

„Erwerb / Investment in ein Weingut“

Für vermögende Familien und Unternehmer ist der Kauf eines Weingutes eine spezielle Vermögensanlage. Die Möglichkeit, sich mit einem „genussvollen Produkt“ unternehmerisch zu betätigen, reizt viele Interessenten – auch unter ökologischen und nachhaltigen Gesichtspunkten.

Wer besitzt & kauft Weingüter, welche Länder & Regionen sind beliebt, warum werden Weingüter verkauft und welche Besonderheiten muss man beim Erwerb eines Weingutes beachten?



Wer kauft Weingüter?

Für vermögende Unternehmer ist der Kauf eines Weingutes wie kaum eine andere Investition eine spezielle Vermögensanlage, die aber mittel- bis langfristig auch profitabel sein muss. Diese suchen nur Weingüter in renommierten Weinregionen mit besten Lagen und hochwertigen Weinen.

Neben diesen Quereinsteigern kaufen oder beteiligen sich natürlich auch Firmen aus der

Weinindustrie und reine Finanzinvestoren an Weingütern.

Zwischen 2010 und 2020 gab es in Europa über 200 Übernahmen und Transaktionen im Weinbusiness. Hierbei sind nicht die Käufe von „kleineren“ Weingütern und Weinbergen“ inkludiert.

Erst kürzlich hat ein internationales Family Office ein bekanntes Brunello Weingut im dreistelligen Millionenwert erworben.

Prominente wie z.B. Sting, Gianna Nannini, Brad Pitt, Johnny Depp, David Beckham, Carlos Santana, Francis Ford Coppola, Sir Cliff Richard besitzen oder halten Anteile an Weingütern. Ebenso Unternehmer wie die Familien Knauf, Ferragamo, Lamborghini, Wolfgang Reitzle, Jack Ma (Alibaba), Rupert Murdoch und viele andere.

Vermögende Privatleute suchen in den Top Regionen wie Barolo, Champagne, St. Ëmilion u.a. nach Weingütern, um diese unter dem Dach einer Art Vineyard Holding zu kaufen und zu bündeln. Andere möchten daraus Luxus Brands entwickeln.

Internationale Unternehmen wie Chanel, EPI Group, Black Rock und auch zahlreiche Unternehmen aus der Beverage Branche wie Henkel, Rotkäppchen Mumm und andere haben Weingüter und Unternehmen akquiriert, große Namen wie Antinori, Frescobaldi oder auch Zonin investieren z.B. in Südamerika oder auch in Projekte in China.

Wo?

Da es überall auf der Welt Weinberge gibt, ist die Auswahl an Gütern recht umfangreich. Die Spanne der am Markt erhältlichen Güter ist groß und reicht von großen, als Kapitalgesellschaft geführten Weingütern mit Sternehotels oder mit historischer Villa bis hin

zu einer reinen Anbaufläche ohne großen Immobilienbestand oder reine Weinindustrie. Aber auch klassische Familienunternehmen werden angeboten.

Die beliebtesten Länder und Weinregionen für den Erwerb sind Italien (Chianti Classico, Brunello, Prosecco, Piemont), Frankreich (Bordeaux, Champagne, Provence), aber auch Portugal, Spanien, Deutschland und Südamerika (Argentinien, Chile & Uruguay). Oder lieber Südafrika, wo Schörghuber und Dornier Winzer sind? Je nach Vorliebe sind fast überall auf der Welt Weingüter zum Erwerb verfügbar.

Frankreich und Italien sind zusammen für 32% der weltweiten Weinproduktion verantwortlich. Allerdings sind auch dort nur off-market Weingüter in den Topregionen gesucht und nicht oft verfügbar.



Gründe für den Verkauf?

Die Gründe für einen Verkauf sind wie bei jeder Firma vielfältig. Oft gibt es keine Nachfolger. Einige Weingüter suchen aufgrund hoher Investitionen für einen Neubau oder eine modernere Kellerei einen Investor oder Teilhaber. Andere suchen einen aktiven oder stillen Gesellschafter, um mit frischem Kapital weiter expandieren zu

können. Viele Weingüter wollen auch von einem erfahrenen Unternehmer profitieren.

Welche Fallstricke gibt es für private Interessenten?

Was solch eine wie immer geartete Investition kompliziert gestaltet: Jedes Land und sogar jedes Anbaugbiet hat seine eigenen Regeln. Es reicht nicht, sich bei einem Immobilienmakler nach einem Weingut zu erkundigen. Jeder Vermittler sollte im jeweiligen Gebiet gut vernetzt sein und über folgende Kompetenzen verfügen: Fachkenntnisse hinsichtlich Weinbaues, Einschätzung von Immobilien sowie Grund und Boden, Qualitätsbeurteilung der Lagen und der Produktion, betriebswirtschaftliche Beurteilung, Einschätzung des Potenzials eines Weingutes. Nur durch eine kompetente Beratung kann eine faire Wertermittlung erfolgen.

Viele Weingüter, die auf dem offiziellen Markt zum Verkauf stehen, sind betriebswirtschaftlich nicht interessant, ein Haus mit Weinbergen ist noch lange kein funktionierendes Weingut. Käufer müssen dann mit hohen Anfangsverlusten und mit hohen Investitionen in Gebäude, Kellerei und Weinbergen rechnen.

Interessant sind vor allem sogenannte „off-market“ Weingüter mit einem funktionierenden Geschäftsmodell, einer etablierten internationalen Marke und positiven Finanzen.

Einige wenige träumen von einem kleinen Weingut zur eigenen Nutzung und wollen den Kauf vorwiegend mit Fremdkapital realisieren. Vorsicht, denn Wein ist ein Naturprodukt und die Produktion ist abhängig von den Launen der Natur. Es gibt gute, aber es gibt auch schlechte Jahre.

Bewertung?

Der Wert eines Weingutes setzt sich immer aus den folgenden Komponenten zusammen: Immobilien, Land, Weinberge, Fixed Assets (Ausstattung Landwirtschaft & Kellerei), Weinbestand in Flaschen und Tanks, sowie der Goodwill.

Erwerb?

Der Verkauf eines renommierten Weingutes ist grundsätzlich der Verkauf einer Firma mit allen Assets, also ein Merger & Akquisition (M&A) Transaktion und kein reiner Immobilienverkauf.



Der Ablauf beim Erwerb eines Weingutes ist wie bei jeder Firma gleich. Nach Austausch der Vertraulichkeitserklärungen gibt es einen LOI von Seiten des Interessenten, um Zugriff auf die Finanzdaten zu bekommen und eine Due Diligence durchzuführen. Auch wird ein POF verlangt.

Zielsetzungen beim Erwerb von Weingütern

Erwerb von möglichst biologischen Weingütern in renommierten Regionen.

Investitionen in Regionen mit Potenzial für einen Wertanstieg.

Investitionen in Weinberge, historische Weinberge und Weinberge mit neuen Eigentümern bzw. neuem Management.

Verbesserung der Marke und der Markenbekanntheit durch Umstellung des Business, der Marke von Premium auf Luxus, Ausweitung der High-End-Produktpalette, und des Standardsortiments an Weinen unter Verwendung von Trauben aus gepachteten oder erworbenen Weinbergen.

Die Bewirtung auf dem Weingut muss in Richtung High-End/Luxus gehen.

Fokussierung des Marketings auf die Online Vermarktung der Weine und des Lifestyles

Umstellung auf vermehrt Online-Verkauf, Direktvertrieb

Wie viel Geld muss man mindestens investieren?

Der Wert eines Weingutes ist eher ein Substanzwert, also ein Kauf auf Ertragswertbasis, allerdings ist die Substanz wertsteigernd. Weltweit sind die Preise für Weinberge in den letzten Jahren in den Top Regionen überdurchschnittlich gestiegen.

Weingüter können ab ca. € 3m bis € 300m und mehr erworben werden. Je nach Budget eines Interessenten, seinen Wein-Vorlieben und der gewünschten Nutzung des Weingutes sind die Möglichkeiten vielfältig. Soll es ein kleines Weingut in der Toskana als Hobby sein oder doch lieber ein renommiertes Barolo Weingut?

ROI & Value

Ein Weingut zu erwerben bedeutet, die Vermögenswerte (Gebäude, Kellerei, Weinberge, sonstiges Land, technische Ausrüstung, Weinbestand und das Unternehmen (Firma, Kundenstamm, Marke usw.) zu kaufen.

Bei einem kleinen Weingut bis z.B. 5 Mio. EUR überwiegt natürlich der Wert der Immobilie & Assets. Wichtig beim Kauf eines Weingutes ist eine bereits bekannte internationale Marke oder gar der Einstieg in eine der Top-Regionen.

Viva Business bietet nicht nur Weingüter zum Verkauf an, sondern auch umfangreiche Dienstleistungen, wie die Erstellung von Projekt- und Businessplänen, die auf das jeweilige Weingut, für das sich ein potenzieller Käufer interessiert, zugeschnitten sind. Ziel ist es dabei, den Umsatz und den Wert des Weingutes zu steigern.

Heutzutage sind nur noch Weingüter in den renommierten Regionen interessant, alles andere ist Lifestyle oder Liebe zu einer bestimmten Region. In Italien zum Beispiel sind die begehrten Top-Regionen Brunello, Barolo, Chianti Classico, Veneto Nord (Prosecco DOCG) und auch Sizilien.

Nur ROI wichtig? Ein Beispiel für die Wertsteigerung von Weinbergen am Beispiel Italiens:

Die Gesamt Rebfläche der Toskana beträgt 58.000 Hektar. Der berühmte Brunello di Montalcino DOCG darf nur auf 1.920 Hektar angebaut werden, der Chianti Classico nur auf 6.700 Hektar. Vor 10 Jahren kostete ein Hektar Brunello-Weinberg etwa 350.000 Euro,

heute sind es zwischen 900.000 und 1,3 Mio. Euro, Tendenz steigend, denn die Verfügbarkeit ist gering. Auch im Chianti Classico sind die Preise pro Hektar um 30% gestiegen.

Die Gesamtrebfläche des Piemont beträgt 50.000 Hektar. Für den Spitzenwein Barolo DOCG stehen nur etwa 1.945 Hektar zur Verfügung. Die Preise liegen hier inzwischen bei durchschnittlich 1,4 bis 2 Mio. EUR/ha, das Angebot von Flächen und Weingütern minimal.

Die Wertsteigerung eines Weingutes in den Spitzenregionen ist also nicht nur auf die Erweiterung des Kundenstammes und Umsatzsteigerung zurückzuführen, sondern der Wert selbst steigt stetig und ist auch ein wichtiger Punkt bei einem beabsichtigten Exit.

Renditen & Kosten?

Reputation ist gut, aber ein Weingut sollte sich auch langfristig wirtschaftlich tragen. Wein wächst von selbst, entsteht aber nicht von allein. Der Traum vom rentablen eigenen Weingut erfüllt sich nur mit professioneller Arbeit, den richtigen Entscheidungen, fundierten Einschätzungen und gutem Geschäftssinn:

“Wine business is people business”!

Bei einem Erwerb eines Weingutes müssen u.U. langfristige Strategien erarbeitet werden um neue internationale Vertriebsmärkte zu erschließen und damit auch die Umsätze und Erträge zu steigern. Umsätze generieren sich aus dem Verkauf der Weine an Importeure & regionalem Verkauf an Enotheken und Restaurants sowie dem Direktverkauf auf dem Weingut an private Klienten.

Die Exportpreise für den Wein ab Kellerei in die verschiedenen Länder ist sehr unterschiedlich, deswegen sind Weingüter fast nur in den renommierten Weinregionen interessant, z.B. verkauft sich ein Brunello Montalcino DOCG für € 15 bis € 25 an den Importeur, aber auch ein Flaschenpreis von € 50,00 ist möglich.

Bei guten Lagen im Bordeaux kann die Flasche auch zwischen € 150,00 und € 300,00 oder mehr (Exportpreis) erzielen.

Möglich ist auch die Umstellung auf biologische Zertifizierung, biodynamische Bearbeitung, evtl. Produktion von Koscher Wein, Naturwein, Vegan-Wein etc. um bestehende Nischenmärkte zu bedienen.



Weiterhin die Steigerung der Qualität und Teilnahme an internationalen Weinbewertungen und Erhalt von Auszeichnungen, Urkunden und Punkten. In einigen Ländern wie z.B. Kanada benötigt man internationale Awards, um dort überhaupt seine Weine anbieten zu können.

Expansion ist möglich durch den Kauf oder Pacht von weiteren Rebflächen, um die Produktion zu steigern.

Eine interessante Möglichkeit ist die (aktive oder auch stille) Beteiligung an einem Weingut. Bei solch einer Investition können

eine oder mehrere Personen an einem Weingut partizipieren, dies spart Kosten und die Grunderwerbsteuer.

Ein Beispiel für die Kosten: Ein Weinberg im Chianti Classico Gebiet, ca. 10 Jahre alt, hat ca. 6.500 Reben.

Pro Rebe fallen jährlich ca. € 1,20 Kosten an, darin sind alle manuellen Arbeiten wie Rebschnitt, Entblätterung etc. inbegriffen, sowie auch die nötigen Traktorarbeiten. Die Kosten in der Kellerei für die Produktion einer Flasche betragen zwischen € 1,00 bis € 1,50.

Wie kann das Management des Weingutes erfolgen?

Vor 20 Jahren hat der Käufer eines Weingutes sich ausschließlich selbst um alles gekümmert. Das ist selten geworden.

Unternehmer und Privatiers, die heute ein Weingut erwerben, haben meistens keine Zeit für das tägliche Business und lassen sich von spezialisierten Firmen wie Viva Business beraten. Diese können beispielsweise nach dem Kauf ein Interims-Management stellen, die zusammen mit renommierten Önologen und Agronomen über die strategische zukünftige Ausrichtung des Weingutes beraten.

Ein guter Exportmanager für den Vertrieb der eigenen Weine muss nicht immer auf dem Weingut sitzen, sondern kann auch in Nähe des neuen Eigentümers agieren. Für Investitionen und landwirtschaftliche Subventionen bieten darauf spezialisierte regionale Consultingfirmen Hilfe. Diese erstellen auf Provisionsbasis die nötigen EU Präsentationen.

Exit

Für Interessenten, die bei Kauf oder einer Beteiligung bereits an einen Verkauf denken, ist es wichtig, ein Weingut zu finden, das bereits eine etablierte Marke und internationale Kundenstrukturen besitzt. Bekannte Weingüter mit gutem Marketing & Brand sind gefragt.



Nachfolgend einige Informationen über den Weinmarkt, Vertrieb, Eigentümer von Weingütern und Werte von Weinbergen:

Der globale Weinmarkt

Europa ist der weltweit größte Erzeuger, Konsument, Exporteur und Importeur von Wein. Der Weinsektor ist der größte Agrar-exporteur der EU mit jährlichen Ausfuhren in Höhe von 11,5 Mrd. EUR in den letzten Jahren 2018. Die größten EU-Weinexporteure sind Frankreich, Italien und Spanien. Es ist erwähnenswert, dass die Ausfuhren nach Volumen weit vor denen der neuen Welt wie den USA, Chile, Argentinien, Australien und Südafrika liegen. Außerdem sind die größten

Exportmärkte für EU-Weine China, Kanada und die Schweiz.

Weinproduktion in Europa

Die größten Weinerzeuger in der EU sind Italien (5,5 Mrd. Liter), Spanien (4,3 Mrd. Liter) und Frankreich (3,4 Mrd. Liter). Der größte Weinmarkt, gemessen am Geldwert, ist Frankreich mit schätzungsweise 9,5 Mrd. USD und Italien mit 6,2 Mrd. USD. Europa ist der größte Produzent von Bioweinen. In Europa werden 78 Prozent der Bio-Weine hergestellt, in den USA sind es nur 22 Prozent.

Weinkonsum in Europa

Innerhalb der EU ist der Pro-Kopf-Verbrauch von Wein in Italien am höchsten, gefolgt von Frankreich und Spanien. Der Weinkonsum in den USA und China ist wesentlich geringer als in Europa, aber die Größe der Bevölkerung macht das Wachstumspotenzial für den Weinverkauf sehr wichtig für die Weingüter.

Im Allgemeinen ist der europäische Binnenweinmarkt ausgereizt. Der Verbrauch nimmt mengenmäßig nicht zu, da sich in vielen Ländern die Gewohnheiten ändern.

Trotz eines schrumpfenden Marktes steigt die Nachfrage nach Qualitäts- und Bioweinen.

Der Markt für biologischen Wein

Es wird erwartet, dass der Bio-Markt für Wein im Jahr 2023 weltweit 87 Millionen Kisten erreicht. Das durchschnittliche Wachstum beim Verkauf von Bioweinen lag zwischen 2017 und 2020 bei durchschnittlich 9,2 Prozent pro Jahr. Es wird auch erwartet, dass sich dieses Wachstum aufgrund der Vorliebe der Verbraucher fortsetzen wird.

In Japan zum Beispiel sind 10 Prozent des Weinkonsums biologisch, während es in Deutschland nur 6 Prozent sind. Noch

interessanter ist, dass 80 Prozent der in Japan konsumierten Rotweine Bio-Weine sind.



Vertrieb der Weine

Im Allgemeinen gibt es für Weingüter verschiedene Möglichkeiten, ihre Weine zu vertreiben:

Weingroßhändler, die verschiedene Weingüter auf einem bestimmten Markt repräsentieren, vertreten und fördern. Diese übernehmen die Lagerung, den Verkauf und den Vertrieb.

Weinhändler, die ihre Weine entweder von Großhändlern oder direkt von den Weingütern kaufen.

Online-Weinhandel, der eine breite Palette von Weinen verkauft.

Direktverkauf der Weingüter über ihren eigenen Online-Shop oder Weinclubs.



Eigentümer von Weingütern

Die Eigentümer von Weingütern können in verschiedene Kategorien eingeteilt werden. Nachstehend finden Sie einige Beispiele für die verschiedenen Kategorien:

Große börsennotierte Unternehmen wie LMWH, dem beispielsweise Chateau Cheval Blanc, d'Yquem, Moet Chandon, Don Perignon usw. gehören, konzentrieren sich auf die Sammlung der besten Luxusmarken. Außerdem besitzt die Carlyle Group die australische Accolade, den größten Weinproduzenten Australiens.

Gelistete Weinunternehmen wie Bodegas Esmeralda, Treasury Wine Estates, Vranken Pommery Metropole, Laurent Perrier SA, der Eigentümer von Laurent Perrier Champagne, Masi, Chapel Down, Gusbourne, Duckhorn, Constellation Brands (Wein, Bier und Spirituosen) usw..

Historische Familien und historische Weingüter mit Luxusweinmarken wie Rothschild, Bollinger, Chateau Lynch Bages (Cazes), Vega Sicilia, Pol Roger, Leoville las casas.

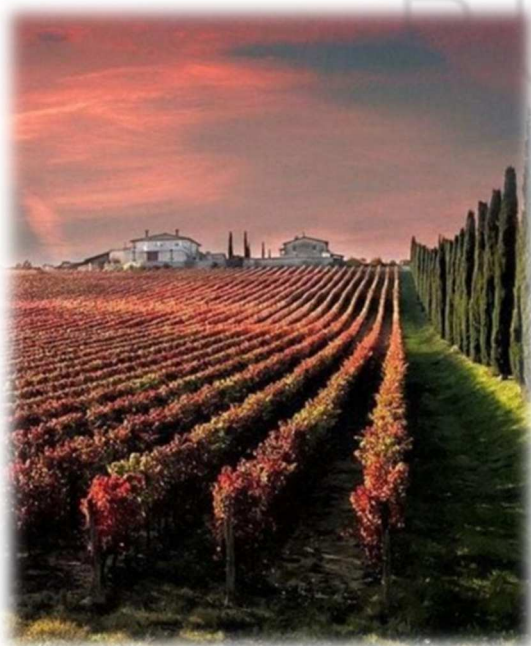
Professionelle Weingutbesitzer wie Jabolet, Chapoutier, Guigal in Frankreich, Castello Banfi in Italien, Badia a Coltibuono, Ricasoli u.v.a. Zu dieser Kategorie gehören auch Weingüter, die seit Generationen im Besitz derselben Familie sind und Qualitätsweine erzeugen.

Privatpersonen, Quereinsteiger & Investoren, die ein Weingut als Teil eines Lebensstils in renommierten Regionen kaufen, da nur dort die Weinberge im Preis zulegen können.

Preise für Weinberge

Die Preise für Weinberge sind in den letzten 20-30 Jahren in die Höhe geschneit, insbesondere in Frankreich und Italien. Der Grund dafür ist die starke Nachfrage von Investoren nach den prestigeträchtigen Marken und die begrenzte Hektarzahl erstklassiger/prämierter Weinregionen und Appellationen.

Die begrenzte Fläche an Weinbergen in renommierten Gebieten Italiens wie Barolo, Prosecco, Brunello und Chianti Classico ist ein wichtiger Faktor für den Preisanstieg. Im Allgemeinen steigen die Preise für italienische Weinberge. Letzteres ist ein Trend, der sich schon seit einigen Jahren abzeichnet. Die teuersten Weinberge Italiens befinden sich in Barolo, wo die Spitzenlagen einen Preis von bis zu 2 Millionen Euro pro Hektar erzielen können. Im benachbarten Barbaresco ist die Dynamik dieselbe wie in Barolo, der Hektarpreis liegt bei 600.000 Euro pro Hektar.



Innerhalb des registrierten Gebiets des Chianti Classico liegt der Preis pro Hektar bei 180.000 Euro. Die besten Weinberge und Untergebiete im Chianti Classico erreichen 220.000 Euro. Im Nobile di Montepulciano liegt der Hektarpreis zwischen 120.000 und 150.000 Euro, im übrigen Chianti bei 90.000 Euro pro Hektar. Im Brunello di Montalcino liegt die Preisspanne zwischen 650.000 - 700.000 Euro pro Hektar, in einigen Gebieten erreicht sie 850.000 - 900.000 Euro.

Im Valpolicella, in der klassischen Zone, liegt der Preis pro Hektar zwischen 450.000 und 550.000 Euro mit Spitzenwerten von bis zu 600.000 Euro. In Südtirol liegt der Preis bei etwa 500.000 Euro, einem Gebiet, das vor allem für die Produktion von Weißwein bekannt ist.

„The private office for international winery transactions“

Wir sind Experten für den Kauf und Verkauf von internationalen Weingütern, arbeiten weltweit und bieten ausgewählte Off-Market Weingüter, Investitionen oder Beteiligungen in der Wein- und Beverage-Industrie und Projekte an.

Unser Portfolio an Opportunitäten zum Verkauf besteht aus renommierten Weingütern in Italien, Portugal, Frankreich (Bordeaux, Champagne, Provence), Spanien, der Schweiz, Deutschland, Großbritannien, Griechenland, Südafrika, Israel, Chile, Argentinien, Australien, Indien, USA und anderen Ländern, je nach Anfrage.

Als Beratungsunternehmen bieten wir unseren Käufern und Weingütern zusätzlich neben der Vermittlung auch während oder nach einem Kauf oder Verkauf umfangreiche Beratungsleistungen an.

Unser Team verfügt über Erfahrung, Fachwissen und technische Kompetenz in der Weinproduktion und im Kellermanagement sowie im internationalen Weingeschäft. Viva Business ist weder ein Immobilienmakler noch ein Makler, sondern eine Spezialagentur für den Verkauf und die Transaktion von Weingütern.



Bettina Kurz

CEO

Mobile +49 172 72 43 993

Mobile +39 331 9999 375

Web www.viva-business.com

Email bettina.kurz@viva-business.com

Viva-Business GmbH & Co.KG . Röntgenstr.32 . D-71229 Leonberg . HRA 729010 Amtsgericht Stuttgart . pers. haftender Gesellschafter: Viva Business Verwaltung GmbH . HRB 745992 Amtsgericht Stuttgart Geschäftsführer: Bettina Kurz . Sitz: Leonberg. UST.ID.NR. DE 293010939

