vinetur

# Christina Aguilera erwirbt Beteiligung an BEAU JOIE Champagne

Sie wird globale Kreativdirektorin, während die Marke in den USA Cuvées mit wenig oder ohne zugesetzten Zucker vorantreibt.

Donnerstag, 10. September 2026



BEAU JOIE Champagne teilte am Donnerstag mit, dass Sängerin Christina Aguilera eine Beteiligung an dem Unternehmen übernommen hat und künftig als globale Kreativdirektorin fungieren wird. Damit gewinnt die Luxus-Champagnermarke eine prominente Partnerin, während sie mit Produkten mit wenig oder ohne zugesetzten Zucker im US-Markt wachsen will.

Die Mitteilung kam von Toast Spirits LLC, dem in Las Vegas ansässigen Eigentümer, Importeur und Vermarkter von BEAU JOIE. Das Unternehmen machte weder die Höhe von Aguileras Beteiligung noch die finanziellen Bedingungen der Vereinbarung öffentlich.

In ihrer neuen Rolle soll Aguilera dazu beitragen, das Image und das Marketing der Marke rund um die von dem Unternehmen als „Bubble Better“ bezeichnete Positionierung zu prägen. Nach Angaben des Unternehmens soll sich diese Arbeit darauf konzentrieren, bei Verbrauchern, Einzelhandels- und Restaurantkäufern sowie jüngeren Champagnertrinkern im gesetzlichen Mindestalter Bekanntheit aufzubauen.

Aguilera sagte, die Partnerschaft sei teilweise von ihrem eigenen Interesse an Getränken mit weniger Zucker angetrieben. In einer vom Unternehmen veröffentlichten Erklärung sagte sie, die Marke habe zunächst wegen ihres Flaschendesigns ihre Aufmerksamkeit geweckt, doch noch mehr habe sie der Wein selbst beeindruckt. Sie sagte auch, dass sie, weil sie häufig reise und einen aktiven Lebensstil pflege, sehr genau darauf achte, was sie esse und trinke, und nicht viel zugesetzten Zucker wolle.

Die Vereinbarung spiegelt ein wachsendes Muster im Alkoholgeschäft wider, bei dem Marken prominente Unterstützung mit Produktkategorien verbinden, die an veränderte Verbraucherpräferenzen anknüpfen. Bei Champagner und Schaumwein heben Produzenten und Vermarkter zunehmend den Dosage-Grad, den Zuckergehalt sowie ein leichteres oder auf Wellness ausgerichtetes Image hervor, um auch jenseits der traditionellen Luxuskundschaft Käufer anzusprechen.

Für BEAU JOIE bringt Aguileras Beteiligung zudem eine weltweit bekannte Entertainerin mit breitem Publikum. Jon Deitelbaum, Präsident und Mitgründer von Toast Spirits, sagte in der Mitteilung des Unternehmens, Partnerschaften mit Künstlern seien nur dann wirksam, wenn eine klare Passung zwischen Person und Marke bestehe. Brandis

Deitelbaum, Mitgründer und Chief Marketing Officer des Unternehmens, sagte, Aguileras Publikum umfasse mehrere demografische Gruppen und das Unternehmen erwarte, dass sie das Wachstum unterstütze, wenn der Vertrieb ausgeweitet werde.

BEAU JOIE produziert seinen Champagner in Épernay in Frankreich, einer der zentralen Städte der Champagne. Die Marke hat versucht, sich in einem überfüllten Markt mit von Hand aufgebrachtem Metall umhüllten Flaschen und einem Portfolio aus Cuvées mit wenig oder ohne zugesetzten Zucker abzuheben. Das Unternehmen vermarktet diese Produkte als Teil eines Premiumangebots und nicht als separate Diät- oder kalorienreduzierte Linie.

Die Marke sagte, sie sei in den Vereinigten Staaten vor allem mit Southern Glazer’s Wine & Spirits verbunden, einem der größten Wein- und Spirituosenhändler des Landes. Diese Beziehung verschafft BEAU JOIE Zugang zu einem breiten nationalen Vertriebsnetz zu einer Zeit, in der kleinere importierte Marken ohne starke Vertriebsunterstützung oft Schwierigkeiten haben, Regalflächen und Platzierungen in der Gastronomie zu gewinnen.

Aguilera, eine mit einem Grammy ausgezeichnete Sängerin und langjährige Künstlerin, ist im Laufe ihrer Karriere in Musik, Fernsehen und geschäftlichen Unternehmungen aktiv geblieben. Ihre neue Rolle bei BEAU JOIE versetzt sie in eine Position mit Beteiligung am Unternehmen, nicht nur als bezahlte Markenbotschafterin, und deutet darauf hin, dass das Unternehmen ihren Einsatz über Werbekampagnen hinaus auf Markenentwicklung und langfristige Strategie ausdehnen will.

Das Unternehmen nannte keinen Zeitplan für kommende Kampagnen und sagte auch nicht, ob Aguilera in Aktionen im Handel, bei Fachveranstaltungen oder bei neuen Produkteinführungen auftreten wird. Es sagte ebenfalls nicht, ob ihre kreative Rolle Verpackung, Produktentwicklung oder Bemühungen um internationale Expansion umfassen würde.

Der Deal kommt, während Premium-Getränkemarken weiterhin nach Wegen suchen, sich in einem wettbewerbsintensiven Markt abzuheben, in dem Präsentation, Promi-Assoziation und gesundheitsbewusste Botschaften alle Kaufentscheidungen beeinflussen können. In der Champagner-Kategorie, in der viele Verbraucher das

Produkt nach wie vor mit besonderen Anlässen und Luxusausgaben verbinden, versuchen Marken wie BEAU JOIE ihre Reichweite zu vergrößern, indem sie sowohl Genuss als auch Mäßigung betonen.

Toast Spirits sagte, BEAU JOIE werde in den gesamten Vereinigten Staaten und in ausgewählten internationalen Märkten verkauft. Das Unternehmen veröffentlichte keine jüngsten Verkaufszahlen, beschrieb die Marke in seiner Mitteilung jedoch als schnell wachsend und sagte, Aguilera werde Teil der Bemühungen sein, den Vertrieb zu vertiefen und die Position in dem von ihm als „better-for-you“-Segment des Champagnergeschäfts bezeichneten Bereich zu stärken.