

## **(Ver-) Kauf eines Weingutes**

### **Emotionen versus Fakten – was gibt den Ausschlag?**

Abstract zur Diplomarbeit von Casha Frigo, Kandidatennummer 200044

#### **Motivation**

Mein angestammtes Tätigkeitsfeld ist der Immobiliensektor, in welchem ich immer wieder vor der Aufgabe stehe, Rendite-Liegenschaften, Gewerbe- oder Gastro-Immobilien sowie auch Wohn-Immobilien zu bewerten und verkaufen. Sind es bei den Gewerbeobjekten mehr Fakten, welche einen Kauf determinieren, so sind es bei Wohn-Liegenschaften oft die Emotionen.

Es interessiert(e) mich nun, wie ein solcher Verkaufsprozess bei Weingütern abläuft, welche oft beides – Gewerbe-Nutzung und Wohnen (als Wohnsitz des Winzers beziehungsweise Ferienwohnungen) in sich vereinen. Hinzu kommt noch der ganze Aspekt der Landwirtschaft, welcher sich im entsprechenden Bodenpreis sowie den Produktionsfaktoren niederschlägt. Das hat mich dazu veranlasst, mein Immobilien-Know-how sowie mein sozial- und verkaufpsychologischer Studiums-Hintergrund mit dem nun erworbenen Know-how aus der Weinakademie in Rust zu kombinieren. Hinzu kommt noch eine persönliche Erfahrung: Zusammen mit meinem Mann stand ich vor dem Kauf eines Weingutes im Piemont. Der Prozess zog sich über Monate hin und endete in einem Nicht-Kauf.

#### **Ziel**

Diese Diplomarbeit nimmt sich einerseits der Thematik an, dass es sich bei Bewertung und Verkauf eines Weinbetriebes in der Regel um einen umfassenden Prozess handelt, bei welchem zahlreiche Faktoren berücksichtigt werden müssen. Andererseits soll diese Arbeit untersuchen, welche Dimensionen den Wert eines Weingutes aus Sicht der Parteien bestimmen. Diese werden in emotionale «Soft» Faktoren und in rationale, Zahlen-basierte «Hard» Faktoren gegliedert.

#### **Fragestellung**

Die zentrale Frage lautet: Was gibt denn nun den Ausschlag zum Verkauf oder Kauf eines Weingutes? Fakten oder Emotionen oder beides? Diese Fragestellung wird in drei Unterfragen aufgegliedert:

- Frage 1: Ist eine Weingut-Transaktion Ihrer Ansicht nach ein komplexes Unterfangen und kommt einer multifaktoriellen Unternehmens-Veräußerung im Landwirtschaftssektor gleich?
- Frage 2: Bei einem Weingutsverkauf oder Kauf müssen viele Fakten überprüft werden. Welche Rolle spielen Ihrer Erfahrung nach die Emotionen und gibt es Unterschiede bei der Art der Objekte?
- Frage 3: Wir vermuten nun, dass der Verkäufer eines Weingutes starken Emotionen unterworfen ist und auch der Käufer als «Homo oeconomicus» den Kaufentscheid emotional trifft. Verläuft somit dieser Prozess reibungsloser und kann schneller ein Konsens gefunden werden bei Verhandlungen, wenn eine Entscheidungsmatrix, wie es der «Expectation Wizard» darstellt, zur Anwendung gelangt?

## **Methodik**

Die Fragestellung wurde mittels qualitativ ausgewerteter Interviews überprüft, welche mit Kaufinteressenten/Käufern und Verkaufsspezialisten geführt wurden. Dazu habe ich eine Entscheidungs-Matrix entworfen, den «Expectation Wizard» auf der Basis eines bestehenden Tools zur Intralogistik-Standort-Analyse und geprüft, wie ein Verkaufsprozess mit dessen Einsatz besser geführt werden kann.

## **Inhalt**

Nach der Definition von Weingütern als eher «Lifestyle» Objekte ohne nur kommerziellem Zweck gehe ich kurz auf die die Märkte und Preise ein und wie sich das Preisgefüge verschoben hat in den letzten Jahren. Ebenso stelle ich die Markt- und Angebots-Situation dar. Im Anschluss erläutere ich die Fakten-Lage eines Weingutes und wie sich eine solche darlegt – aufgrund von verschiedenen Bewertungs-Methoden, welche Aufschluss geben über den Wert von Land und Gebäuden, der Ertragsituation, Umsatz sowie der Lage des Gutes. Die Produktionskosten stellen einen erheblichen Teil eines Weingutes dar, werden jedoch in meiner Arbeit nur aufgeführt und nicht ausführlich beleuchtet. Die Emotionen beim Kauf bzw. Verkauf einer Wein-Liegenschaft werden aus Käufer und aus Käufersicht mittels sozial- und verkaufpsychologischer Theorien angeschaut. Danach gehe ich auf den Fall des Weingutes «Puriam» (Name geändert) ein, welcher als Exempel eines gescheiterten Verkaufs dient. Dieser Verkaufsprozess wird anhand des Einsatzes des «Expectation Wizards» untersucht. Im Anschluss soll die Fragestellung anhand von Interviews und des Wizards geklärt werden, ebenso wie die zusätzliche Frage, ob sich der Beizug eines Maklers lohnt, um einen Verkauf zu stipulieren.

## **Fazit**

Die Auseinandersetzung mit der Thematik «Verkauf beziehungsweise Kauf eines Weinguts» hat aufgezeigt, dass es sich hierbei um einen Ort handelt, welcher Träume jeglicher Art wahr werden lässt. Eine umfassende Bewertung einer zu kaufenden Liegenschaft tut natürlich Not – Umsatz, Kosten und Erträge müssen sorgfältig analysiert und geprüft werden, Immobilien und Grundstück sowie Landwirtschaftsland bewertet und die Produktionsanlage examiniert werden. Wie die Interviews mit den Käufern einer Weinliegenschaft sowie mit Verkaufsexperten sowie Verkäufern nahe stehende Makler aufgezeigt hat, handelt es sich doch bei einem Weinguts-Verkaufsprozess doch eher um eine hoch emotionale Angelegenheit. Dies hat auch die Simulation mit dem «Expectation Wizard» eindrücklich gezeigt. Beim Beispiel eines potenziellen Kaufs eines piemontesischen Weinguts wurde beispielsweise die Marke von Verkäufer- und Käuferseite als «wichtig bis sehr wichtig» taxiert.

Im Weiteren hat sich gezeigt, dass mit der Entscheidungsmatrix des Wizard der Verkaufsprozess frühzeitig auf das Wesentliche kanalisiert werden kann und man sich entweder findet oder eben nicht. Dies ist im Sinne beider Parteien; denn der Verkaufsprozess wird so oder so verkürzt. Findet man sich am Anfang nicht, kann man auf unnötige Besichtigungen verzichten; schreitet man zügig voran, vermeidet man unter Umständen, dass die Kaufinteressenten abspringen, weil Kaufalternativen gefunden und geprüft werden. Beides ist ärgerlich und sollte vermieden werden.