



Anlegen für Genießer

Es gibt viele prominente Beispiele, und die Zahl der Interessenten nimmt kontinuierlich zu: Den Traum vom eigenen Weingut erfüllen und auf diese Weise zumindest in flüssiger und wohlschmeckender Form immer zweistellige Prozente erreichen

Für Investoren bietet die Weinbranche vielfältige Möglichkeiten und interessante Chancen. Doch wie erreichen sie hohe Renditen im Nullzinsumfeld? Die allermeisten denken an das Bild eines Châteaux, umgeben von Weinbergen, vielleicht sogar mit Blick auf

einen nahegelegenen Fluss. Das eben macht ein Investment in dieser Branche so spannend und interessant. Viele ansonsten sehr strukturiert vorgehende Investoren verfallen plötzlich dem Zauber dieser besonderen Orte und entdecken ihren Sinn für Romantik. Oft höre ich den

Satz: „Mein Weingut ist das Investment mit dem meisten Herzblut und den größten Emotionen.“

Meine herausfordernde Aufgabe ist es nun, einen potenziellen Investor wieder ein Stück weit in die knallharte Realität der Fakten und Zahlen zurückzuführen.

*Château Lafite Rothschild in der Gironde:
Nicht nur Frankreichs Weingüter stehen
bei Investoren hoch im Kurs*



FOTO: IMAGO IMAGES/ALLOVER

Gerade bei Weingütern ist der Sachwert nämlich meistens höher als der Ertragswert. Neben Weingütern bietet die Branche aber auch andere lukrative Investitionsmöglichkeiten in Unternehmen, die Weingüter oder Kellereien mit unterschiedlichen Waren beliefern. Über die Ertragskraft dieser Unternehmen bin ich oftmals positiv überrascht.

Die Gründe meiner Kunden, in die Weinbranche zu investieren, sind unterschiedlich. Für die einen ist es ein weiteres Statussymbol, eine stilvolle Immobilie an einem schönen, naturbelassenen und von Weinbergen umgebenen Ort. Andere möchten ihr Geld neben der klassischen Immobilie oder dem Unternehmen diversifiziert in realen Assets anlegen, und weitere möchten einfach aus ihrem stressigen

Management-Job aussteigen und das machen, woran sie Spaß haben: Wein!

Unabhängig von den Gründen eines Investments rate ich zu einem strukturierten Prozess und dazu, diesen durch einen unabhängigen Berater, der zwingend aus der Weinbranche kommen sollte, begleiten zu lassen. Es gibt in der Weinbranche diverse Unterschiede zu anderen Branchen und Fallstricke, sodass ein Investment ohne spezifisches Branchen-Know-how in der Regel zum Scheitern verurteilt ist. Oft hätten Investoren viel Geld gespart, wenn sie rechtzeitig erfahrene Branchenexperten hinzugezogen hätten.

Potenzielle Investoren befrage ich zunächst ausführlich nach deren Wünschen und Vorstellungen. Oftmals erhalte ich als erste Antwort: „Schön muss es

sein.“ Der Käufer hat vielfach keine Vorstellungen darüber, ob sein zukünftiges Weingut im In- oder Ausland liegen soll, welche Stilistik die Weine haben sollen, welche Qualitäten und Rebsorten angebaut und produziert werden sollen oder wie der Verkauf und der Export der Weine funktionieren. Um ein Weingut rentabel zu führen, setzt dies auch eine gewisse kritische Größe voraus. Alles Fragen, die erhebliche Auswirkungen sowohl auf das Investitionsvolumen als auch auf die Planung und damit die Kosten- und Ertragsituation haben. Der Einfluss der Natur und der Witterung ist nicht berechenbar und auch deshalb keinesfalls zu unterschätzen, da jedes Jahr mit schwankenden Ernten und Erträgen kalkuliert werden muss. ➤

Auf die Analyse der genauen Vorstellungen folgt dann in einem nächsten Schritt die Suche nach dem passenden Weingut. Diese setzt ein umfassendes Netzwerk im In- und Ausland voraus. Üblicherweise werden die meisten zum Verkauf stehenden Weingüter nicht öffentlich angeboten, sind off-market. Verkäufer verlangen in der Regel zunächst eine Finanzierungsbestätigung, um das ernsthafte Interesse und die Finanzkraft des möglichen Käufers zu prüfen. Insbesondere in Deutschland gelegene Weingüter sind im internationalen Vergleich noch günstig zu erwerben. Während ein Hektar Weinberg in anderen europäischen Spitzenlagen schnell mit einer Million Euro gehandelt wird, liegen die Preise für deutsche Spitzenlagen noch bei weniger als der Hälfte.

Käufer treffen auf Verkäufer, die regelmäßig auf eine lange Familientradition zurückblicken, denn Weingüter wurden oftmals über Generationen hinweg übertragen. Dies hat sich in der heutigen Zeit verändert. Für junge Menschen aus Weinbaufamilien ist es eben nicht selbstverständlich, den elterlichen Betrieb zu übernehmen. Sie gehen ihre eigenen Wege. Auf der anderen Seite entdecken junge Menschen, deren Familien nicht aus dem Weinbau kommen, die Freude am Weinmachen für sich. Sie erlernen den Beruf des Winzers oder Weinbautechnikers, viele studieren an den bekannten Weinbau-Universitäten im In- und Ausland. Ein Auslandsaufenthalt ist heute selbstverständlich für eine fundierte Ausbildung.

In dieser Situation liegt die Chance für beide Seiten. Investoren wollen oder können selten selbst den Wein produzieren oder im operativen Geschäft tätig sein. Auf der anderen Seite fehlt jungen Menschen das erforderliche Kapital, um sich an einem Weingut zu beteiligen oder es vollständig zu kaufen. Eine perfekte Win-Win-Situation – vorausgesetzt, die Chemie stimmt zwischen den Akteuren. Investoren bringen für die Weinbranche neue Ideen aus anderen Branchen mit und reißen oftmals veraltete, verkrustete Strukturen auf. Die Digitalisierung schreitet voran. So waren in Vor-Corona-Zeiten Online-Weinproben völlig unbekannt. In diesem Jahr sind sie ein gängiger Verkaufskanal mit sehr guten Umsätzen.

Ist das passende Weingut identifiziert, gehe ich mit meinen Kollegen und externen Beratern wie Gutachtern, Steuerberatern und Rechtsanwälten in

Fakten zum weltweiten Weinanbau

Rund um den Globus genießen Menschen feine Weine. Und das nach wie vor zuvorderst aus Italien



Anbaufläche weltweit
7,4 Mio. Hektar
davon Deutschland
103.000 Hektar



Produktionsmenge weltweit
jährlich **26 Mrd. Liter**
davon Deutschland
760 Mio. Liter
Rang 9 weltweit



Größter **Produzent** weltweit
Italien
Größter **Exporteur** weltweit
Italien

Quelle: Statista, 2019
ILLUSTRATION: MACROVECTOR/FREEPIK

die Due Diligence. Neben der Betrachtung der Historie und der Ist-Situation ist insbesondere die Entwicklung des Zukunftskonzepts inklusive Geschäftsplan eine wesentliche Aufgabe des Teams. Jedem Investor muss klar sein, dass der Kauf eines Weingutes ein langfristiges Investment ist, wirtschaftlich muss er in der Lage sein, temporäre Verluste ausgleichen zu können. Gegenüber den Verkäufern ist Fingerspitzengefühl gefragt, denn sie verkaufen ihr über Generationen aufgebautes Lebenswerk, und das möchten sie in guten Händen wissen. Nach erfolgreichem Kauf beginnt die eigentliche Arbeit, denn das Weingut muss für die Zukunft positioniert und eine Marke, der Brand, aufgebaut werden.

Ja, es stimmt, der Kauf eines Weingutes ist für viele die Erfüllung ihres Traums. Aber nur mit guter Beratung, Vorbereitung und Umsetzung wird der Traum zur schönen Realität statt zum Albraum. Neben dem klassischen Kauf eines Weingutes haben Investoren eher selten den Kauf eines Unternehmens der Weinbranche im Fokus. Doch Weingüter und Kellereien haben jährlich wiederkehrenden Bedarf, beispielsweise an Flaschen, Etiketten, Kartonagen, Verschlüssen, Hefen und vielem mehr. Auch wird regelmäßig in Tanks, Maschinen, die Neuanlage von Weinbergen und weiteres investiert. Der Markt ist deutlich größer, als viele denken. Käufer sind oftmals Mitbewerber oder strategische Investoren. Natürlich gibt es auch dort sehr interessante Investitions-Opportunitäten. Die Bilanzen der zum Verkauf stehenden Unternehmen haben mich schon oft positiv überrascht. Ähnlich wie bei Weingütern sind die Unternehmen in aller Regel off-market. Wenige Berater verfügen über das erforderliche Branchen-Know-how und das Netzwerk, welches erforderlich ist, um Ziel-Unternehmen zu identifizieren. ■



Der Autor **Sven Wagner** ist Geschäftsführer der Beratungsgesellschaft Die Weinberater mit Sitz in Windesheim. Wagner hat in ein klassisches Familien-Weingut eingeheiratet und war für ein in der Schweiz ansässiges Family Office tätig.