

Teil I

Grundlagen: Das große Einmaleins des Weininvestments



So etwas nennt man wohl einen Anlagenotstand: Seit der Jahrtausendwende bescheren die Märkte den Sparern und Investoren ein Wechselbad der Gefühle. Nach dem Platzen der New-Economy-Blase gleich zu Beginn des neuen Millenniums verzeichneten Anleger, die allzu euphorisch auf das vermeintliche Potenzial von Wachstumsunternehmen gesetzt und deren Aktien erworben hatten, den ersten herben Rückschlag. Die deutsche Aktienkultur, die endlich aufzublühen schien, welkte rasch. Zwar setzte schon 4 Jahre später wieder eine spektakuläre Rallye an den Börsen rund um den Globus ein und Anleger konnten mit Aktien – nicht zuletzt von Unternehmen aus den wachstumsstarken Ländern Osteuropas und Asiens – hohe Renditen einfahren, doch dann kam im Schatten der weltweiten Finanzkrise ab dem Jahr 2008 der zweite Crash. Angesichts von Mini-Zinsen boten allerdings auch wertbeständige Spareinlagen keine wirklich dauerhaft überzeugende Alternative. Und sogar vermietete Immobilien, lange Zeit als Beton-Gold gepriesen, machten Investoren nicht mehr so richtig glücklich. So begann bald die Suche nach den „wahren Werten“, beziehungsweise nach dem, was man eben dafür hält. Die einen gaben sich ihrem ganz persönlichen Goldrausch hin und schichteten Teile ihres Vermögens in das verführerisch glänzende Edelmetall um. Andere kauften komplizierte Uhren oder Werke alter Meister. Wieder andere vertrauten auf den Zeitgeist und investierten in Old- oder Youngtimer, also in Fahrzeuge aus den Zeiten der Großväter beziehungsweise Väter.

Zunehmend entdeckten Anleger jedoch, dass es durchaus eine Möglichkeit gibt, höchst genussvoll zu investieren. Alte Weine mit großen Namen, höchsten Bewertungen und aus exzellenten Jahrgängen erzielten auf Auktionen atemberaubende Preise. Eine Doppelmagnumflasche (3 Liter) 1947er-Château Cheval-Blanc wurde zum Beispiel im März 2008 im New Yorker Auktionshaus Christie's für rund 135.000 US-Dollar versteigert. Eine Magnumflasche (1,5 Liter) 1947er-Château Mouton-Rothschild wechselte im Februar 2007 bei einer Auktion bei Sotheby's für beinahe 48.000 US-Dollar den Besitzer. Und das Auktionshaus Koppe & Partner in Bremen versteigerte im Januar 2008 eine Methusalemflasche (6 Liter) des Jahrgangschampagners 1990er-Louis Roederer Cristal Brut Millenium für 15.000 Euro. Mitunter gingen die Preise für gesuchte Weine regelrecht durch die Decke. Tatsächlich wurden bei manchen Gewächsen aus dem Bordeaux innerhalb von 5 Jahren Preissteigerungen von rund 300 Prozent erzielt. Und das garantiert frei von der Abgeltungsteuer. Kein Wunder, dass

exzellente Weine mittlerweile nicht nur als Genussmittel, sondern gleichermaßen als Assetklasse geschätzt werden. Der Autor des vorliegenden Buches kennt eine Reihe ziemlich wohlhabender Leute, die einen Teil ihres Vermögens in ausgesuchte Gewächse mit Wertsteigerungspotenzial investiert haben. Mancher Weingenießer schüttelt angesichts dieser Entwicklung nur den Kopf, treiben die Investoren einerseits und geltungs-süchtige Neureiche aus vielen Schwellenländern andererseits doch die Preise für sehr gute Weine in unerschwingliche Höhen. Trotzdem handelt es sich bei dieser Form der Geldanlage um keine vorübergehende Mode. Längst gibt es – vergleichbar mit dem DAX oder dem Dow Jones – Indizes, die kontinuierlich die Wertentwicklung feiner Weine abbilden. Finanzinstitute legten in den vergangenen Jahren Weinfonds auf und eine österreichische Bank emittierte sogar ein Weinzertifikat. Davon später mehr. Doch schon an dieser Stelle wird deutlich: Weininvestment ist nicht etwa nur ein Freizeitvergnügen von Menschen, die nicht mehr so recht wissen, wohin mit ihrem Geld. Die roten Blue Chips (nur wenige Weißweine eignen sich für Investments) werden als Anlagealternativen zunehmend anerkannt.

Dennoch gilt es, die Vor- und Nachteile dieser Assetklasse ausgesprochen nüchtern (und das darf bei dieser Thematik sicher ganz wörtlich genommen werden) zu analysieren, um sich gegen die blumigen Versprechungen von Auktionatoren und Händlern zu immunisieren. Als einer der entscheidenden Vorteile eines Weininvestments wird häufig die nicht vorhandene Korrelation mit den Geld- und Finanzmärkten genannt. Im Klartext: Wenn die Aktienkurse in die Knie gehen, hat das keinerlei Einfluss auf den Preis eines Château Pétrus oder eines anderen Top-Weins aus dem Bordeaux. Und wenn die Europäische Zentralbank die Leitzinsen senkt, gehen zwar die Renditen für Tages- und Festgeldkonten zurück, der Preis für einen Romanée-Conti hingegen bleibt davon absolut unberührt. Insofern handelt es sich bei Weininvestments in der Tat um eine weitgehend konjunkturresistente Anlageform. Wenn es indessen nicht allein beim typischen Auf und Ab der Konjunktur bleibt, sondern die Weltwirtschaft in eine Krise schlittert, wirkt sich das natürlich auch auf die Preise für Spitzenweine aus. Ein absolut sicherer Hafen für stürmische Zeiten sind Spitzenweine daher gewiss nicht.

Rare Weine – ein inflationsgeschützter Sachwert

Dafür bieten aber rare Gewächse einen anderen entscheidenden Vorteil. Beim Wein ist ein real existierender, inflationsgeschützter Gegenwert vorhanden, der nicht beliebig vermehrbar ist. Das unterscheidet diese Assetklasse von Geldwerten. Die im Umlauf befindlichen Aktien eines Unternehmens lassen sich mittels einer Kapitalerhöhung weitgehend problemlos aufstocken. Wer Geld braucht, begibt Anleihen, und sogar Zertifikate, die langjährigen Stars der Anlagebranche, sind im Grunde nichts anderes als Schuldscheine, deren Wert von der Bonität des Emittenten abhängt. Spätestens seit dem Zusammenbruch von Lehman Brothers im Herbst 2008 wissen wir, dass selbst vermeintlich „unsinkbare“ Emittenten Pleite gehen können. Geld schließlich ist nichts anderes als ein Zahlungsverprechen der Notenbanken. In den letzten Jahren erlebten wir, wie die Zentralbanken und Regierungen die Märkte mit Liquidität geradezu fluteten und gigantische Schuldenberge auftürmten.

Die Menge der im Umlauf befindlichen Spitzenweine aus gesuchten Jahrgängen hingegen ist begrenzt. Und der Clou dabei: Sie kann nicht größer, wohl aber kleiner werden. Denn wo immer auf der Welt sich ein Connaisseur entschließt, zu einem geeigneten Anlass eine seiner Weinraritäten zu entkorken, trägt er dazu bei, das Angebot weiter zu verknapfen. Jede Flasche getrunkenen Spitzenweins wirkt sich potenziell wertsteigernd auf die verbleibende Restmenge aus.

Die Kehrseite der Medaille: Wer in Weine investiert, verzichtet auf laufende Einnahmen. Er bekommt weder Zinsen noch Dividenden oder Mieten und kann nur auf eine Wertsteigerung spekulieren. Das ist bei kostbaren Rebsäften nicht anders als bei einem Investment in Goldbarren oder -münzen. Es sollte also eine „Extra-Rendite“ in Form einer hohen persönlichen Affinität gegenüber Weinraritäten hinzukommen. Die Freude am Sammeln, der Besitzerstolz, die Faszination des eigenen professionellen Weinkellers – das ist für viele Freunde der vinophilen Genüsse allemal mehr wert als ein regelmäßiger Zinsertrag, von dem oben drein das Finanzamt ein Viertel kassiert. Ein bekannter Auktionator bemerkte einmal, ein erfolgreicher Weininvestor sollte eigentlich idealerweise ein Antialkoholiker sein. Denn als solcher werde er nie in Versuchung kommen, einen seiner Schätze zu entkorken. Gute Vorausset-

zungen für eine langfristige Lagerung und damit eine gediegene Wertsteigerung. In der Realität freilich werden Weininvestoren immer auch Weinsammler sein.

Ebenso wie beim Kauf und Verkauf von Aktien hängt der Erfolg eines Weininvestments vom richtigen Timing ab. Konkret: Wie lange kann der betreffende Wein gelagert werden? Wann hat er seine optimale Trinkqualität erreicht? Manche Spitzengewächse überzeugen noch nach 30 Jahren, teilweise sogar viele Jahrzehnte später. Andere indessen kommen kaum über 5 bis 10 Jahre hinaus. Alte Weine zu kaufen, die eigentlich nicht mehr genießbar sind, macht aus Sicht eines Investors wenig Sinn. Halten wir daher an dieser Stelle schon einmal fest: Das Wertsteigerungspotenzial hängt von der Lagerfähigkeit der betreffenden Weine ab. In dieser Hinsicht unterscheiden sich die Provenienzen erheblich voneinander (siehe Info-Kasten).

Die Lagerfähigkeit großer Weine

Als Investmentweine kommen nur Gewächse in Betracht, die lange gelagert werden können. Dies hängt wiederum von folgenden Faktoren ab:

1. Je mehr Säure ein Wein enthält, desto länger ist er haltbar. Nicht von ungefähr haben hier die deutschen Riesling-Weine eindeutige Vorteile.
2. Weine mit hohem Zuckergehalt weisen ebenfalls eine lange Haltbarkeit auf (gute Beerenauslesen etwa 20 Jahre und mehr, teilweise bis 100 Jahre).
3. Je höher der Alkoholgehalt, desto länger kann der Wein gelagert werden (ab 12 Volumenprozent aufwärts).
4. Der Korken muss von sehr guter Qualität sein.

Selbst ein Bordeaux aus schlechten Jahren erreicht ein Alter von bis zu 15 Jahren. Bordeaux-Gewächse aus guten Jahren bringen es auf 30 Jahre, mitunter überschreitet ihre Lagerfähigkeit sogar die mittlere Lebenserwartung eines Menschen. Ebenfalls langfristig aufbewahrt werden können Barolo und Barbaresco-Weine sowie hochwertige Gewächse aus der Toskana, spanischer Rioja und der Vega Sicilia. Unter den Weinen aus der „Neuen Welt“ ist in dieser Hinsicht der Penfolds Grange aus Australien zu empfehlen.

Es gibt somit viele gute Gründe, die für ein Weininvestment sprechen, allerdings sollte man – wie bei jeder Geldanlage – die Gegenargumente beachten und dann zu einer ganz individuellen Entscheidung pro oder contra kommen.

Das spricht für ein Weininvestment:

- Knapper Sachwert, nicht beliebig vermehrbar.
- Weine und insbesondere Weinraritäten sind stark im Trend, unabhängig von Konjunkturschwankungen.
- Gesuchte Spitzenweine sind Globalisierungsgewinner. Sie profitieren von einer steigenden Nachfrage aus den Schwellenstaaten. Vorübergehende Preisrückgänge infolge starker konjunktureller Schwankungen schwächen diesen Trend allenfalls temporär ab und bergen gute Einstiegsmöglichkeiten für Weininvestoren und solche, die es werden wollen.
- Sammlerstolz und Freude am „Kulturgut Wein“ können sich als Zusatzrenditen erweisen.
- Falls es der Anleger wünscht, hinterlassen Weininvestments wenig Spuren – im Gegensatz etwa zu Bankkonten und Wertpapierdepots, die von den Finanzbehörden ohne Probleme abgerufen werden können. Wer im Wein eine Art diskrete Anlage sieht, sollte jedoch stets auf Barzahlung und persönliche Abholung der Ware achten und über seine Schätze im Keller eisern schweigen.

Das spricht gegen ein Weininvestment:

- Die Wertentwicklung der jüngeren Weine und solcher, die noch vor der Abfüllung auf Flaschen verkauft werden (Subskription oder „en primeur“) lässt sich schwer abschätzen.
- Einem einzigen Weinkritiker (Parker) kommt gewaltiger Einfluss auf die Preisentwicklung zu.
- Zum Teil intransparenter Markt, kompetente Beratung ist gerade für Einsteiger unverzichtbar.
- Keine laufenden Renditen.

Die Marktteilnehmer

a. Weinkritiker

Schauen wir uns etwas genauer an, mit wem man es als Weininvestor und -sammler zu tun hat. Die Erzeuger lassen wir zunächst außen vor, denn die stehen im Mittelpunkt des zweiten Kapitels dieses Buches. Wie gerade erwähnt, entscheidet vor allem *ein* Kritiker über die Preisentwicklung von Weinen. Genau genommen handelt es sich zwar um ein Team, doch dessen Mitglieder orientieren sich alle am Geschmack des großen Meisters: Robert M. Parker. Der im Jahr 1947 in Baltimore (Maryland) geborene US-amerikanische Weinkritiker entscheidet mit seinen Parker-Punkten über Höhenflüge und Abstürze. Sein Bewertungssystem ist äußerst simpel – und daher vielleicht so erfolgreich: Für schlechte bis unterdurchschnittliche Weine vergibt er 50 bis 69 Punkte. Spitzenweine erhalten 96 bis 100 Punkte. Investmentweine sollten idealerweise 100 Parker-Punkte aufweisen, aber nicht unter 96 Punkten liegen. Ohne Frage kann sich auch der Preis von Weinen mit etwas weniger Punkten gut entwickeln, doch eine möglichst hohe Bewertung durch den „Weinpapst“ ist schon eine sehr gute Voraussetzung für ein erfolgreiches Investment.

Der zweite kursbewegende Kritiker ist der Engländer Hugh Johnson. Seit 1971 publiziert er den *World Atlas of Wine*, den es seit 1972 in deutscher Übersetzung gibt. Johnsons Bücher erreichen Millionenaufgaben. Bekannte Ausgaben in deutscher Sprache sind *Der Kleine Johnson* und *Der große Johnson*.

Das Who is who der „Weinpäpste“

Oft zahlt es sich aus, seine Leidenschaft zum Beruf zu machen. Eigentlich ist **Robert M. Parker** promovierter Jurist, der bis Mitte der 1980er-Jahre als Anwalt für eine Bank in Baltimore tätig war. Irgendwann aber fasste er den Entschluss, sich fortan hauptberuflich um Weine und deren Beurteilung zu kümmern. Schon während seiner Zeit als Anwalt dachte er über einen wirklich unabhängigen Weinführer nach, der den Freunden edler Gewächse eine verlässliche Orientierung geben sollte. Im Jahr 1978 hob Parker seine Zeitschrift

The Wine Advocate aus der Taufe. Die Publikation wies zunächst gerade einmal 600 Abonnenten auf. Doch bald machte der unkonventionelle Experte mit seinen vielfach überraschenden und dem Mainstream widersprechenden Bewertungen weltweit Karriere und gewann immer mehr Leser in Europa und Asien. Viele seiner Bücher avancierten zu Bestsellern. Vor allem aber hat das Urteil von Robert Parker auf die Preisentwicklung der betreffenden Weine einen ebenso starken Einfluss wie manche Äußerungen führender Notenbankchefs auf die Kursentwicklung an den Kapitalmärkten.

Hugh Johnson, Jahrgang 1939, ist sozusagen das britische Pendant zu Robert M. Parker, wenngleich sein Einfluss nicht ganz so groß ist wie der seines US-Kollegen. Nach seinem Anglistik-Studium arbeitete er zunächst für das Magazin *Vogue*, bevor er im Jahr 1963 zum Generalsekretär der Food & Wine Society in London berufen wurde. Seit 1971 publiziert er den *World Atlas of Wine*.

b. Weinauktoren

Ähnlich wie für Kunstsammler führt für Weinliebhaber und -investoren der Weg zu vielversprechenden Raritäten oft über renommierte Auktionshäuser. Zwar gibt es weltweit mehrere hundert Auktionshäuser unterschiedlicher Größe, die immer mal wieder Weine anbieten, doch handelt es sich dabei eher um Zusatzgeschäfte, zum Beispiel bei kompletten Haushaltsauflösungen. Seit mehreren Jahren gibt es allerdings reine Auktionshäuser für Weine und Spirituosen. So lassen sich grob 5 Kategorien unterscheiden:

1. Führende Auktionshäuser mit eigenen Weinabteilungen, zum Beispiel Christie's und Sotheby's. Zu wirklichen Profitcentern entwickeln sich diese Geschäftsbereiche nur selten; meist dienen die Weinabteilungen eher der Abrundung des Angebots mit der Maßgabe, mindestens eine „schwarze Null“ zu schreiben. Außerdem werden über Weinauktionen neue Kunden akquiriert. Ganz nach dem Motto: Wer heute Weine für ein paar hundert Euro ersteigert, wird sich später vielleicht sogar für Kunstauktionen interessieren. Weinauktionen werden von den großen Häusern daher als eine Art „Einstiegsdroge“ angesehen.

2. Auktionshäuser, die nur dann Weine anbieten, wenn sich dazu Gelegenheit bietet, zum Beispiel im Fall der erwähnten Haushaltsauflösung.

3. Spezialauktionshäuser, die sich auf Weine und Spirituosen spezialisiert haben. Der Pionier auf diesem Gebiet war das Zürcher Auktionshaus Steinfels, gegründet von einem Industrieliquidator, für den der Wein zunächst eigentlich nur ein Hobby war. Heute wird das Unternehmen von Marc Fischer geführt. Zu den Pionieren in Deutschland darf Koppe & Partner gezählt werden. Das Unternehmen ist gleichzeitig Marktführer in der Bundesrepublik. In der Nähe von München machte sich die Munich Wine Company des Auktionators und Sommeliers Stefan Sedlmeyr und seines Geschäftspartners Hans Friedrich einen Namen. Als weltweit führendes Auktionshaus für Wein gilt Hart Davis Hart in Chicago, das anerkanntermaßen die mit Abstand schönsten Kataloge produziert. Ebenfalls in den USA ansässig sind Zachy's (New York, Los Angeles) sowie Acker Merrall & Condit (New York).

4. Online-Auktionshäuser: Selbstverständlich bieten Häuser wie Koppe & Partner und Munich Wine Company längst Online-Weinauktionen an. An dieser Stelle soll jedoch von den reinen Internet-Auktionsplattformen die Rede sein. Die mit weitem Abstand bekannteste und erfolgreichste ist dabei nach wie vor ebay, wo man bisweilen auf bemerkenswerte Weinraritäten stößt. Doch Vorsicht: Die Risiken bei weitgehend anonymen Auktionen sind nicht zu unterschätzen, zumal Fälscherbanden schon lange den lukrativen Weinmarkt entdeckt haben. Auf der anderen Seite finden sich auf ebay viele Angebote seriöser Händler, bei denen man bedenkenlos kaufen kann. Unser Tipp daher: Vorab genau recherchieren, wer sich hinter der Offerte verbirgt!

5. Versteigerungen des VDP: Der Verband der deutschen Prädikatsweingüter (VDP) bietet Weinversteigerungen an der Mosel, Nahe und im Rheingau. Wer auf der Suche nach besonderen Tropfen aus Deutschland ist, wird dort oft fündig.

Die reinen Weinauktionshäuser weisen eine Gemeinsamkeit auf: Ihre Gründer haben sich schon immer mit Wein beschäftigt. Sei es, dass es sich um ein persönliches Hobby handelte wie im Fall Steinfels. Sei es, dass – wie bei Koppe & Partner – der Weinhandel die Keimzelle für die späteren Auktionen bildete.

Vom Prinzip her macht es keinen Unterschied, ob man eine teure Uhr oder eine Weinrarität ersteigert – die Abläufe sind ähnlich, wir werden gleich näher darauf eingehen. Einen gravierenden Unterschied gibt es allerdings schon: Mit Kunst wird erheblich mehr verdient als mit Wein. Ein teures Gewächs kostet 2.000 oder 3.000 Euro pro Flasche. Eine gesuchte Rolex bringt es bei Versteigerungen schon mal auf 100.000 Euro und mehr. Bei einem gesuchten Gemälde wird vielleicht erst bei einer Million Euro zugeschlagen. Die Courtage liegt bei Weinauktionshäusern zwischen 10 und 15 Prozent und damit unter jener der Kunstauktionshäuser. Das heißt, der Einlieferer (Verkäufer) zahlt an den Auktionator 10 bis 15 Prozent des Zuschlagspreises, und der Höchstbieter (Käufer) zahlt einen Aufpreis in gleicher Höhe. Bei Uhren- und Kunstauktionen liegt die Courtage – meist gestaffelt nach dem Zuschlagspreis – zwischen 15 und 25 Prozent.

Die wichtigsten Weinauktionshäuser auf einen Klick

- Koppe & Partner: www.weinauktion.de
- Munich Wine Company: www.munichwinecompany.de
- Hart Davis Hart: www.johnhartfnewine.com
- Steinfels: www.steinfelsweine.ch
- Sotheby's: www.sothebys.com
- Zachy's: www.zachys.com
- Acker Merrall & Condit: www.ackerwines.com
- VDP: www.vdp.de

Wie läuft eine Auktion eigentlich ab, was müssen Einlieferer und Bieter beachten? Zunächst unterscheidet sich eine Weinauktion grundsätzlich nicht von jeder anderen Versteigerung. Der Auktionator bringt Anbieter und potenzielle Käufer zusammen und schafft gleichsam einen Marktplatz – entweder real am Ort der Auktion, virtuell im Internet oder durch eine Kombination von beidem. Der Ausgang einer Auktion ist ungewiss. Es kann passieren, dass es zwischen mehreren Interessenten zu einem heftigen Bietergefecht kommt und der Zuschlagspreis in nicht für möglich gehante Höhen getrieben wird. Doch ebenso kann sich die Ware als Ladenhüter erweisen, sprich: Keiner bietet den vom Auktionator festgelegten Mindestpreis (Limit).

Die Einlieferer sind für einen Auktionator zumindest in der ersten Phase noch wichtiger als die Bieter, denn nur, wenn das Haus mit attraktiven Angeboten – also zum Beispiel gesuchten Weinraritäten – überzeugt, stößt die Auktion auf entsprechende Resonanz bei den potenziellen Bietern. Der Einlieferer nimmt in der Regel telefonisch, schriftlich oder per E-Mail Kontakt mit dem Auktionshaus auf und beschreibt möglichst detailliert (Weinname, Menge und Jahrgang), welche Bestände er verkaufen möchte. Daraufhin erhält er vom Auktionator eine unverbindliche Einschätzung der Weine mit Mindestaufrufpreis (Limit) und mittlerem Handelspreis. Außerdem werden die Versteigerungsbedingungen mitgeteilt, insbesondere die Höhe der Courtage sowie der zusätzlichen Kosten und der Versicherungsprämien. Geht der Kunde nicht darauf ein, weil ihm der Preis zu gering erscheint, ist für beide Parteien die Angelegenheit erledigt. Kosten entstehen in dieser Phase in der Regel nicht. Werden die Vorschläge des Auktionshauses akzeptiert, kommt ein bindender Vertrag zustande. Für die Einlieferung der Weine ist der Kunde verantwortlich. Die hierfür entstehenden Kosten muss er normalerweise tragen. Bei größeren Mengen alter Weinraritäten holen manche Auktionatoren die Ware persönlich ab, falls die Nähe zwischen Auktionshaus und Kunde dies zulässt. Das ist allerdings nicht allein Ausdruck von ausgeprägter Kundenorientierung, vielmehr wollen sich die Vertreter des Weinhauses ein eigenes Bild davon machen, wie der Wein gelagert wurde, was wiederum Rückschlüsse auf die Qualität zulässt.

Die Weine werden nun als sogenannte „Lots“ in den Auktionskatalog aufgenommen, wobei ein Lot aus Einzelflaschen oder aus Gebinden (zum Beispiel 6, 12 oder 24 Flaschen) bestehen kann. In der Praxis liest sich das dann so:

Lot 23: Ch. Mouton-Rothschild 1979, 0,75 L., Pauillac, 1er Cru Classé (Bordeaux, Frankreich), F (für Füllniveau): TS (Top Shoulder), E (Etikett): sehr gut (es folgen das Limit und der mittlere Handelspreis).

Meist wird die Beschreibung in englischer Sprache wiederholt. Auf die Fachbegriffe bezüglich der Füllhöhe und des Etiketts werden wir gleich ausführlicher eingehen. Der Interessent kann seine Angebote nun telefonisch, per Brief oder per E-Mail übermitteln. Wer es jedoch eher klassisch mag, nimmt an der Präsenzauktion persönlich teil, um die prickelnde Atmosphäre eines solchen Events zu genießen. In diesem Fall lässt sich

der Teilnehmer registrieren und eine Bieternummer zuteilen. Die Weine werden vom Auktionator zum Limitpreis aufgerufen. Möchte der Interessent mitbieten, hält er einfach seine Bieternummer hoch. Was am Ende folgt, ist hinlänglich bekannt: Das Höchstgebot wird dreimal aufgerufen, liegt kein höheres Angebot vor, fällt der Hammer. Der Höchstbieter hat den Wein erworben.

Wie erwähnt, spielt das Füllniveau bei der Einschätzung des Wertes alter Weine eine wichtige Rolle. „Ich schaue mir die Ware genau an. Wie sieht die Farbe aus? Wurde der Wein korrekt liegend oder stehend gelagert? Hat zum Beispiel ein 82er-Mouton ein Füllniveau „Into Neck“ oder nur noch „Base of Neck“, beschreibt Auktionator und Sommelier Stefan Sedlmeyr seine Prüfmethode. Das Füllniveau gibt den Schwund des in der Flasche vorhandenen Weins an. Bei Bordeaux-Flaschen gelten folgende Definitionen:

- „High Fill“ (HF): normales Füllniveau, wie es bei jungen Weinen anzutreffen ist, aber auch bei älteren Gewächsen, die im Weingut mit jüngeren Weinen aufgefrischt und neu verkorkt wurden.
- „Into Neck“ (IN): Perfektes Füllniveau für Weine jeden Alters, außergewöhnlich für Weine, die 10 Jahre und älter sind.
- „Top Shoulder“ (TS): Normal für Weine, die 15 Jahre oder älter sind.
- „High Shoulder“ (HS): Leichter natürlicher Schwund. Akzeptabel für Weine, die älter als 20 Jahre sind. Außergewöhnlich für Weine, die älter als 50 Jahre sind.
- „Mid Shoulder“ (MS): Nicht ungewöhnlich bei Weinen, die älter als 40 Jahre sind. Hinweis auf nachlassende Dichtigkeit des Korkens.
- „Low-Mid Shoulder“ (LMS): Risikobehaftet. Entsprechend niedrigerer Schätzwert.
- „Low Shoulder“ (LS): Hohes Risiko. Nur akzeptabel bei außergewöhnlich seltenen Weinen. Niedrigster Schätzwert.

Bei Burgunder-Weinen bezieht sich das Füllniveau auf den Abstand in Zentimetern zwischen dem Korken und dem Weinniveau. Bei einem 40-jährigen Burgunder ist ein Verlust von 5 Zentimetern normal, ein Verlust von 3 bis 4 Zentimetern hervorragend. Auch bei Schlegelflaschen, wie sie zum Beispiel für Weine aus Deutschland und dem Elsass verwendet werden, misst man den Schwund in Zentimetern. Mehr als 4 Zentimeter

Schwund kann auf gewisse Risiken hindeuten. Darüber hinaus entscheidet das Etikett über die Bewertung des Weins. Hierfür bedienen sich die Auktionshäuser üblicherweise der Einschätzungen „neuwertig“, „beschädigt“ oder „verschmutzt“.

c. Weinhändler

Kommen wir nach diesem etwas längeren Exkurs ins Reich der Auktionshäuser zu den Weinhändlern, wobei wir in diesem Zusammenhang von Raritätenhändlern sprechen sollten, denn Investmentgewächse gibt es nicht in jedem Geschäft. Man kann nun natürlich darüber streiten, ob Raritätenhändler den Auktionshäusern vorzuziehen seien. Tatsächlich betreiben manche Auktionatoren gleichzeitig den klassischen Weinhandel. Tendenziell ist es etwas günstiger, beim Händler zu kaufen, da der Aufpreis entfällt. Dafür kann es etwas länger dauern, bis ein Interessent seinen gesuchten Wein bei einem Raritätenhändler findet. Auch der Verkauf von Weinen kann bei Händlern etwas mehr Zeit in Anspruch nehmen. Die meisten Top-Händler bieten gleichermaßen neue Jahrgänge als Subskription und gereifte Weine an. Hier einige der renommiertesten Raritätenhändler in Deutschland auf einen Blick (ohne Anspruch auf Vollständigkeit):

- Extraprima, Thomas Boxberger-von Schaabner, Mannheim, www.extraprima.com
- Michael B. Spreckelmeyer, Düsseldorf, www.lust4wine.de
- Jan Erik Paulson, Waldkirchen, www.rare-wine.com
- Unger Weine, Frasdorf bei München, www.ungerweine.de
- Alpina, Buchloe, www.alpinawein.de
- Lobenberg, Bremen, www.gute-weine.de

Schließlich ein paar renommierte Händler aus dem europäischen Ausland:

- 1855, Paris, www.1855.com
- Bergitta Nanette Reiss, Château Classic, Saint Christoly Médoc, www.chateauclassic.com
- Albany Vintners, Cambridge, www.albanyvintners.com
- The Antique Wine Company, London, www.antique-wine.com