

Das Lebenswerk verkaufen – wird vom Käufer auch die Energie und Arbeit der letzten Jahrzehnte gewürdigt? Wie kann ich den wahren Wert zeigen? Warum sollte ein Interessent gerade MEIN Weingut kaufen? Welche Bewertungsansätze es gibt, was der Marktwert eines Weinguts ist und wie das Ganze z.B. eine Bank sieht. Teil 3 der Serie.

Was ist mein Betrieb wert?



Text:
Natascha Popp,
Wein & Rat
GmbH,
Geisenheim

Ein paar einleitende Worte zu Beginn: Sie sind nicht allein; mehr als jeder vierte Winzer ist auf der Suche nach einer Nachfolge-Lösung. Bei einigen Winzern fehlt schlichtweg der Nachwuchs, bei anderen Kollegen haben sich die Kinder aktiv dagegen entschieden und andere Berufe gewählt.

Unbezahlbar: Das Herzblut, das in einem Betrieb steckt

Das Herzblut und die Emotionen, die Sie mit dem Weingut verbinden, tauchen in all diesen sachlichen Berechnungen nicht auf. Damit ein Winzer aber das Gefühl hat, dass er einen fairen Preis für sein Lebenswerk erzielt hat, ist der Blick von außen, durch die Brille eines erfahrenen Nachfolgeberaters sinnvoll.

Einzelne Weinberge zu verkaufen ist ohne Unterstützung problemlos möglich, doch bei größeren Transaktionen ist Teamarbeit gefragt. Ein Winzer übergibt seinen Betrieb in der Regel ein einziges Mal im Leben – Spezialisten für Betriebsübergaben beschäftigen sich jeden Tag mit dem Thema, können aus den vergangenen Transaktionen und dem Erfahrungsschatz schöpfen und haben einen objektiven

Blick. Dies kann dem Verkäufer zugutekommen: Dadurch können Fehler vermieden werden, die ansonsten teuer werden können (z.B. Gewährleistungsansprüche).

Wie Sie selbst den Kaufpreis beeinflussen

Bei der Frage nach dem Kaufpreis klaffen Vorstellungen und Realität oft weit auseinander. Winzer, die ihr ganzes Leben im Betrieb verbracht haben, sind emotional stark an das Weingut gebunden und vergessen dabei, dass Sie vielleicht in den letzten Jahren nicht mehr genug oder auch falsch in das Unternehmen investiert haben, bzw. im Weinverkauf nicht die richtigen Weichen für die Zukunft gestellt haben. Neben einem möglichen Investitionsstau spielen ebenso Optik und Gesamtzustand des Betriebes eine Rolle. Dabei geht es nicht um eine gestrichene Hauswand, sondern es beginnt viel mehr damit, in Ihrem Betrieb vom Büro bis in den Keller aufzuräumen und auszusortieren, damit ein Interessent überhaupt die Chance hat, sich einen Überblick zu verschaffen.

100 % Einsatz von Ihrer Seite aus bis zum Schluss steigern Attraktivität und Wert Ihres Weinguts und

www.der-deutsche-weinbau.de

DDW-Tipp: Teil 1 der Serie finden Sie in der DDW-Ausgabe 2 vom 23.1.2015 und Teil 2 in der DDW-Ausgabe 7 vom 2.4.2015 oder ganz bequem im Internet unter www.der-deutsche-weinbau.de → **Exklusiver Inhalt** → **Suchstichwort Betriebsübergabe**



Die Frage nach dem fairen Preis: Es ist ein regelrechter Balanceakt, die Erwartungen und Wertvorstellungen der Verkäufers mit der Einschätzung und Kaufbereitschaft des Käufers abzustimmen (Foto: fotolia.de/ Eisenhans)

ignorieren Sie nicht die Tatsache, dass Sie sich auf die Suche nach einem Nachfolger begeben müssen. Letztendlich werden Sie der Gewinner sein, denn eine erfolgreiche Betriebsübergabe braucht einen gewissen Vorlauf. Das fängt damit an, dass Sie z. B. alle Umsätze buchen sollten, um einem Käufer auch schwarz auf weiß beweisen zu können, wie erfolgreich Sie mit Ihren Weinen sind. Denn einer der Faktoren sind nun einmal die Bilanzen, das heißt die Gewinne, die Sie bisher mit dem Betrieb erwirtschaftet haben. Der Nachfolger benötigt ein positives Betriebsergebnis, um überhaupt eine Bankfinanzierung zu bekommen. Gerade in der jetzigen Zeit mit extrem niedrigen Zinsen lohnt es sich, erst Recht einen Teil des Kaufpreises über die Hausbank zu finanzieren und nicht das gut angelegte Geld dafür zu verwenden. Je geringer der Jahresüberschuss, desto teurer wird allerdings auch der Zinssatz bei der Bank und desto unattraktiver wird der Betrieb als Geldanlage.

Auch wenn die betriebswirtschaftlichen Zahlen in Ihrem Weingut nicht allzu positiv sind, so gibt es dennoch gute Chancen einen fairen Preis zu erzielen. Der Schlüssel hierzu ist das Potential, das in Ihrem Betrieb steckt, sodass Sie dem Interessenten eine Perspektive bieten können. Als direkter Beteiligter tut man sich oft schwer damit, dieses Potential zu vermitteln. Wenn man die Möglichkeiten, die ein Betrieb bietet, immer alle sehen würde, dann wäre man eventuell schon vor Jahren einen anderen Weg gegangen.

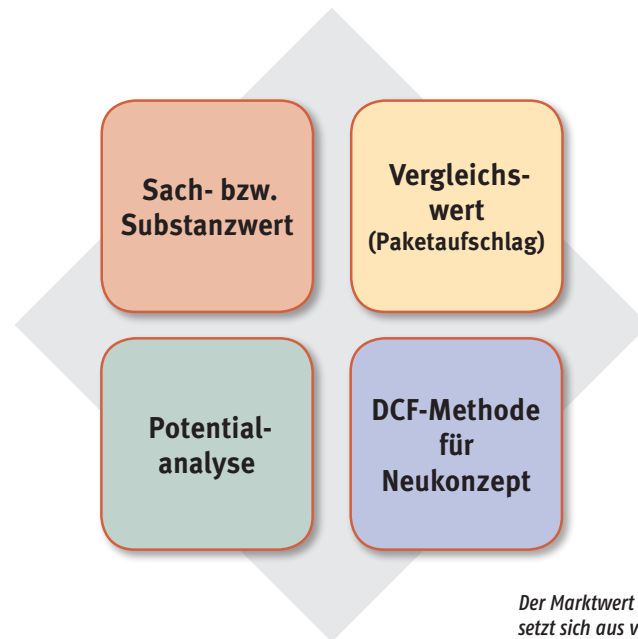
Eng verbunden mit dem Potential ist auch das Alleinstellungsmerkmal eines Betriebes – was macht genau Ihr Weingut so besonders und warum soll der Interessent ausgerechnet Ihr Weingut kaufen? Die Antwort auf diese Frage fällt einem erfahrenen Spezialisten für Betriebsübergaben mit Sicherheit leichter, einen objektiven Blick behält und die entsprechende Erfahrung hat.

Marktwert eines Weinguts oder einer Kellerei bestimmen

Es gibt verschiedene Ansätze, um den Wert eines Weinguts zu ermitteln: Emotionen sind das Eine, Fakten das Andere. Neben den weichen Faktoren ist es auch immer wichtig, die harten Fakten zu kennen und sie als Argumentationshilfe zu nutzen. Die Praxiserfahrung hat gezeigt, dass sich der Marktwert eines Weinguts aus den folgenden vier Punkten zusammensetzt.

Allgemeine Wertermittlung bei Unternehmen

Für eine möglichst objektive Ermittlung des Unternehmenswertes gibt es verschiedene Ansätze. Dabei kann grundsätzlich zwischen dem objektiven Substanzwert und dem subjektiven auf den Zukunftserfolg des Unternehmens gerichteten Wert unterschieden werden. Um die Kritikpunkte bei den jeweiligen Theorien zu umgehen, wird mittlerweile bei einer



Der Marktwert eines Weinguts setzt sich aus vier Komponenten zusammen

Unternehmensbewertung eine Mischform aus beiden Ansätzen verwendet.

Zusätzlich wird zwischen der Bewertung von Betrieben und der von Grundstücken und Immobilien unterschieden. Bei Weingütern steckt der größte Wert in Weinbergen und Gebäuden. Die Vorgehensweisen zur Ermittlung des Verkehrswertes von Immobilien und Grundstücken werden in der Verordnung über die Grundsätze für die Ermittlung der Verkehrswerte von Grundstücken (kurz ImmoWertV) geregelt.

Sach- bzw. Substanzwertverfahren

Das Sachwertverfahren ist substanzorientiert, d.h. hier steht die Immobilie als Hauptwert im Vordergrund der Betrachtung. Die Ermittlung des Kaufpreises errechnet sich aufgrund der Ersatzbeschaffungskosten von Grundstück und Immobilie. Es wird vor allem für privat genutzte Immobilien, wie z. B. das Wohnhaus verwendet. Bei Weingütern wird es genutzt, wenn beispielsweise der Betrieb unter Zwang aufgegeben werden muss. Es gibt daher auch Auskunft darüber was die Summe der Einzelteile in einem Betrieb wert ist.

Vergleichswertverfahren

Dieses Verfahren ist insbesondere bei der Bewertung von Grundstücken und Weinbergen relevant. Neben dem Bodenrichtwert dienen auch die aktuell erzielten Quadratmeterpreise und die Nachfrage in der jeweiligen Gemeinde als Maßstab.

Potential und Discounted Cash Flow-Bewertung (DCF-Methode)

Der zukünftige Besitzer eines Betriebes muss neben dem eigenen Lebensunterhalt auch einen Kapitaldienst erwirtschaften. Dafür entwickelt er i. d. R. ein eigenes Konzept, welches das bisher ungenutzte Potential eines Weinguts ausschöpft. Daher ist es für

Neben der rein rechnerisch ermittelten Wertermittlung gilt es, auch das Potential seines Betriebes herauszustellen (Foto: fotolia.de/ fotogestoeber)



die Zukunft eines Betriebes notwendig, ein realistisches Neukonzept zu entwickeln. Dieses Konzept dient als Verkaufsargument für die Werthaltigkeit des Weinguts, aber auch zur Wertermittlung. Im Gegensatz zu den vorangegangenen Verfahren ist die DCF-Methode zukunftsorientiert, allerdings durch die Prognoseunsicherheit auch etwas ungenauer. Hierbei wird das Potential eines Betriebes in einem möglichen Neukonzept rechnerisch dargestellt und die möglichen Erträge daraus hochgerechnet. Die mögliche Verzinsung des investierten Kapitals ist preisbestimmend, sodass diese Methode bei Objekten verwendet wird, bei denen die Renditeerwartung im Vordergrund steht.

Wertermittlung: Potentiale aufdecken und Nachfragetrends erkennen

Die Ansätze mit Ertrags- und Sachwerten werden üblicherweise in der Industrie genutzt. Hier werden lediglich Zahlen und Fakten benutzt um den Wert zu ermitteln, doch die Erfahrung zeigt, dass es insbesondere bei Weingütern auch auf das Potential ankommt. Dieses ist jedoch wesentlich subjektiver und schwerer herauszuarbeiten und zu bewerten. Das können beispielsweise bisher ungenutzten Ressourcen oder echte Synergieeffekte sein. Ein offensichtliches Potential könnte sein, dass das Weingut in einer touristisch attraktiven Gegend liegt und diese Tatsache bisher noch nicht berücksichtigt wurde. Das Potential liegt hier beispielsweise in der Stärkung des Ab-Hof-Verkaufs, die Entwicklung von Weintouren und speziellen Verkostungen mit regionaltypischen Spezialitäten etc.. Darüber hinaus gibt es auch Betriebe mit einem eher versteckten Potential. Ein Beispiel hierfür könnte sein, wenn ein Käufer mit guten Kontakten nach Asien einen Betrieb kauft, der das Recht hat einen »Loreleywein« zu führen. Das romanti-

sche Loreleyimage ist auf dem asiatischen Markt ein Verkaufsmagnet und birgt trotz Exportkosten eine attraktive Marge. Die Chance, die sich dem Käufer dadurch bietet, muss ihm am besten vorgerechnet und die Umsetzung grob geplant werden, sodass er direkt vor Augen geführt bekommt, welche einmalige Möglichkeit sich für ihn bei diesem Weingut bietet. Der Betrieb befand sich bisher in einem Dornröschenschlaf mit viel Fassweinverkauf und kleinem Kundenstamm und war daher für andere Käufer weniger attraktiv.

Hier zeigt es sich, wie individuell manchmal das Potential ist, denn eine andere Person mit anderen Voraussetzungen würde die Chancen, die sich in genau diesem Weingut bieten, anders nutzen. Diese Aufgabe können viele Winzer alleine nicht erfüllen, da ihnen erstens die Zeit, zweitens der Blick eines Außenstehenden fehlt, drittens wissen sie oft nicht, wo sie den passenden, vertrauenswürdigen und solventen Asiaten dafür finden – hier empfiehlt sich Rat von Dritten. ▀

Fazit:

Um den Marktwert eines Weingutes zu ermitteln, genügt es nicht, sich nur den Sach- und Ertragswert anzuschauen, man muss hier auch das jeweilige Potential eines Betriebes und die aktuelle Marktentwicklung berücksichtigen. Es gilt auch, den möglichen Käufer genau anzuschauen, welches Potential er selbst bietet bzw. welche Synergieeffekte er mit dem passenden Betrieb entfalten kann.

Noch Fragen?

Fragen zu diesem Beitrag beantwortet unser Autorin gern per Tel: 06722 90 85 121 oder per E-Mail: natascha.popp@weinundrat.de