vinetur

Beyoncé kauft Moët Hennessys Anteil an SirDavis Whisky

Der Verkauf beendet das Joint Venture von 2024 und überlässt der Sängerin die Kontrolle über die Strategie und Expansion der Marke.

Mittwoch, 12. August 2026



Beyoncé hat die volle Kontrolle über SirDavis American Whisky übernommen, nachdem sie Moët Hennessys Anteil an der Marke gekauft hat. Damit endet ein Joint Venture, das einen der größten Luxus-Getränkekonzerne der Welt mit einer der einflussreichsten Figuren der Popkultur zusammengebracht hatte.

LVMH, das französische Luxusunternehmen, zu dem Moët Hennessy gehört, bestätigte den Verkauf am Montag in Paris nach früheren Berichten in Fachmedien. Das Unternehmen machte weder Angaben zur Höhe des verkauften Anteils noch zum Preis der Transaktion oder zu Verkäufen, Volumina, Bewertung oder Profitabilität.

Der Deal verändert die Eigentümerstruktur eines Whiskey-Labels, das gemeinsam mit Moët Hennessy entwickelt und 2024 auf den Markt gebracht wurde. Mit dem Auskauf wird SirDavis von einem Gemeinschaftsprojekt zu einer Marke, die vollständig von Beyoncé kontrolliert wird, was ihr die alleinige Verantwortung für Strategie, Vertrieb und künftige Expansion in den USA und im Ausland gibt.

Die Marke war als langfristige Zusammenarbeit präsentiert worden. In der Fachberichterstattung über die Transaktion hieß es, beide Seiten hätten mehrere Jahre vor der Markteinführung an SirDavis gearbeitet und das Projekt als Partnerschaft über Kreation, Entwicklung und Launch beschrieben. In einer kurzen, von Branchenmedien zitierten Stellungnahme erklärte ein Sprecher von SirDavis, die Marke beginne ein neues unabhängiges Kapitel und Knowles-Carter übernehme nun die volle Eigentümerschaft und Kontrolle.

Weder Moët Hennessy noch Vertreter der Marke nannten einen Grund für den Eigentümerwechsel. LVMH lehnte es ab, bei der Bestätigung der Transaktion weitere Details zu nennen. Damit bleibt offen, warum sich Moët Hennessy aus einer amerikanischen Whiskey-Marke zurückgezogen hat, die das Unternehmen von Grund auf mit aufgebaut und weiter in neue Märkte ausgedehnt hatte.

SirDavis kam zu einem Zeitpunkt auf den Markt, als alkoholische Marken mit Prominentenbeteiligung zu einem festen Bestandteil des Spirits-Geschäfts wurden. Große Getränke- und Luxuskonzerne setzen zunehmend auf Celebrity-Partnerschaften, um jüngere Konsumenten zu erreichen, eine Premium-Positionierung aufzubauen und Marken mit unmittelbarer globaler Wiedererkennbarkeit zu schaffen. LVMH selbst hat mit diesem Modell durch die Beziehung zu Jay-Z, Beyoncé Ehemann, bei Armand de Brignac Champagne Erfahrung.

SirDavis wurde als Premium-American-Whiskey positioniert und bezog einen Teil seiner Identität aus Beyoncés Familiengeschichte. Fachberichte zufolge verweist der Name auf ihren Urgroßvater. Bei der Einführung der Flasche wurde sie zunächst in den USA und im Vereinigten Königreich über den Einzelhandel vertrieben, mit ausgewählten Flughafenplatzierungen in den USA. Der empfohlene Verkaufspreis wurde auf 89 US-Dollar auf dem amerikanischen Markt und 79 Pfund in Großbritannien angegeben.

Moët Hennessy weitete die Reichweite der Marke später aus. Im April 2025 führte das Unternehmen SirDavis in Asiens globalen Travel-Retail-Markt ein und erschloss damit einen wichtigen Vertriebskanal für Premium-Spirituosen, die von Sichtbarkeit bei internationalen Reisenden abhängen. Begleitet wurde diese Expansion von einer digitalen Marketingkampagne in der Region.

Der Verkauf bedeutet, dass diese nächsten Entscheidungen nun allein unter Beyoncés Kontrolle getroffen werden. Für prominente Gründer kann die volle Eigentümerschaft mehr Freiheit bei Markenidentität, Produktentwicklung, Partnerschaften und dem Tempo der geografischen Expansion bieten. Sie kann es einem Gründer auch ermöglichen, den langfristigen Wert stärker zu sichern, wenn eine Marke wächst. Zugleich kann der Ausstieg eines großen Unternehmenspartners praktische Fragen zu Vertriebsunterstützung, Logistik und dem Zugang zu internationalen Verkaufsnetzen aufwerfen, besonders in einer so umkämpften Kategorie wie American Whiskey.

Die Transaktion erfolgt zudem zu einem Zeitpunkt, an dem große Getränkeunternehmen ihre Portfolios weiterhin sorgfältig überprüfen. Spirituosenkonzerne stehen in mehreren Märkten unter Druck durch geringere Konsumausgaben, vorsichtige Lagerbestände des Handels und uneinheitliche Nachfrage nach höherpreisigen Flaschen. Unternehmen reagieren darauf, indem sie sich stärker auf Marken konzentrieren, die sie als Kernmarken ansehen, und gleichzeitig Partnerschaften genauer prüfen, die möglicherweise länger brauchen, um skaliert zu werden. LVMH stellte seine Entscheidung zu SirDavis nicht in einen Zusammenhang mit einer breiteren Portfolioüberprüfung, und es gibt keine öffentlichen Finanzdaten zur Marke, die zeigen würden, wie sie sich unter der Partnerschaft entwickelt hat.

Die jüngsten Ergebnisse von Moët Hennessy hatten selbst eine gewisse Verbesserung gezeigt. Laut Fachberichterstattung verzeichnete die Sparte im Jahr 2026 im zweiten Quartal ein zweites Quartal in Folge mit Umsatzwachstum, nach einem Zuwachs von 5% im zweiten Quartal und einem ähnlichen Plus im ersten. Dennoch deutet die Entscheidung des Unternehmens, SirDavis zu verlassen, darauf hin, dass Wachstum im breiteren Portfolio nicht automatisch eine langfristige Rolle für jede neue Marke im Unternehmen garantierte.

Für Beyoncé verschafft der Auskauf ihr die volle Eigentümerschaft an einem Label, das von Anfang an um ihren Namen, ihre Geschichte und ihr Publikum herum aufgebaut wurde. Für Moët Hennessy markiert er den Ausstieg aus einem gebrandeten amerikanischen Whiskey-Projekt, das Teil einer breiteren Strategie war, Luxusgetränke mit Celebrity Entrepreneurship zu verbinden.

Unklar bleibt, wie sich der Wechsel auf die nächste Phase der Marke auswirken wird. Es wurde weder ein neuer Vertriebsplan noch ein Produktionsupdate oder eine Produkterweiterung angekündigt. Die Parteien haben auch nicht gesagt, ob die aktuellen Märkte, die Preisgestaltung und die Travel-Retail-Strategie unter der neuen Struktur beibehalten werden.

Fest steht nur, dass SirDavis kein Joint Venture mehr ist. Nach rund zwei Jahren am Markt ist die Marke nun vollständig im Besitz von Beyoncé.