vinetur

AdVini verhandelt exklusiv über Kauf von Bonne Nouvelle und Mythique

Die aktienbasierte Transaktion würde rund 14 Millionen Euro Jahresumsatz einbringen und AdVinis Position bei alkoholfreien Weinen stärken

Freitag, 13. November 2026



Die französische Weingruppe AdVini teilte am Donnerstag, dem 12. November, mit, dass sie exklusive Verhandlungen mit Vinadeis by InVivo über den Kauf der Weinmarken Bonne Nouvelle und Mythique aufgenommen habe. Der Schritt würde die strategische Partnerschaft ausbauen, die beide Unternehmen Anfang 2026 begonnen hatten, und AdVinis Engagement im schnell wachsenden Segment alkoholfreier Weine weiter verstärken.

Die geplante Transaktion umfasst die beiden Marken, die damit verbundenen Geschäftsaktivitäten und Lagerbestände sowie die dafür zuständigen Teams, teilte das Unternehmen in einer über GlobeNewswire veröffentlichten Mitteilung mit. AdVini zufolge erzielen die Marken zusammen einen Jahresumsatz von rund 14 Millionen Euro.

Bonne Nouvelle ist als führende Marke für alkoholfreie Weine in Frankreich positioniert, während Mythique eine auf den Export ausgerichtete Marke aus Okzitanien ist. Bei einem Abschluss würde die Transaktion AdVinis Position in einem Marktsegment stärken, das zunehmend in den Blickpunkt rückt, während der traditionelle Weinkonsum unter Druck gerät. Sie könnte auch zur laufenden Konsolidierung der französischen Weinbranche beitragen, insbesondere unter Erzeugern, die ihre Größe auf Exportmärkten ausbauen und ihr Angebot über herkömmliche Weinkategorien hinaus erweitern wollen.

AdVini zufolge erwogen die beiden Seiten eine Transaktion, die vollständig mit 112.216 eigenen Aktien von AdVini bezahlt würde, die für die Zwecke des Geschäfts mit jeweils 35,20 Euro bewertet werden. Damit läge der aktienbasierte Teil der Gegenleistung bei rund 3,95 Millionen Euro. Die zugehörigen Lagerbestände würden über eine separate Barzahlung übertragen, teilte das Unternehmen mit.

Die Unternehmen rechnen damit, die endgültigen Vertragsunterlagen zu unterzeichnen und die Transaktion im Februar 2027 abzuschließen. Voraussetzung ist insbesondere der Abschluss der Informations- und Konsultationsverfahren mit den Arbeitnehmervertretungen sowie die Einholung ihrer Stellungnahmen. AdVini zufolge hat der Verwaltungsrat dem Gesamtvorhaben bereits zugestimmt.

Der geplante Kauf folgt auf einen früheren Schritt in der Beziehung zwischen den beiden Gruppen. Am 30. April schloss AdVini den Erwerb eines Teils der Weinaktivitäten von Cordier by InVivo ab, das inzwischen in Vinadeis umbenannt wurde. Nach dieser Transaktion hielt Vinadeis by InVivo nach Angaben des Unternehmens 7,92 % des Kapitals von AdVini.

Nach den jüngsten Plänen würde InVivo seine Beziehungen zu AdVini nicht nur durch die Übertragung von Marken und Vermögenswerten, sondern auch auf Ebene der Unternehmensführung vertiefen. AdVini teilte mit, dass es bei der jährlichen Hauptversammlung, auf der der Jahresabschluss für das am 31. Dezember 2026 endende Geschäftsjahr festgestellt wird, die Ernennung von Vinadeis by InVivo zum Mitglied des Verwaltungsrats vorschlagen werde. Das Unternehmen würde von InVivo-CEO Thierry Blandinières vertreten. Vorbehaltlich dieser Ernennung und weiterer gesellschaftsrechtlicher Genehmigungen könnte Blandinières zudem den Vorsitz des Strategieausschusses von AdVini übernehmen.

Die Ankündigung verdeutlicht, wie AdVini auf eine schwierige Phase für die Weinbranche reagieren will. In seiner Mitteilung verwies das Unternehmen auf strukturelle Probleme in der gesamten Branche, darunter die begrenzte Größe von Exporteuren in einigen Märkten und die schwächere Nachfrage nach nicht im Premiumsegment angesiedelten Rotweinen in Ländern wie China. AdVini erklärte außerdem, das Unternehmen wolle den Verbrauchern näherkommen, Produktsegmentierung und Marketing schärfen und die Nachfrage jüngerer Weintrinker antizipieren, darunter ihr Interesse an Weinen mit wenig oder gar keinem Alkohol.

Dieser Hintergrund trägt dazu bei, die besondere Bedeutung von Bonne Nouvelle zu erklären. Das Segment alkoholfreier und alkoholreduzierter Getränke ist branchenweit zu einem wichtigen Investitionsbereich geworden, da Wein-, Bier- und Spirituosenhersteller nach Wachstumsmöglichkeiten jenseits traditioneller Konsummuster suchen. Für AdVini könnte eine etablierte Marke für alkoholfreien Wein die Position in einem Segment stärken, das in Frankreich und im Ausland wächst, und dem Unternehmen zugleich eine weitere Produktlinie mit Exportpotenzial bieten. AdVini zufolge werden 67 % seiner Weine international verkauft.

Mythique hätte eine andere Funktion. AdVini zufolge ist die Marke eine Pionierin für Weine aus Okzitanien und erzielt den Großteil ihres Umsatzes im Ausland. Damit würde sie das Portfolio der Gruppe mit regionalen französischen Weinmarken ergänzen und ihre Präsenz in Märkten stärken, in denen französische Appellationen und terroirgeprägte Marken weiterhin eine wichtige Rolle spielen.

InVivo, eine der größten Agrargruppen Europas, bezeichnete das geplante Geschäft als Teil eines umfassenderen Vorhabens, Weinunternehmen in einer Zeit wirtschaftlicher, geopolitischer und klimabedingter Belastungen mehr Größe, Agilität und Innovationsfähigkeit zu verschaffen. Nach Angaben des Unternehmens ist die Branche mit rückläufigem Konsum und den Auswirkungen des Klimawandels auf die Produktion konfrontiert. Diese Belastungen zwingen die Erzeuger dazu, sowohl ihre Beschaffung als auch ihre Marktstrategien zu überdenken.

AdVini zufolge könnte die Partnerschaft mit InVivo dem Unternehmen auch helfen, sich die Versorgung mit Fasswein zu sichern und seine internationalen Kapazitäten auszubauen. Das ist in einem Markt wichtig, in dem mittelgroße Erzeuger unter Druck stehen, ihre Verhandlungsmacht zu stärken, Kosten zu verteilen und den Zugang zu Vertriebskanälen im Ausland zu sichern.

AdVini wurde 1872 gegründet und bezeichnet sich als international tätige Weingruppe mit Aktivitäten in Frankreich und Südafrika. Zum Portfolio gehören Weingüter und Weinmarken aus mehreren französischen Regionen sowie Schaumweine und alkoholfreie Produkte. InVivo zufolge ist die Gruppe in 38 Ländern mit 90 Industriestandorten tätig und verfügt über bedeutende Geschäftsbereiche im Getreidehandel, in der Landwirtschaft sowie in der Lebensmittel- und Weinbranche.

Der geplante Erwerb befindet sich vorerst noch in der Verhandlungsphase. Sollte er wie geplant im Februar 2027 abgeschlossen werden, wäre er ein weiterer Schritt bei der Umgestaltung der französischen Weinbranche. Dort suchen Erzeuger nach größeren Plattformen, stärkeren Marken und Zugang zu Kategorien, die sich bei veränderten Trinkgewohnheiten möglicherweise als widerstandsfähiger erweisen.