem Bereich, die auf einer in den 1950er Jahren begründeten wissenschaftlichen Beziehung aufbaute. In diesem Rahmen wurden über 1.500 gemeinsame Forschungsprojekte abgeschlossen.



Andreas Weichert

Kanada schätzt die starken transatlantischen Beziehungen, die ein globales regelbasiertes Handelssystem fördern. Als stolzer Handelsbeauftragter, der die Geschäfte seit über 27 Jahren auf 5 Kontinenten vernetzt hat, glaube ich, dass der Handel dazu dient, die Beziehungen und das Verständnis zwischen den Menschen zu stärken; dies ist

aus meiner Sicht unerlässlich, um die Welt zu einem besseren Ort zu machen.

**DKG:** Wie hat das Umfassende Wirtschafts- und Handelsabkommen (CETA) zum Erfolg Deutschlands und Kanadas beigetragen und welche Vorteile müssen noch ausgeschöpft werden?

**Weichert:** CETA hat unseren beiden Volkswirtschaften seit September 2017 viele Vorteile gebracht: erhöhte Mobilität der Arbeitnehmer sowie eine Zunahme des Exports und Imports von Produkten und Dienstleistungen; dies sind entscheidende Faktoren, um die Wettbewerbsfähigkeit der Industrien in unseren beiden Ländern zu stärken.

Dank dieses Abkommens vertiefen wir unsere Freundschaft und Partnerschaft. Wir bekräftigen gleichzeitig unser gemeinsames Engagement für die Stellung der Frau, den Schutz der Umwelt und der Arbeitnehmerrechte. Der Höhepunkt meiner Arbeit

### CETA stärkt den Handel zwischen Kanada und der EU

- Rekordhoch im Jahr 2019 von €66,8 Mrd. → Anstieg von 27,0% im Vergleich zu 2016 (Global Affairs Canada, An overview of Canada-EU trade performance under CETA).
- Trotz der Corona-Pandemie waren die Handelszahlen im Jahr 2020 (59,3 Mrd. Euro) höher als im Jahr 2017 (57,5 Mrd. Euro) (ibid.)

in Deutschland ist es, die Erfolge zu sehen, die sich aus CETA ergeben.

Wenn Sie sich unsere Automobil- und Lebenswirtschafts-Industrien anschauen, wird klar, dass CETA funktioniert. CETA führt zu widerstandsfähigen Lieferketten mit vertrauenswürdigen Partnern – dies ist ein Schlüssel zu einer grüneren, gesünderen Zukunft. CETA fördert die Entwicklung gemeinsamer Wertschöpfungsketten für Elektrofahrzeuge und Batterien sowie für kritische Mineralien, saubere Kraftstoffe und biomedizinische Technologien.

Ob es sich um unsere konzertierten Bemühungen um die Dekarbonisierung unserer Automobilindustrie

Bestand der ausländischen Direktinvestitionen in Kanada nach Ultimate Investing Country (UIC)\*

Land (UIC)	Milliarden Kan. \$	Anteil (%)
Vereinigte Staaten von Amerika	523	50
Vereinigtes Königreich	64	6.1
Japan	48	4.6
Deutschland	34	3.3
Schweiz	34	3.2
China	32	3.1
Niederlande	31	3.0
Irland	25	2.4
Brasilien	24	2.3
Frankreich	24	2.3

\*Als „ultimate investor“ wird das Unternehmen bezeichnet, das die Kontrolle über die Entscheidung, in ein bestimmtes Land zu investieren, innehat. Der Standort des „ultimate investor“ wird als „ultimate investing country“ (UIC) bezeichnet.

oder die Erforschung von sauberem Wasserstoff als alternative Energiequelle oder um unsere Zusammenarbeit bei der Lieferung von BioNTech-mRNA-Impfstoffen mit Nanolipiden auf der Basis kanadischen geistigen Eigentums handelt, der Handel zwischen unseren beiden Nationen beweist, dass wir gemeinsam stärker sind. Die Ratifizierung von CETA durch die EU-Staaten wird unseren Bürgern dann alle Vorteile von CETA bringen.

Investitionen sind ein wichtiges Bindeglied in den kanadisch-deutschen Beziehungen. Mein Kollege Detlef Engler wird mehr über die Investitionsseite unserer Arbeit erzählen. Herr Engler verfügt über einen großen Erfahrungsschatz und hat viele deutsche Investment-Erfolgsgeschichten nach Kanada gebracht.

#### Handel zwischen Kanada und Deutschland

- Deutschland ist Kanadas größter Exportmarkt in der EU und sein sechstgrößter Handelspartner weltweit (Global Affairs Canada, Canada-Germany Relations)
- Wert des gegenseitigen Warenhandels zwischen Deutschland und Kanada (2020): 14,8 Mrd. Euro (Germany Trade and Invest, Wirtschaftsdaten Kompakt Kanada, November 2021)
  - Kanadische Exporte nach Deutschland: 5,5 Mrd. Euro
  - Deutsche Exporte nach Kanada: 9,3 Mrd. Euro

**DKG:** Herr Engler, was genau ist Ihre Tätigkeit?

**Engler:** Die Förderung von ausländischen Investitionen in Kanada ist ein Spezialbereich, der in ausgewählten Ländern wie Deutschland angesiedelt ist. Wir konzentrieren uns von Berlin aus auf die gezielte Ansprache und Beratung deutscher Unternehmen, die an einer Ansiedlung in Nordamerika interessiert sind. Dabei heben wir die Vorteile einer Investition in Kanada hervor. Sollte ein Unternehmen sich entschließen, Kanada für einen Distributions-, Produktions- oder gar Entwicklungsstandort in Betracht zu ziehen, beraten wir aktiv bei der Standortsuche und navigieren das Unternehmen durch ein ausgedehntes Netzwerk von Wirtschaftsförderungen auf Bundes-, Provinz- und regionaler Ebene.

Die Pflege der Beziehungen zu Investoren, die bereits in Kanada investiert haben, liegt uns dabei besonders am Herzen. Die Erfahrung lehrt, dass über 70% der deutschen Investitionen in Kanada über die Jahre von bereits vor Ort vertretenen Firmen getätigt werden.

**DKG:** Warum sollte ein deutsches Unternehmen überhaupt in Kanada investieren?

**Engler:** Die Märkte Nordamerikas spielen eine wichtige Rolle im Rahmen der Globalisierungsstrategien deutscher Unternehmen. Kanada hat hier viel zu bieten: Wir sind sicherlich amerikanischer als Europa, aber definitiv auch europäischer als die USA. Übereinstimmend werden die gut ausgebildeten Fachkräfte Kanadas gelobt, deren Bedarf sowohl durch Ausbildung als auch durch ausgewogene Einwanderungspolitik gedeckt wird. Die im nordamerikanischen Vergleich niedrige Mitarbeiterfluktuation erlaubt den Firmen gezielt in Weiterbildung zu investieren, ohne zugleich befürchten zu müssen, für die Konkurrenz auszubilden.

Letztlich muss sich das Engagement natürlich finanziell lohnen. Und da sind Kanadas wettbewerbsfähige Betriebskosten, ein moderates Gehalts- und Lohnniveau sowie attraktive Steuer- und Abgabensätze oft ausschlaggebend. Viele deutsche Unternehmerinnen und Unternehmer berichten, dass ihre Töchtergesellschaft in Kanada zu den margenträchtigsten Engagements der Firma weltweit gehört.

**DKG:** Gibt es besonders „heiße“ Branchentipps?

**Engler:** Klar. Kanada ist nach Silicon Valley einer



Detlef Engler

der heißesten Tipps im Bereich künstlicher Intelligenz und Cyber Security; dies gilt besonders für die Ballungsräume Toronto-Waterloo, Montréal und Edmonton, aber auch für Ottawa, Vancouver und Calgary.

Wichtige Schwerpunkte der kanadischen Wirtschaftspolitik liegen auf dem Aufbau robuster, nachhaltiger Lieferketten im Bereich der Elektromobilität, im verantwortungsbewussten Abbau von seltenen Erden und Mineralien, in der Biomedizin und in der nachhaltigen Produktion von gesunden Nahrungsmitteln. Ebenso wichtig ist die Dekarbonisierung der kanadischen Industrie mit Hilfe nachhaltiger Energieträger wie sauberem Wasserstoff.

Hier laden wir gezielt deutsche Unternehmen ein, mit ihrer Expertise einen wichtigen Beitrag zu leisten.

**DKG:** Sind Sie denn noch im Kontakt mit vielen der Firmen, die Sie bei ihrer Ansiedlung oder Erweiterung in Kanada begleitet haben?

**Engler:** Ich habe in meiner nun fast 25-jährigen Karriere die Ehre gehabt, mehr als 2000 Unternehmerinnen und Unternehmer bei ihrem Kanada-Engagement beraten zu dürfen. Einige hunderte haben sich in dieser Zeit in Kanada angesiedelt und sind seither kräftig gewachsen. Wir haben diese Firmen nicht nur vor und während ihrer Erstinvestition begleitet, sondern auch und besonders danach. Dies zahlt sich in Krisenzeiten wie der gegenwärtigen Pandemie aus.

**DKG:** Herr Weichert, Herr Engler, letzte Frage, wie unterscheidet sich die Beratungstätigkeit der TCS von anderen Wirtschaftsförderorganisationen?

**Weichert:** Als Teil der kanadischen Regierung sind unsere Dienstleistungen kostenfrei und werden streng vertraulich behandelt. Ich lege großen Wert auf ergebnisorientierte Beratung. Das bedeutet, dass wir Entscheidungsträger bei der Standortsuche beraten, unser Netzwerk zur Informationsbeschaffung einsetzen

und, wo notwendig, auch hochrangige Repräsentanten Kanadas wie unseren Botschafter, Staatssekretäre und Minister mit ins Spiel bringen. Dies immer mit dem Ziel, für das Unternehmen einen effizienten Mehrwert zu schaffen. Denn Zeit ist Geld.

Dabei hilft ein erfahrenes kanadisches Team auf beiden Seiten des Atlantiks tatkräftig mit. Wir freuen uns sehr, wenn unsere Kunden durch unsere Leistungen erfolgreich sind.

#### Neuer DKG Newsletter: Canada. Business. Briefing

Zusätzlich zu den monatlichen Maple News und den vierteljährlich erscheinenden deutsch-kanadischen Kulturnachrichten „Canada. Culture. Live“ bietet die Deutsch-Kanadische Gesellschaft allen Kanadafreunden seit Juli 2021 auch einen monatlichen Newsletter zum deutsch-kanadischen Wirtschaftsgeschehen unter dem Namen „Canada. Business. Briefing“, kurz CBB. Neben Meldungen aus Unternehmen, der anwendungsorientierten Wissenschaft und der Wirtschaftspolitik zählen Termine und Veranstaltungshinweise sowie Wirtschaftsdaten zum inhaltlichen Portfolio – immer mit Deutschland-Kanada-Bezug. Berichtswerte Neuigkeiten und Veranstaltungen nimmt das Redaktionsteam des CBB jederzeit gerne per E-Mail an die Geschäftsstelle der DKG unter [info@dkg-online.de](mailto:info@dkg-online.de) entgegen. Interessierte können das CBB unter folgendem Link auf der DKG-Website abonnieren: <https://www.dkg-online.de/news-interviews/news>. Eine Mitgliedschaft in der DKG ist wünschenswert, aber nicht erforderlich.



# VOM DEUTSCHEN AZUBI ZUM KANADISCHEN MILLIARDÄR

## DIE GESCHICHTE VOM SHOPIFY GRÜNDER TOBI LÜTKE

Autor Ulrich Barths



Shopify Toronto Office

**Vom Tellerwäscher zum Millionär: Das gibt es immer noch, auch in Kanada. Tobias Lütke ist so einer. Wahrscheinlich die größte deutsch-kanadische Erfolgsgeschichte, die es je gegeben hat. Denn Tobi, wie auch Fremde ihn gern ansprechen dürfen, hat es nicht nur zum Millionär geschafft. Er ist zigfacher Milliardär. Wieviele Milliarden es sind, hängt vom Aktienkurs des von ihm gegründeten E-Commerce Unternehmens Shopify ab.**

Die Milliarden sind in den letzten Monaten geschrumpft, die Börse war nicht nett, aber Shopify ist weiter eines der wertvollsten Unternehmen überhaupt am kanadischen Aktienmarkt.

Die Aktie, die übrigens auch an der größten Börse

der Welt – der NYSE in New York – gelistet ist, hat vor kurzem einen weiteren Dämpfer bekommen, als sich die Firma anlässlich der Veröffentlichung der Geschäftszahlen des vierten Quartals 2021 überraschend skeptisch über die Wachstumsaussichten für die erste Hälfte dieses Jahres gab. Bei so etwas reagieren Anleger an der Börse empfindlich.

Auf dem Höhepunkt der Börsen-Traumkarriere war Shopify sogar kurz die kanadische Nummer eins, gemessen an der Marktkapitalisierung, hatte die alt-ehrwürdige Royal Bank of Canada auf Platz zwei verwiesen. Auch den Vergleich mit der deutschen Aktien-Bundesliga braucht Shopify jetzt nicht zu scheuen. Mit einem Börsenwert von zuletzt (Anfang März) fast 100 Milliarden kanadischer Dollar oder rund 70 Mrd. Euro



Tobias Lütke, Gründer und CEO von Shopify

Uni. Auswanderer, nach Ottawa, nicht Silicon Valley.

Tobi Lütke wurde 1981 in Koblenz geboren. Nach der 10. Klasse verließ er die Schule und machte eine Ausbildung zum Informatiker bei einer Siemens Tochter in Koblenz. So weit, so normal. Der Startschuss zur Karriere als Internet Star erfolgte leise, aber dafür umso früher. Als Schüler spielte er begeistert auf dem Computer. Die Spiele musste er aber erst mal umschreiben, damit sie auf seinem PC liefen. So hat er sich selbst auf spielerische Weise das Programmieren beigebracht. Computerzeitschriften wie c't, die er verschlang, halfen dabei. Nach Kanada führte ihn die Liebe. Er lernte im Urlaub beim Snowboarden in Whistler seine spätere Frau, Fiona McKean, kennen und folgte ihr nach Ottawa.

Zu Beginn durfte er noch nicht offiziell arbeiten. Durch Zufall erfuhr er, dass ihn aber nichts davon abhalten könnte, ein eigenes Unternehmen zu gründen. Er gründete. Er machte mit Freunden 2004 einen kleinen Snowboard-E-Laden auf. Die Software für den Verkauf im Internet schrieb Tobi.

Die Bretter gingen nicht gerade reißend weg, der Erfolg blieb bescheiden, doch die Gründer erkannten das Potenzial der Software. Daraus wurde in 2006 Shopify. Die Geschäftsidee: Kleinen und mittelständischen Einzelhändlern einfach, schnell und mit kleinem Geld den Schritt von der Main Street ins Internet zu ermöglichen oder zu helfen, gleich im Internet loszulegen. Die Software unterstützt die Händler auch in weiteren Kanälen wie social-media, sogar im klas-

schaft es der E-Commerce Senkrechtstarter aus Ottawa locker unter die ersten zehn im DAX.

Aber vielleicht ist das ein bisschen schnell erzählt. Es ist die Geschichte eines eher unwahrscheinlichen unternehmerischen Erfolgs. Ein Junge mit Lese-Rechtschreibschwäche, nach eigener Aussage mit schlechten Noten. Fach-Informatiker Ausbildung statt Elite-

sischen Ladengeschäft. Dazu kommen weitere Dienstleistungen wie Bezahloptionen oder die Integration ins Amazon Marketplace.

Tobi Lütke ist längst kanadischer Staatsbürger geworden. Mit seiner Frau, die nach ihrem Studium zunächst als Diplomatin arbeitete, hat er drei Söhne.

Als mehrfacher Milliardär könnte er sich zur Ruhe setzen. Seine Mitgründer arbeiten nicht mehr in der Firma. Aber er macht weiter, als CEO. Sein Verständnis von der Rolle? Der deutschen Computerzeitschrift c't sagte er, sein Hauptjob bei Shopify sei herumrennen und jeden daran erinnern, dass es das Wichtigste sei, ein gutes Produkt zu machen. „CEOs müssen die Hüter der Qualität sein. Vielleicht spielt dabei auch eine Rolle, dass ich in Europa aufgewachsen bin.“ Der Mindestanspruch an Qualität sei in Europa einfach höher als in Nordamerika. Ihm ist wichtig, „dass jedes Release funktioniert, dass der Support funktioniert.“

Das noch junge Shopify ist rasend schnell zum Big Player avanciert, beschäftigt mehr als 10.000 Mitarbeiter, wächst und ist profitabel. 2021 war ein Rekordjahr. Doch wo geht die Reise hin?

Derzeit konzentriert sich Shopify stark auf den nord-amerikanischen Markt. Es kann kaum überraschen, dass die Umsätze in den USA ungleich größer als in Kanada sind. Große Märkte sind außerdem Großbritannien und Australien. Im Rest der Welt, auch in Deutschland, ist noch viel Luft nach oben. Man könnte es positiv wenden und von Wachstumspotenzial sprechen. Weitere Herausforderungen: Geopolitische Spannungen und steigende Inflation, die auch Shopify treffen.

Am meisten dürften sich Tobi Lütke und sein Team aber darüber Gedanken machen, ob der Wachstumsschub der Pandemie, der Verbraucher wie stationäre Einzelhändler ins Internet und damit in die Arme von Shopify getrieben hat, vorbei sein könnte. Shopify hat sich selbst im jüngsten Geschäftsblick skeptischer als von der Börse erwartet zum weiteren Wachstum geäußert. Andererseits haben ja Millionen Verbraucher mit der Pandemie den Einkauf im Internet entdeckt. Dass dieser E-Commerce-Geist flugs zurück in die Flasche kehrt, damit ist nicht zu rechnen. Chancen also für Amazon, Shopify und Co.

Die (Erfolgs)Geschichte von Tobi Lütke und Shopify ist – so oder so – noch lange nicht zu Ende erzählt.



# POUTINE, HEIZUNG UND KUNST

## DREI STARTUP-UNTERNEHMEN MIT DEUTSCH-KANADISCHEM

### HINTERGRUND



„The Poutine Kitchen“ in Berlin

Viele neue Produktideen und Geschäftskonzepte kommen heute nicht mehr aus großen Unternehmen, sondern von kreativen, flexiblen, oft interdisziplinär agierenden Köpfen, die nicht in die Hierarchien von Großunternehmen eingebunden sind. Auch in der deutsch-kanadischen Business Community nehmen derartige Innovatoren einen wichtigen Platz ein. Drei dieser Startups aus sehr unterschiedlichen Branchen stellen wir im Folgenden vor.

In der Berliner Arminiusmarkthalle betreibt DKG-Mitglied Holger Böckner seit 2018 „The Poutine Kitchen“, Deutschlands erstes Restaurant für das aus Québec stammende kanadische Street Food-Highlight Poutine.

Zur Eröffnung kamen mehr als 700 Besucher, darunter Vertreter der Botschaft von Kanada, der Regierung von Québec, der DKG und sogar der Landwirtschaftsminister des Landes Brandenburg. Der Ort ist mittlerweile beliebter Treffpunkt der Kanada-Community in der Hauptstadt und bietet neben Poutine noch eine ganze Reihe weiterer kanadischer Lebensmittelprodukte an.

Wie kam es zu dieser Entwicklung? Nach 10 Jahren als PR- und Marketing-Berater beschloss Holger Böckner, authentische kanadische Poutine in Deutschland einzuführen. Bei seinen Aufenthalten in Kanada eignete er sich das erforderliche Know-how an, denn seine Poutine sollte auch in Deutschland so schmecken wie in

Québec. Für Poutine benötigt man neben French Fries noch Cheese Curds, eine besondere Art ungereiften Käsebruchs aus traditioneller Produktion, und die Poutine Gravy, eine dunkle, würzige Soße.

Mitte 2016 konnte „The Poutine Kitchen“ bei einer Feier zum Canada Day in Berlin Premiere feiern. Seitdem gehört Poutine zum Standardprogramm des Canada Day in Berlin und ist ein gefragtes Produkt bei unzähligen Street Food-Märkten. Die Präsentation der Poutine auf der Internationalen Grünen Woche 2017 geriet ebenfalls zum vollen Erfolg. Selbst die größte Tageszeitung Kanadas, der Toronto Star, berichtete.

Die Jahre 2020/21 waren für alle Gastronomen äußerst schwierig. Holger sah in der Krise die Chance zur Expansion. Seit kurzem sind die Produkte von The Poutine Kitchen auch aktionsweise im Handel und per Onlineshop erhältlich.



Zutaten für Poutine

Doch nicht nur das. In Kooperation mit dem Bremer Online-Supermarkt „MyEnso“ etablierte Böckner unter der Dachmarke „Taste of Canada“ den ersten digitalen Markenshop für kanadische Lebensmittelprodukte. Kanadische Produzenten können diese Online-Plattform zur Vorstellung ihrer Produkte und zu ersten Markttests in Deutschland nutzen.

In einem weiteren Schritt gründete Böckner mit Unterstützung der Berliner PR-Beraterin Julia Murray Food Embassy, eine Agentur für Culinary Diplomacy. Ziel der Agentur ist es, gemeinsam mit dem Agrifood-Bereich des kanadischen Konsulats in Düsseldorf, der gesamten Kulinarik Kanadas bei deutschen Verbrau-

chern mehr Aufmerksamkeit zu verschaffen. Dieses Konzept soll zukünftig auch auf andere Länder übertragen werden.

Für Holger Böckner sind diese Online-Plattformen aber nur einer von mehreren Vertriebskanälen. Böckner verfolgt einen Multi-Channel-Ansatz aus Showrestaurant, Onlineshop und stationärem Handel. Für eine Kanadawoche im vergangenen Herbst im Berliner KaDeWe wurde echter Poutine-Käse aus Québec importiert, der natürlich jetzt auch über den Onlineshop erhältlich ist.

Darüber hinaus gibt es Anfragen aus Deutschland und vielen Teilen des europäischen Auslands für die Eröffnung von weiteren The Poutine Kitchen-Restaurants z.B. in Amsterdam, München und zuletzt Stockholm.

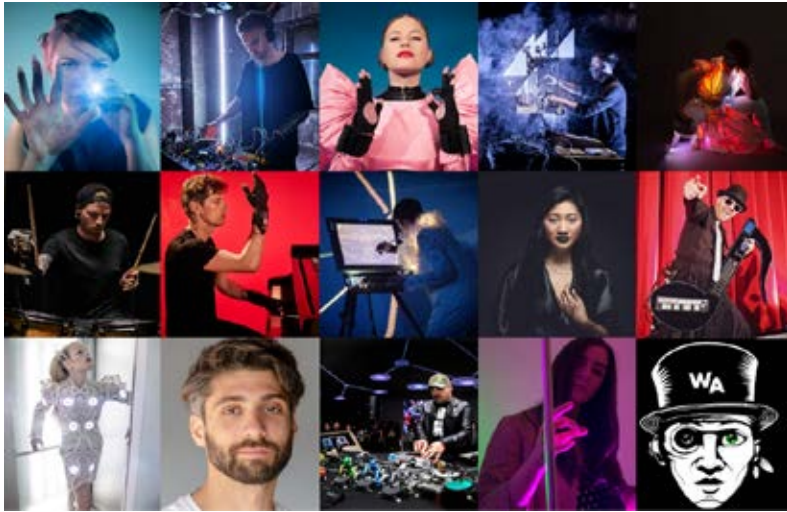
In einer völlig anderen Branche ist ein anderes deutsch-kanadisches Startup-Unternehmen aktiv. Thermondo startete im Oktober 2012 mit drei Gründern und einem Werkstudenten als Online-Marktplatz für Heizungen und wandelte sich seit 2013 zum Mega-Handwerksbetrieb – die Heizungen müssen ja nicht nur verkauft, sondern auch eingebaut werden. Bereits 2015 beschäftigte Thermondo 150 Mitarbeiter an 14 deutschen Standorten, heute sind es an über 50 Standorten 600 Mitarbeiter, davon über die Hälfte fest angestellte Installateure und Servicetechniker.

Der entscheidende Wettbewerbsvorteil von Thermondo ist die konsequente Digitalisierung des Heizungswechsels (<https://www.thermondo.de/info/rat/vergleich/co2-steuer-heizen/>): der Kunde füllt auf der Webseite einen Fragebogen aus, Thermondo schlägt die passende Heizung vor (Ziel: CO<sub>2</sub>-Neutralität) und berät die Kunden bei den Fördergeldanträgen. Die Thermondo-eigenen Installateure bauen die neue Heizung beim Kunden ein.

Inzwischen haben 85% aller Kunden auch einen Wartungsvertrag. Statt auf unzuverlässige Freelancer (wie in der Startup-Szene oft üblich) setzte Thermondo von Anfang an auf fest angestellte lokale Installateure; dies führte zu einer weit überdurchschnittlichen Kundenzufriedenheit in der Branche.

Das enorme Wachstum erforderte natürlich erhebliche finanzielle Ressourcen. Nach mehreren Finanzierungsrunden durch den Energieversorger Eneco, HV Capital, Rocket Internet, IOX, Eon und Vorwerk wurde der kanadische Private-Equity-Fonds Brookfield





Künstlerangebot Wicked Artists

Infrastructure Partners auf das innovative Geschäftskonzept von Thermondo aufmerksam und übernahm im Januar 2021 mit 51% die Mehrheit der Geschäftsanteile. Es ist sehr gut möglich, dass Brookfield für dieses Geschäftsmodell auch in Kanada gute Chancen sieht. Mit dem neuen Kapital will Thermondo noch stärker wachsen und will zunächst Europas Nr. 1 werden.

Weit weg vom klassischen Handwerk des Heizungsbau ist die erst im Oktober 2021 gegründete deutschkanadische Künstleragentur Wicked Artists UG von Matthias Strobel und Dennis Kastrup. Die Agentur fokussiert sich auf die Schnittstelle von Technologie und Kunst. Sie vermittelt hochkarätige Künstler, die innovative, meist digitale „cutting edge“- Technologien nutzen, um einzigartige Live Performances zu bieten und interaktive Kunstwerke zu schaffen.

Zielgruppe der Agentur sind Musik- und Kunstfestivals, aber auch Firmen, die zu ihren Jubiläen, Messen oder Kongressen einen außergewöhnlichen Künstler als Wow-Effekt präsentieren wollen. Dabei haben die Veranstalter z.B. die Wahl zwischen der weltbesten Theremin-Spielerin, Drums und Lichteffekte gesteuert von einem Kleid mit Sensoren, tanzenden Drohnen, performenden Robotern oder digitaler Malerei auf einem iPad, die auf allen Wänden eines Raumes im 360-Grad-Modus zu sehen ist. Wicked Artist hat bereits 14 Künstler, darunter sieben deutsche und drei kanadische, unter Vertrag.

Die beiden Gründer betreiben ihre Agentur von Berlin und Montréal aus. Sie haben damit in Deutschland und Kanada zwei Kreativzentren gewählt, in denen

„Out of the Box-Denken“, innovative Technologie, spielerische Kreativität und experimentelle Kunst eine einzigartige Symbiose eingehen. Von den beiden Standorten aus können sie den nordamerikanischen und den europäischen Markt bedienen; selbst aus Asien kamen bereits Anfragen.

Für Matthias Strobel und Dennis Kastrup ist die Gründung der Agentur eine konsequente Weiterentwicklung ihres bisherigen Werdegangs. Beide kommen aus der Musikszene. Von Kindesbeinen an beschäftigt Matthias sich mit neuen Musiktechnologien, deren Nutzung und Weiterentwicklung. Er ist auch Präsident von „Music Tech Germany“, dem weltweit ersten Bundesverband für Musiktechnologie, den er 2017 gründete.

Dennis war 21 Jahre Musikjournalist bei „radioeins“ und ist durch tausende Interviews mit Musikern in der Szene bestens vernetzt. Seit 2014 fokussiert er sich auf neue Technologien und Musik. Bei Wicked Artists sind also kreative Profis am Werk, von denen wir noch viele überraschende, innovative Kunstpräsentationen erwarten dürfen. <https://wickedartists.io/>



Dennis Kastrup



Matthias Strobel



**Thomas Andersen** ist Startup-Berater in Berlin seit 2004. Vorher war er 20 Jahre im FMCG-Marketing und Vertriebsmanagement beschäftigt. Er ist Lehrbeauftragter an zwei Berliner Unis und Co-Autor des Canada.Business.Briefing.