

Polen

1. Allgemeine Daten

Fläche: 312,685 km²

Einwohner: 38,4 Mio.

Währung: PLN (1EUR = 4,48 PLN)

EU-Mitglied: JA NEIN

2. Einfuhrbestimmungen

In Polen gelten die gleichen Einfuhrbestimmungen wie in anderen EU-Ländern.

3. Begleitdokumente

Begleitdokumente bei Sendungen an juristische Personen (Unternehmen)

Sollte der im steuerlich freien Verkehr befindliche Wein, für den die Verbrauchssteuer in Österreich bereits entrichtet wurde, nach Polen geliefert werden, so ist der Lieferung ein vereinfachtes Begleitdokument (VSt2, polnische Bezeichnung: „UDT - Uproszczony Dokument Towarzyszący“) in Papierform beizulegen. Falls das vereinfachte Begleitdokument fehlt, kann ein Handelsdokument wie z.B. eine Handelsrechnung mit denselben Angaben die Lieferung begleiten.

Im Falle eines Steueraussetzungsverfahrens, wenn die Ware zwischen Steuerlagern in verschiedenen EU-Staaten unversteuert befördert wird, ist die Lieferung mittels EMCS-System (Excise Movement and Control System) elektronisch abzuwickeln. Das begleitende Verwaltungsdokument (BVD bzw. VSt 1) in Papierform wurde Anfang 2011 durch das elektronische Verwaltungsdokument e-VD (polnische Bezeichnung: e-AD) ersetzt.

4. Etikettier- und Verpackungsvorschriften

Die Kennzeichnung der Weine in der Europäischen Union erfolgt anhand der Vorschriften der EU-Verordnungen Nr. 1308/2013 über eine gemeinsame Marktorganisation für landwirtschaftliche Erzeugnisse (Info über verpflichtende und freiwillige Angaben Art. 119 - 120) und Nr. 607/2009. Die nach Polen zu liefernden Weine müssen daher die Anforderungen der genannten Verordnungen erfüllen. Gemäß Art. 121 der erstgenannten Verordnung hat die Kennzeichnung in „einer Amtssprache oder in mehreren Amtssprachen der Union“ zu erfolgen.

Die Kennzeichnung der Weine in polnischer Sprache ist danach nicht verpflichtend. Eine Ausnahme davon stellt lediglich die Allergen Kennzeichnung dar, die in der Sprache des Bestimmungslandes angebracht werden muss (Art. 15 der EU-Verordnung Nr. 1169/2011). Falls der Wein bspw. Schwefelverbindungen enthält, so muss eine Information darüber auf der Verpackung bzw. der Flasche in polnische Sprache angegeben werden.

5. Einfuhrabgaben, Zölle, Steuern

5.1. Zölle

Bei innergemeinschaftlichen Lieferungen fallen keine Zölle an.

5.2. Verbrauchssteuern

Verbrauchssteuer und Banderolenpflicht

Der Verbrauchssteuersatz für Weine beträgt weiterhin PLN 174/hl.

Zu beachten ist, dass Weine sowie andere alkoholhaltige Getränke - ausgenommen Bier - vor der Überführung in den Warenverkehr in Polen mit einem Verbrauchssteuerzeichen (Banderole) gekennzeichnet werden müssen. Banderolen sind von einer in Polen zur Verbrauchssteuer registrierten Firma beim zuständigen Finanzamt zu beantragen. Die Zuständigkeit richtet sich dabei nach dem Sitz des polnischen Antragstellers. Die Banderolen werden dann von der polnischen Firma an den ausländischen Alkohollieferanten zwecks Anbringung an der Einzelverpackung (Flasche) übergeben.

Die Lieferung kann daher laut Auskunft des Finanzministeriums nur dann über einen Händler oder direkt an einen Gastronomen erfolgen, wenn dieser für Sie die Banderolen beim polnischen Zollamt beantragen kann. Die Banderole muss bereits beim Überschreiten der polnischen Grenze auf der Einzelverpackung angebracht sein, ausgenommen, die Lieferung dieser Weine/Getränke erfolgt im Rahmen des Steueraussetzungsverfahrens. Die Weinlieferung im Verfahren der ausgesetzten Weinsteuern, also der Lieferung der un versteuerten Weine, erfolgt von einem Steuerlager des Alkohollieferanten an das Steuerlager in Polen.

Gemäß Verordnung des Finanzministers vom 20. August 2010 (Gesetzblatt Nr. 157/2010, Pos. 1055 mit nachträglichen Änderungen) sind verbrauchssteuerpflichtige Waren wie Weine, die außerhalb Polens hergestellt wurden und für Ausstellungen, Messen und ähnliche Veranstaltungen bestimmt sind, von der Banderolenpflicht befreit, sofern sie alle folgenden Voraussetzungen erfüllen:

- 1) der Veranstalter oder der Aussteller hat die Ware kostenfrei erhalten,
- 2) die Ware ist ausschließlich zur kostenfreien Weitergabe an Teilnehmer der Veranstaltung zum kostenfreien Verzehr bestimmt,
- 3) die Ware dient ausschließlich Werbezwecken und weist einen niedrigen Einheitswert auf,
- 4) der Gesamtwert und die Menge der Ware entsprechen dem Veranstaltungscharakter und der Anzahl der Besucher/Teilnehmer,
- 5) die Ware ist nicht zum Weiterverkauf bestimmt,

Der Veranstaltungsorganisator hat die zuständige Finanzbehörde über die Art und Menge der Ware mindestens 14 Tage vor der geplanten Lieferung schriftlich zu informieren.

Sollte eine der o.a. Voraussetzungen nicht erfüllt werden, müssen die Banderolen in Polen beantragt werden.

5.3. Umsatz- (Mehrwert-) Steuer

Der polnische Mehrwertsteuersatz macht für alkoholhaltige Getränke, darunter Weine 23% aus. Geplante Weinlieferung können als MwSt.-neutrale innergemeinschaftliche Lieferungen erfolgen, vorausgesetzt, dass der österreichische Weinversender und der Weinempfänger in Polen über EU-UID-Nummern verfügen.

6. Geschenksendungen, Mustersendungen, Reiseverkehr

6.1. Geschenksendungen/Mustersendungen

Geschenk-, als auch Mustersendungen an juristische Personen, sind als normale innergemeinschaftliche Lieferungen anzusehen. Somit unterliegen sie sowohl der Verbrauchssteuer- als auch der Banderolenpflicht. Der Lieferung ist ein vereinfachtes Begleitdokument VSt2 beizulegen, sofern die Verbrauchssteuer im Versandstaat (Österreich) bereits entrichtet wurde.

Sendungen an Privatpersonen

Es gibt beim Verkauf von Alkoholgetränken an Privatpersonen folgende drei Möglichkeiten:

- Verkauf über ein Unternehmen (meistens Importeur), der zur polnischen Verbrauchssteuer registriert ist und über notwendige Genehmigungen verfügt. Eine natürliche Person in Polen kann sich zur polnischen Verbrauchssteuer nicht registrieren lassen.
- Verkauf über einen Steuervertreter, wobei als Steuervertreter ein Unternehmen fungieren darf, der zur Führung seiner Tätigkeit eine Genehmigung des örtlich zuständigen Zollamtes braucht und bestimmte Voraussetzungen laut Verbrauchssteuergesetz zu erfüllen hat.
- Versandhandel. Ein Versandhandel liegt vor, wenn von einem Unternehmen aus dem Gebiet eines Mitgliedstaates in das Gebiet eines anderen Mitgliedstaates Waren an private oder an andere Abnehmer ohne eigene UID-Nummer befördert oder versendet werden. Für Lieferungen nach Polen beträgt die Lieferschwelle derzeit 160.000,- PLN (Nettoumsatz). Für verbrauchssteuerpflichtige Waren gilt die Lieferschwelle nicht, d.h. die Versandhandelsregelung kommt auch dann zur Anwendung, wenn der Lieferant die genannte Lieferschwelle nicht überschreitet. Die verbrauchssteuerpflichtigen Waren sind beim Versand an Privatpersonen im Bestimmungsland (Polen) steuerbar. Allerdings gilt als Steuerschuldner in Polen nicht der private Empfänger, sondern der Versender, der sich zur Umsatzsteuer und Verbrauchssteuer in Polen registrieren oder die steuerliche Abwicklung über einen Fiskalvertreter veranlassen muss

6.2. Reiseverkehr

Im Reiseverkehr dürfen von einer Person bis zu 90 l Wein (davon 60 l Schaumwein) mitgenommen werden, die nicht der Verbrauchsteuer im Bestimmungsland (Polen) unterliegen. Die Menge gilt in den meisten EU-Mitgliedsstaaten als Abgrenzung des privaten vom gewerblichen Bestimmungszweck. Für die Besteuerung gilt hier das sog. Ursprungslandprinzip, d.h. Weine werden dort besteuert, wo sie ihren Ursprung haben, was beim gewerblichen Warenverkehr nicht der Fall ist. In diesem Fall sind laut Auskunft des Finanzministeriums keine Banderolen sowie keine Begleitdokumente notwendig.

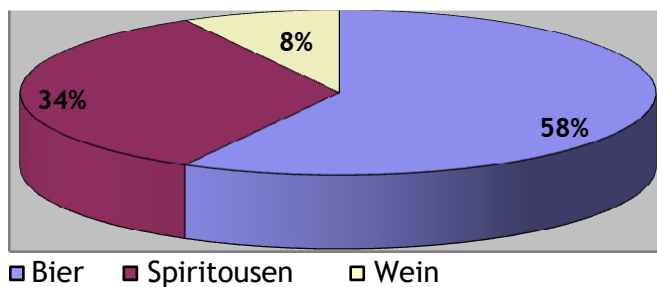
7. Marktinformation (Marktchancen)

7.1. Konsumgewohnheiten

Polen gilt gemeinhin als Land der Bier- und Wodkatrinker- aufgrund der fehlenden Tradition des Weinbaus gibt es in Polen noch keine langjährige, stark verbreitete „Weinkultur“. Der Weinbau wird seit der Anerkennung Polens als Weinland durch die EU im Jahr 2005 vorangetrieben. **Wein gewinnt in Polen zunehmend an Bedeutung, sowohl was den Konsum angeht, als auch Anbau und Weinproduktion.** In der Region Zielona Góra im Westen, in der Nähe von Breslau und Krakau sowie in den Regionen Podkarpacie und Kaziemierz Dolny im Südosten Polens soll der Weinbau stetig zunehmen. Laut Schätzungen der Branchenportale gibt es in Polen über 500 Weingüter, wovon etwa 100 Weinbetriebe im offiziellen Register der polnischen Agrarmarktagentur eingetragen sind. Viele Weinbetriebe sind Kleinstunternehmen, die oft inoffiziell, beispielsweise im Rahmen des Agrotourismus handeln. Die gesamte Weinanbaufläche wird auf ca. 700 ha geschätzt.

Der Hauptkonkurrent des Weins am polnischen Alkoholmarkt ist das Bier. Der Bierkonsum in Polen belief sich im Jahr 2014 laut Angaben des Hauptstatistikamtes auf 98,9l/Kopf. Der Pro-Kopf-Konsum von starken Alkoholgetränken, darunter Wodka, umgerechnet auf reinen Alkohol, betrug 3,2l.

Die Segmentierung des polnischen Alkoholmarktes (nach Alkoholverbrauch) ist dem nachstehenden Diagramm zu entnehmen¹:



Dank wachsender Löhne, gesteigerter Kaufkraft, dem Interesse an ausländischen Produkten und nicht zuletzt auch durch die vermehrte Reisetätigkeit beobachtet man in Polen die Steigerung des Interesses an der Weinkunde und an guten Traubenweinen in Polen. **Polnische Verbraucher haben Wein in den letzten Jahren immer stärker schätzen gelernt. Immer größer ist die Anzahl der Weinkenner, was sich im Einzelhandels- und im HoReCa-Bereich widerspiegelt.** Laut einem Bericht der Beratungsfirma KPMG trinken bereits 45% aller Polen mehrmals im Jahr Wein, mehr als 60% davon sind Frauen. Der Weinkonsum steigt mit zunehmendem Alter und Bildungsniveau. Zu den meisten Weintrinkern gehören demnach über 40-jährige mit Hochschulausbildung.

Der polnische Konsument ist besonders preissensibel, was sich in der Dominanz billiger Weinmarken niederschlägt, die weniger als 30 PLN (ca. 6 - 7 EUR) kosten. In diesem Preissegment spielen Discounter (insbesondere Biedronka und Lidl) weiterhin eine vorrangige Rolle. Sie handeln vielfach als selbständige Importeure und spielen eine sehr wichtige Rolle für die gesamte Entwicklung des polnischen Marktes.

Steigender Nachfrage erfreuen sich schon seit einigen Jahren Rotweine. Während polnische Konsumenten in der Vergangenheit eher zu lieblichen oder halbtrockenen Weinen griffen, wählen sie derzeit immer öfter trockenere Weine. Bei einer Segmentierung in weißen und roten Wein entfallen 64% auf Rotwein, 26% auf den Weißwein und 10% auf Rosé (Quelle: AMBRA S.A.).

Laut KPMG stammen 75% aller importierten Weine aus den EU-Ländern. Eine starke Position haben in Polen italienische, spanische, französische, portugiesische und bulgarische Weine, in den letzten Jahren haben aber Marken aus der „Neuen Welt“ wie USA, Chile, Australien, Südafrika und Argentinien an Popularität gewonnen. Der meistverkaufte Wein in Polen ist nach wie vor die amerikanische Marke „Carlo Rossi“. Die Popularität dieser Marke ist v.a. auf die Werbepräsenz in den polnischen Massenmedien zurückzuführen.

Die populärsten, meistverkauften Wein- und Sektmarken in Polen sind:

Wein²

Carlo Rossi	11,4%
Fresco	3,6%
Sophia	3,2%
Tokaj	3,0%
El Sol	2,6%
Egri Bikaver	1,3%
Cambras	1,0%
Jacob's Creek	0,9%
Baron de France	0,8%
Witoscha	0,8%

Sekt

Dorato	11,4%
CIN & CIN	9,6%
Ruskoje Igristoje	6,1%
Michel Angelo	3,3%
Martini Asti	2,0%
Gran Cinzano	1,5%
Carlo Rossi Sparkling	1,4%
Cobemckoe/Sovietskoje	1,2%
Asti Cinzano	1,1%
Afrodite	0,6%

7.2. Vertrieb

Für den Großhandel mit Alkoholika bis 18% Alkoholgehalt benötigen polnische Händler und Abfüller eine Genehmigung des Marschallamtes der jeweiligen Wojewodschaft (siehe 9. „Wichtige Adressen“), die in der Regel problemlos erteilt wird. Die Genehmigung kostet 4.000 PLN (ca. 900 Euro) und gilt für zwei Jahre. Das Genehmigungsverfahren dauert ungefähr zwei Wochen.

Einzelhändler und Restaurants benötigen für den Weinverkauf eine Genehmigung des zuständigen Stadt- oder Gemeindeamtes.

Für den Großhandel mit Alkoholika über 18% Alkoholgehalt ist eine Genehmigung des Ministeriums für Entwicklung notwendig (siehe 9. „Wichtige Adressen“). Diese Genehmigung kostet aktuell 22.500 PLN (etwa 5.000 Euro), gilt für ein Jahr und wird für den Verkauf von 250.000 l umgerechnet auf 100% Alkoholgehalt erteilt. Sollte dieses Limit überschritten werden, so muss man um ein neues Limit im Rahmen der gleichen Genehmigung beim Ministerium ansuchen.

Der polnische Weinmarkt ist sehr zersplittert. Laut Schätzungen von Experten sind in Polen sogar über 800 bis 1.000 Weinimport- und Weinhandelsfirmen tätig sein, wobei viele davon Kleinstunternehmen sind, die sich oft kurz auf dem Markt halten.

Wein wird in Polen hauptsächlich über Discounter (46%), Supermärkte (20%), SB-Warenhäuser (15%) und über Fachhandel (5%) gekauft. 14% entfallen auf übrige Vertriebskanäle (Quelle: KPMG, 2014).

7.3. Preisstruktur

Der Verbraucherpreis in Supermärkten liegt zwischen 11 bis 100 PLN/Flasche (3 bis 23 Euro). In der Regel bewegen sich die Preise in den Supermärkten im unteren Preissegment. Weine im oberen Preisbereich sind vor allem in spezialisierten Weingeschäften erhältlich. Der Durchschnittspreis der in Polen verkauften Flaschenweine liegt bei 14,40 PLN

Mögliches Kalkulationsbeispiel für eine Flasche österreichischen Wein (0,75 l, Alkoholgehalt unter 15 Vol %)	%	PLN	€
Einkaufspreis Flasche ab Keller		13,44	3,00
Transportkosten / Versicherung		2,5	0,56
Verbrauchssteuer (Excise Duty) / Flasche		1,31	0,29
Banderole/Flasche		0,08	0,02
Verpackungsabgabe		0,55	0,1
Einstandspreis		17,88	3,97
Aufschlag Importeur 40% - 60%	60%	10,73	2,38
Verkaufspreis an Gastronomie od. Einzelhändler		28,61	6,35
Einzelhandel			
Einkaufspreis Einzelhandel		28,61	6,35
Aufschlag v. Einzelhandel 40% - 50%	50%	14,30	33,18
		52,78	11,72
UST	23%	9,87	2,19
Letztverbraucherpreis im Einzelhandel		52,78	11,72
Gastronomie			
Einkaufspreis Gastronomie		28,61	6,35
Aufschlag in Gastro 200%+	200%	57,22	12,70
		85,83	19,05
UST	23%	19,74	4,38
Preis im Restaurant		105,57	23,43