

## Weinaktien und Ihre Entwicklung

Weinaktien versprechen Anlegern interessante Gewinne. Waren nicht Weinberge in der Vergangenheit ad acta gelegt? Das alles ist gestern.

Weinberge gibt es auch an der Ostsee. Klingt zunächst befremdlich. Aber auch Regionen wie Spanien, speziell Balearen, Mallorca erfreuen sich neuerlich über neu entstehende Weingüter. War der Wein vor Jahren nicht qualitativ mit anderen Regionen zu vergleichen, so ist es heute völlig anders.

Mit Aktien der großen internationalen Weingüter fuhren Investoren bislang ordentliche Gewinne ein. Aber nur wenige Papiere stehen in Deutschland zur Auswahl. Einmal sind es die der Weinhändler, zum anderen sind es die namhafter Sektkellereien, sie sich dazu entschlossen haben, Anleger an diesen Markt profitieren zu lassen.

Die Weinbranche hat ein beträchtliches Wachstumspotential, der Weinumsatz nimmt kontinuierlich zu; die wachsende Begeisterung für Spitzenweine hat einen Boom beschert. Das zeigt sich insbesondere am Interesse von Großkonzernen, die sich inzwischen harte Duelle liefern, wenn ein Weingut vermarktet wird. Nach dem Verkauf eines traditionsreichen französischen Champagnerherstellers in 2005, schlug das Wellen bis in höchste Spitzen der französischen Regierung. Man wollte den Verkauf blockieren. Dazu kam es allerdings nicht.

Bisher haben die fünf größten Weinproduzenten lediglich einen Weltmarktanteil von knapp 10 %, dessen Anteil dürften sie den nächsten Jahren immer wieder ausbauen, ähnliche Entwicklung wie man sie in der die Industrie gesehen hat.

In Frankreich verspricht man sich aus den wichtigsten Anbaugebieten hohe Absätze und damit eine Steigerung der Produktion. Aber auch deutsche Winzer rüsten auf.

Gleiche Entwicklung erfährt derzeit der Wein in Spanien, dessen Qualität in den letzten Jahren von minderwertig bis aufsteigend gut beurteilt wurde.

Qualität statt Massenware.

Statistiken zeigen, deutlich mehr geben die Kunden für eine Flasche Wein aus. Der Durchschnittspreis liegt derzeit bei ca. 7 Euro. In der Vorweihnachtszeit zeigen sich die Unternehmen äußerst spendabel. Für Wein, den sie als Geschenk an Kunden verschicken, liegt der Durchschnittspreis im Schnitt sogar bei gut 15 € pro Flasche.

Der Run auf Spitzenweine wird nunmehr auch von Chinesen verfolgt was gleich so zu einem Renditeerlebnis für Aktionäre wird. 2009 und 2010 er Weine sind Spitzenjahrgänge mit unglaublicher Qualität, allerdings auch zu sehr hohen Preisen. Investoren haben erkannt, dass Wein als Investmentalternative gilt, obwohl bekannt ist, dass direkt Investments in Spitzenweine sehr schwierig sind. Die wenigen derzeit offenen ausländischen Weinfonds bieten entsprechende Investments erst ab Mindest- Anlagesummen von etwa 10.000 € an. Es besteht das Risiko der richtigen Lagerung von renditestarken Weinen ab 500 € aufwärts pro Flasche; dies ist eine Wissenschaft für sich.

Dennoch, von den Erträgen eine Aktie kann sich mancher Börsianer derzeit nicht mal eine Flasche Mineralwasser kaufen, geschweige denn einen Wein. Doch edle Rezepte sind als Dividende der

besonderen Art im Kommen. Winzer entdecken Wertpapiere als Mittel, um Kunden an sich zu binden. Beispielhaft, eine bedeutende Weinbergaktiengesellschaft (Rechtsform AG) an der Mosel ist an keiner Börse notiert, ihren Teilhabern garantiert sie ein Fläschchen Wein 0,375 l, pro Jahr.

Das Prinzip ist simpel, ein Investor kauft eine Aktie zum Preis X und setzt, anders als bei Pacht oder Leasingverträgen auf Rebstöcke, gesetzlich abgesichert als quasi Miteigentümer des Weinbergs. Selbst bewirtschaften muss er die Rebflächen nicht.

Experten beim Deutschen Weinbauverband und vom Deutschen Weininstitut begrüßen solche Marketingstrategien von Winzern. So bindet ein Winzer Kunden an sich und hat stets einen Vorwand, ihnen etwas mitzuteilen und wer jetzt eine Flasche als Dividenden kriegt, kauft sicher weitere zum Vorzugspreis, meinen Weinexperten. Solche Systeme setzen sich allmählich durch.

Gleich so bindet sich der Kunde nicht nur an den Wein, sondern auch identifiziert er sich mit der kompletten Weinanlage als Produktionsbetrieb für tafelfertigen und exportfähigen Wein. Der Kunde wird Weinberginhaber auf seine besondere Art und Weise.

Durchschnittlich werden von Weingütern Rebstöcke zwischen 26 und 140 € verkauft und garantieren dafür pro Rebstock und Jahr -bei einer Laufzeit zwischen 5 und 15 Jahren- eine Flasche Wein. Je mehr Investoren gefunden werden, desto eher können wertvolle Lagen weiter erschlossen werden. Das steigert die Produktion wie auch die Qualität des Weines. Das führt zwangsläufig zu mehr Umsatz, damit auch zu mehr Liquidität damit auch zur Vergrößerung des Industriebetriebes Wein.

Zunächst werden keine satten Gewinne erwirtschaftet, lediglich die Weinanbauflächen werden vergrößert, die Rebstöcke erneuert, die Qualität verbessert. Über Jahr betrachtet entsteht dort ein Areal, in dem sich der Anleger beteiligt fühlt und damit auch an den Erträgen profitiert.

Wesentliche neue Märkte erschließen sich in Spanien, insbesondere unter Betrachtung des Umstandes, dass die Weine bisher als nicht hochwertig galten. Dies wurde traditionsgemäß begründet. Die Insel erfuhr Jahr zehnte lang eine Entwicklung durch Tourismus, die Landwirtschaft trat in die zweite Reihe.

Heute hat man jedoch erkannt dass das Land geeignet ist, die Produktion von hochwertigem Wein um ein Vielfaches zu steigern. Also entstehen mehr und mehr Freiflächen, die es gilt zu bewirtschaften. Die Qualität der Trauben ist über die Jahre besser geworden. Die Möglichkeiten in der Landwirtschaft sind entsprechend der Entwicklung in anderen Regionen vorteilhaft angepasst. Diesen Markt gilt es zu beobachten; man muss ihn sorgsam beobachten und von der Entstehung begleiten.