

Management Summary

1. Motivation

Als schon länger privat am Wein und allem drum herum interessierte Person ist der Verfasser in verschiedenen Medien in den letzten Jahren immer wieder auf Inserate von Weininvestoren und im Weininvestment tätigen Händlern gestossen. Aufgrund seiner Tätigkeiten im Börsenhandel und des allgemeinen Interesses an wirtschaftlichen und rechtlichen Zusammenhängen lag es nahe, ein Thema zu wählen, das den für ihn noch unbekannten Bereich des Weins als alternative Anlageklasse erschliesst.

2. Fragestellung / Zielsetzung

Die Arbeit soll praxisnah untersuchen, was getan werden müsste, um erfolgreich nebenberuflich im Raum Zürich eine Unternehmung im Bereich Weininvestment aufzubauen. Dabei werden alle wesentlichen Faktoren betrachtet. Als Ergebnis der Arbeit will der Schreibende wissen, ob sich der Aufbau einer derartigen Unternehmung für ihn lohnen könnte.

3. Methodik

In einem ersten Schritt sollen allgemeine Vor- und Nachteile von Wein als Investment aufgezeigt werden, um einen Einblick in das Renditepotenzial dieser Anlagerichtung zu gewinnen. Weiter folgt eine kurze Einführung in verschiedene Anlagemöglichkeiten für Privatanleger im Bereich Wein. Aufgrund der generierten Informationen erfolgen Wahl und Beschreibung der Unternehmungstätigkeit. Danach werden Rahmenbedingungen mit Fokus auf rechtliche Bestimmungen, Marktbedingungen, sowie Handels- und Kommunikationskanäle untersucht. Der nächste Schritt umfasst die Definition der Erfolgsfaktoren und strategische Entscheide. Die folgende Beschreibung der operativen Umsetzung in vier prozessual definierten Phasen wird durch ein Schlusswort abgerundet.

4. Inhalt

Wein verfügt im Vergleich zu anderen Anlageformen über diverse Vorteile: Bessere historische Renditen als Aktienindizes sowohl im mittelfristigen wie langfristigen Zeitfenster, weniger Risiko dank geringerer Volatilität, wenig Korrelation zu den Finanzmärkten und damit gute Eignung zur Diversifizierung eines Portfolios. Zudem verschafft Wein als reales Gut Inflationsschutz und kann nach Wunsch konsumiert werden. Nachteilig im Vergleich zu anderen Anlageformen sind erhöhte Transaktions- und Lagerkosten, erhöhte Informationskosten sowie Unsicherheit bezüglich Wertentwicklung junger Weine oder solcher, die in der Subskription gekauft werden. Ein weiterer Unsicherheitsfaktor ist die Abhängigkeit der Bewertungen von einem einzelnen Weinkritiker, Robert Parker.

Beim Vergleich verschiedener Anlageformen im Bereich Wein ergibt sich, dass ein reines Weininvestment für private Anleger nicht einfach zu tätigen ist. Sowohl Direktinvestitionen im Sinn der Anlage eines eigenen Weinkellers als auch Beteiligungen an Weingütern oder Luxusgüterkonzernen haben gewisse Nachteile, bzw. entsprechen nicht einem reinen Weininvestment. Exchange Traded Funds oder andere Zertifikate auf die Liv-ex-Indizes werden von den Banken offenbar nicht angeboten.

So bleiben die Weinfonds in ihren beiden Formen, offen oder geschlossen. Aufgrund des aktiven Managements und der Marktmacht ist die Renditemöglichkeit bei einem offenen Weinfonds höher als bei einem geschlossenen. Es muss aber gesagt werden, dass es für private Anleger meist nicht möglich ist, in solche Fonds zu investieren, da die Mindestzeichnungssumme zu hoch ist.

Der Autor gelangt zum Ergebnis, dass mangels Alternativen die beste Möglichkeit für private Anleger, in Wein zu investieren, der geschlossene Weinfonds ist. Zudem gibt es momentan in der Schweiz keinen geschlossenen Weinfonds. Folglich soll die Unternehmung eine Tätigkeit in diesem Bereich haben, wodurch diese Lücke geschlossen würde.

Im nächsten Schritt werden die rechtlichen Rahmenbedingungen beleuchtet. Untersucht werden die Rechtsform des Anlagefonds, diejenige der Einmann-Aktiengesellschaft und zuletzt die einfache Gesellschaft. Es zeigt sich, dass unter den Gesichtspunkten der Flexibilität und steuerlichen Aspekten die einfache Gesellschaft am besten abschneidet, vor allem, weil die Regulierung von Anlagefonds zwecks Anlegerschutz recht einschneidend ist.

Als weitere Rahmenbedingung wird der Markt und seine kurzfristigen Entwicklungen untersucht. Dabei werden verschiedene Faktoren, die Angebot und Nachfrage beeinflussen, analysiert. Zudem wird festgehalten, dass in letzter Zeit die Weinpreise wieder stark gestiegen sind.

Als Handelskanäle kommen Auktionshäuser, Weinhändler, Private, Weingüter sowie das Internet in Frage, alle mit gewissen Vor- und Nachteilen. Es ergibt sich, dass es nicht einen optimalen Handelskanal gibt, sondern situativ entschieden werden muss. Wichtige Kommunikationskanäle zu potenziellen Investoren sind neben alten und neuen Medien auch persönliche Gespräche an entsprechenden Anlässen oder auf Einladung. Ebenfalls betont wird in diesem Zusammenhang die Bedeutung von Netzwerken.

Der wichtigste strategische Erfolgsfaktor für das Projekt ist die Beschaffung des Kapitals, welches zwecks Ausnutzung der Grössenvorteile mindestens CHF 2'000'000.- betragen soll. Weiterer Erfolgsfaktor ist die Wahl der passenden Rechtsform und die richtige Organisation. In diesem Zusammenhang wird eine Aktiengesellschaft gegründet, welche dann als Gesellschafter der einfachen Gesellschaft agiert. Die Beweggründe dafür sind einerseits haftungsrechtlicher Natur, andererseits untermauert der Auftritt als Aktiengesellschaft die Professionalität in der Öffentlichkeit. Die einfache Gesellschaft soll wie ein geschlossener Fonds geführt werden, was einerseits die Ausübung als nebenberufliche Tätigkeit erst möglich macht und andererseits wie erwähnt Bezug auf eine Marktlücke nimmt. Als weiterer Erfolgsfaktor wird neben der angetönten Einkaufs- Verkaufs-Problematik die an das angestrebte Renditeziel von 5% netto pro Jahr angepasste Zusammensetzung des Portfolios diskutiert. Es zeigt sich, dass vor allem die Blue Chips sichere Investitionen sind und diese folglich den Kern des Portfolios ausmachen sollen. Als spekulativere Ergänzung sind deutsche Rieslinge vorgesehen. Auch muss der Anlagehorizont lange genug sein, da bei der geschlossenen Organisationsform während der Laufzeit kein Handel stattfindet. Die Laufzeit wird auf 8 Jahre festgesetzt, damit kurzfristige Wertschwankungen ausgeglichen werden können.

Die operative Umsetzung des Projekts wird in die Entwicklungs-, Akquirierungs-, Wertentwicklungs- und Abschlussphase unterteilt. In der Arbeit wird detailliert untersucht, was es in den einzelnen Phasen zu beachten gibt und welche Kosten anfallen. Diese Schätzungen sind auch Ausgangspunkt für die Planungsrechnungen im Anhang.

5. Fazit

Grundsätzlich kann gesagt werden, dass die Umsetzbarkeit des Projekts gegeben ist und es als nebenberufliche Unternehmenstätigkeit interessant sein kann. Beim gewählten Modell der vornehmlich fixen Vergütung ist das Unternehmerrisiko relativ überschaubar. Das Schlimmste, was geschehen kann, ist, dass die Investitionssumme nicht zusammen kommt und deshalb die Kosten der Entwicklungs- und Akquirierungsphase vom Verfasser getragen werden müssen. Einer der Schlüsselfaktoren liegt sicher in der Beschaffung der Investitionssumme, welche sich als schwierig erweisen könnte. Der Schreibende geht aber davon aus, dass in der momentanen ökonomischen Situation Nachfrage nach einer Investitionsmöglichkeit in einen erst teilweise ausgeschöpften Realwert besteht. Der günstige Einkauf der Weine bei momentan hohen Preisen auf Primärmarkt wie Sekundärmarkt wäre ein weiteres zu bewältigendes Problem. Nicht zu unterschätzen ist der Faktor Zeit, welche das Ganze in Anspruch nehmen würde. Gerade in den ersten beiden Phasen und der letzten Phase der operativen Umsetzung muss der Zeitaufwand als hoch eingestuft werden. Bevor das Projekt in Angriff genommen wird, ist es sicher sinnvoll, die aktuelle Marktlage sowie die erzielten Preise der Weine ein bis zwei Jahre zu beobachten und während dieser Phase bereits einige unverbindliche Gespräche zu führen. Bis dahin könnten sich die Preise der Weine und die Überhitzung auf dem Subskriptionsmarkt etwas abgekühlt haben.