

1 | 2010



Bauen für die Landwirtschaft

Weinbau

Bauen für die Landwirtschaft

Heft Nr. 1, 48 (2010)
ISSN 0171-7952

Autoren:

Dipl.-Ing. Antje Abel, Architektin
www.baunetzwissen.de
Isoldestr. 13
76185 Karlsruhe

Sophia Busch, Architektin
Dold + Versbach Architekturbüro
i_park Klingholz 15
97232 Giebelstadt

Dr. Hermann Kolesch
Bayerische Landesanstalt für Weinbau und Gartenbau
Mainbernheimerstr. 103
97318 Kitzingen

Dipl.-Ing. (FH) Moritz Morsblech
Die LandschaftsArchitekten
Bittkau - Bartfelder + Ingenieure GbR
Taunusstr. 47
65183 Wiesbaden

Reinhard Moster, Architekt
Friess + Moster Freie Architekten
Pfalzgrafenstr. 36
67434 Neustadt an der Weinstraße

Dirk Pagels
BetonMarketing West GmbH
Annastr. 3
59269 Beckum

Werner Roßkopf
wero press
Dr.-Hans-Hoffmann-Str. 7
67157 Wachenheim an der Weinstr.

Dr. Reinhard Winzer
Dyckerhoff AG
Biebericher Str. 69
65203 Wiesbaden

Herausgeber:
BetonMarketing Deutschland GmbH
Steinhof 39, 40601 Erkrath
Tel.: 0211 28048-1, Fax: 0211 28048-320
Geschäftsführer: Thomas Kaczmarek
www.beton.org

Redaktion: Dr.-Ing. Thomas Richter (verantwortl.)
c/o BetonMarketing Ost
Teiltower Damm 155, 14167 Berlin
richter@bmo-leipzig.de
Tel.: 03 41 / 6 01 02 01, Fax: 03 41 / 6 01 02 90

Kirsten Dittmar
Verlag Bau+Technik GmbH
Tel.: 02 11 / 9 24 99-53

Gesamtproduktion:
Verlag Bau+Technik GmbH
Postfach 12 01 10, 40601 Düsseldorf
Telefon 02 11 / 9 24 99-0, Fax 02 11 / 9 24 99-55
Verlagsleitung: Dipl.-Ing. Rainer Büchel

Anzeigen lt. Preisliste Nr. 6 vom 1. Januar 2002
Bezugspreis: Einzelheft € 8,- inkl. Mwst. zzgl. Porto

Mit Namen des Verfassers gekennzeichnete Beiträge stellen nicht unbedingt die Meinung der Redaktion dar. Alle Rechte, auch die des Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe und der Übersetzung, vorbehalten. Unverlangte Einsendungen ohne Gewähr für die Rücksendung.

Druck: Druckerei Heinz Lautemann GmbH

Themenheft: Weinbau

S. 3

Wein, Architektur und Beton – eine gepflegte Verbindung

Dirk Pagels

Renommiertere Weingüter machen in den letzten Jahren nicht nur mit edlen Tropfen, sondern auch architektonisch auf sich aufmerksam. Das Thema „Wein und Architektur“ erlebt derzeit einen regelrechten Boom. Ausstellungen mit dem Namen „WeinBauKunst“ oder „WeinArchitektur – Vom Keller zum Kult“ machen in Deutschland und vor allem in Österreich auf sich aufmerksam. Was dort präsentiert wird, hat jedoch wenig mit der ländlichen Keller- und Gutsromantik vergangener Tage zu tun. Vielmehr dominiert eine moderne Architektur, die reduziert und beinahe minimalistisch ist und vor allem mit der vorhandenen Landschaft eine besondere Verbindung eingeht. Drei Beispiele zeigen, dass der Baustoff Beton hier nicht fehlt.

S. 6

Weingut Preisinger Gols

Antje Abel

Das Weingut Preisinger ist ein allein stehendes Gebäude mitten in den Weingärten am Goldberg in Gols im österreichischen Burgenland, das mit allen Funktionen einer Weinproduktion – Produktion, Administration, Lagerung sowie Verkostung – ausgestattet ist. Besonderheit ist die architektonische Gestaltung mit einer Kombination von Holz- und Betonkonstruktion.

S. 8

Symbiose aus Tradition und Innovation – Weingut Brennfleck

Sophia Busch

Das Weingut Brennfleck, ein mittelalterlicher Gutshof, liegt inmitten des denkmalgeschützten Ortskerns von Sulzfeld am Main und steht als Einzeldenkmal sowohl innen als auch außen unter Denkmalschutz. An der Stelle eines abgebrochenen Lagerschuppens wurde ein neues Press- und Kelterhaus errichtet. Das neue Gebäude erhielt beim Architekturpreis Wein 2010 eine Auszeichnung.

S. 10

Der Steinbergkeller – Landschaftsarchitektur

Moritz Morsblech

S. 12

Der Steinbergkeller – Architektonisches Konzept

Reinhard Moster

S. 14

Der Steinbergkeller – ein Betonbauwerk

Reinhard Winzer, Werner Roßkopf

Die Hessische Staatsweingüter GmbH Kloster Eberbach ist das größte und eines der ältesten Weingüter Deutschlands. Der Ersatzneubau der überwiegend unterirdischen Weinkellerei machte ein besonders sensibles Agieren von Bauherren und Planern erforderlich, um Umweltverträglichkeit, Denkmalschutz und moderne Nutzungsanforderungen zu berücksichtigen. In drei Beiträgen wird der Neubau aus Sicht des Landschaftsarchitekten, des Gebäudearchitekten und des Betonlieferanten vorgestellt. Der Neubau des Steinbergkellers erhielt 2010 den Architekturpreis Wein.

S. 16

Wein & Architektur – die neuen Wohnräume des Weins

Hermann Kolesch

Kein Zweifel – die Architektur ist so populär wie noch nie, die Architektur boomt. Nicht nur im Bereich der Weinwirtschaft! Dies zeigt sich immer besonders dann, wenn mit größtem publikumswirksamen Erfolg ein Fußballstadion, ein Museum, eine Autofabrik oder ein Showroom für eine Edelmarke, entworfen und gebaut von einem Stararchitekten, eröffnet wird. Längst wurde die Architektur als „Leitkultur“ unserer Zeit ausgerufen. Architekten wie Norman Forster, Herzog & deMeuron oder Frank O. Gehry sind Stars und Kultfiguren des öffentlichen Lebens geworden. Unternehmen fast aller Branchen unterstützen ihr Markenbild, ihre „Corporate Identity“, mit hochwertiger und teurer Architektur – auch die Weinwirtschaft.

Titelbild:

Fasslager des Weinguts Manicor (Südtirol), siehe Beitrag auf S. 3
(Foto: Archiv Bildraum 2004)

Wein, Architektur und Beton – eine gepflegte Verbindung

Von Dirk Pagels, Beckum

Renommierte Weingüter machen in den letzten Jahren nicht nur mit edlen Tropfen, sondern auch architektonisch auf sich aufmerksam. Das Thema „Wein und Architektur“ erlebt derzeit einen regelrechten Boom. Ausstellungen mit dem Namen „WeinBauKunst“ oder „WeinArchitektur – Vom Keller zum Kult“ machen in Deutschland und vor allem in Österreich auf sich aufmerksam. Was dort präsentiert wird, hat jedoch wenig mit der ländlichen Keller- und Gutsromantik vergangener Tage zu tun. Vielmehr dominiert eine moderne Architektur, die reduziert und beinahe minimalistisch ist und vor allem mit der vorhandenen Landschaft eine besondere Verbindung eingeht. Drei Beispiele zeigen, dass der Baustoff Beton hier nicht fehlt.

„Herausragendes“ Bauwerk in Manincor

Die Symbiose von Gebäude und Natur wird besonders augenfällig beim Weingut Manincor am Kalterersee in Südtirol. Michael Graf Goëss-Enzenberg, Besitzer des barocken Herrensitzes Manincor und Erzeuger erlesener Spitzenweine, sah sich vor einigen Jahren vor die Entscheidung gestellt, eine moderne Infrastruktur für sein Produktionsgebäude sowie für den repräsentativen Degustations- und Verkaufraum zu schaffen. Die neue Kellerei sollte die gesamte Jahresproduktion von 300 000 Flaschen Wein, die Verwaltung und den Verkauf zusammenfassen. Mit Walter Angonese konnte er einen Architekten gewinnen, der sich mit dem Thema Wein und Architektur bereits

auseinandergesetzt hatte und der mit Walter Köberl und Silvia Boday eine moderne Erweiterung des Guts vorsah, welche insofern Rücksicht auf die umgebene Landschaft nimmt, als dass sie weitestgehend unterirdisch verläuft.

In dem Rebberg wurde eine riesige, mit Spritzbeton befestigte Grube angelegt, in der ein Kellergebäude von rund 3 000 m³ und einer Höhe von bis zu 18 m errichtet wurde. Nach ihrer Fertigstellung wurde das Gebäude wieder mit Erde überdeckt und dieselbe mit den hauseigenen Reben kultiviert (Bilder 1 bis 4). Seit der Einweihung im April 2004 erkennt man nur einige Teile des Bauwerks, die aus dem Weinberg herausragen. Von außen sichtbar sind zum Beispiel eine Einfahrtsrampe der Landma-



Foto: Archiv Bildraum 2004

Bild 1: In den Weinberg gebautes Kellergewölbe in Manincor



Foto: Archiv Bildraum 2004

Bild 2: Fasslager im Kellergewölbe



Foto: Archiv Bildraum 2004

Bild 3: Dominanten im unterirdischen Keller: Sichtbeton und Cortenstahl-Treppe aus wetterfestem, angerosteten Stahl



Foto: Archiv Bildraum 2004

Bild 4: Unterirdische Landmaschinenhalle



Foto: Archiv Bildraum 2004

Bild 5: Weinverkostungsraum mit Ausblick



Foto: Archiv Bildraum 2004

Bild 6: Degustations- und Verkaufsraum

schinenhalle, der Weinverkostungsraum (Bild 5) oder der Pavillon für den Weinverkauf, dessen hölzerne Seitenwände der Flaschenregale die Tragstruktur bilden, auf der das Flachdach aus Sichtbeton aufliegt (Bild 6). Dabei ist die Mischung des Betons, der das gesamte Gebäude dominiert, so gewählt, dass er sich der graubraunen Farbe des grob verputzten Altbaus anpasst.

Schwebende Wein-Verkostung im Burgenland

Ebenfalls auf die Verbindung von Gebäude, Landschaft und Weinbau zielt die Architektur des Weinguts Leo Hillinger in

Jois im Österreichischen Burgenland ab. Aufgrund der Lage inmitten der Weingärten von Jois entschieden sich der Bauherr und das Wiener Architekturbüro gerner°gerner plus dafür, den Großteil des Gebäudes in die Erde einzubetten. In Anlehnung an die Erdkeller früherer Jahrhunderte wurden bei dem Projekt die klimatischen Vorteile der Erdüberschüttung genutzt. Die natürliche Belichtung der Produktionshalle erfolgt durch treppenartig in den Hang eingefügte pyramidenförmige Oberlichter (Bilder 7 und 8). Auffällig in ihrer Erscheinung sind hier jedoch die Publikumsräume, wuchtige Gebilde aus Ort beton und Glas, die aus der Erde ragen und den Gästen das Gefühl vermitteln, unter dem Genuss des verkosteten Weins zwischen Leithagebirge



Foto: Michael Sazal

Bild 7: Luftbild des Weinguts Leo Hillinger

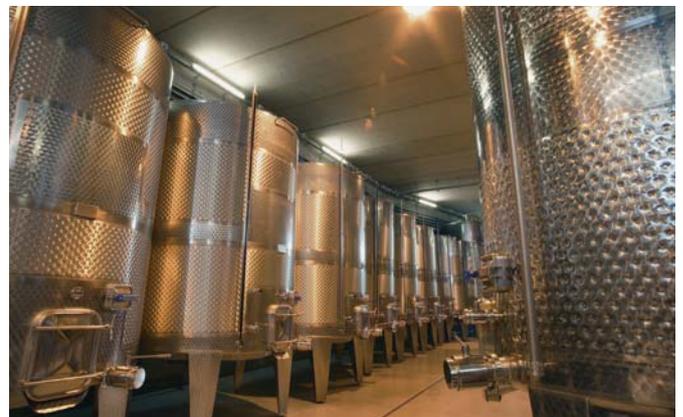


Foto: Michael Sazal

Bild 8: Kernstück des neuen Weinkellers: die Edelstahl tanks



Foto: Michael Sazal

Bild 9: Außenansicht



Foto: Michael Sazal

Bild 10: Lounge mit Aussicht



Foto: Michael Sazael

Bild 11: Seminarraum mit Blick ins Grüne und auf den Barrique-Keller

und Neusiedler See zu schweben. Auch hier wird die Absicht der Planer deutlich, die Klarheit der Architektur unter Berücksichtigung der vorgefundenen Landschaft mit dem Erlebnis der Weinprobe zu verbinden. Die Degustation wird somit zu einem Event, jedoch in Räumlichkeiten, die angemessene Zurückhaltung üben. Kernstück ist der Verkostungsraum aus Glas und Beton, der weithin sichtbar auf V-förmigen Stützen in das Gelände ragt und von dem man einen Ausblick auf den Neusiedler See und die umliegende Landschaft hat (Bilder 9 und 10).

Das neue Weingut mit einer Nutzfläche von 1850 m² wurde 2004 nach nur einem Jahr Bauzeit fertiggestellt. Im Inneren gewähren Glaswände den Besuchern Einblick in die verschiedenen Arbeitsbereiche des Winzers. Die Degustationslounge ist mit einem dahinterliegenden, multifunktionalen Seminarraum durch eine Brücke verbunden, die den Blick auf den darunter liegenden Barrique-Keller freilässt (Bild 11). Unglücklich ist Bauherr Leo Hillinger im Hinblick auf sein modernes Weingut lediglich darüber, dass es ihm schon wieder zu klein geworden ist: Der Zuspruch des Publikums ist enorm. Deshalb ist bereits ein weiterer Anbau geplant.

„Ärger“ mit den Nachbarn in Langenlois

Ebenfalls klagend auf hohem Niveau kann der österreichische Winzer Fred Loimer aus Langenlois. Hin und wieder hört er die Passanten auf der Straße hinter seinem Rücken tuscheln, dass sein neues Gebäude, „die schwarze Schachtel“, „der letzte Schmah“ sei und dass er lieber einen anständigen Wein keltern solle. Trösten kann sich Loimer mit der Tatsache, dass die Passanten anscheinend nur sehr wenig von guten Weinen und moderner Architektur verstehen. Denn auch wenn sich über Geschmack streiten lässt: Fest steht, dass Loimer erstklassige Weine produziert und dass sein neues „Weinloft“, wie der Winzer das Verwaltungs- und Verkostungsgebäude nennt, nicht nur das Herz von Weinkennern, sondern auch von vielen Architekturbegeisterten höher schlagen lässt.

„Einen alten Stil nachzubauen, kam für mich nicht in Frage“, so Loimer. „Mit zeitgemäßer Architektur wollte ich dem schlichten und doch fantastischen unterirdischen Keller entsprechen.“ Auffällig ist die Außenhülle des minimalistisch gehaltenen, ebenerdigen Weinlofts, die eine mattschwarze Lackierung trägt und nur durch ein einziges Fenster unterbrochen wird. Verantwortlich für den Entwurf des Gebäudes ist der Wiener Architekt Andreas Burghardt, der die Aufgabe übernahm, Tradition und Modernität miteinander zu verbinden. Im Innern des Gebäudes hingegen herrscht eine dezente Strenge. Eine Schiebeglasfassade lässt viel warmes Licht aus dem geschützten Innenhofgarten hinein. Schlicht gehaltene Sichtbetonwände hingegen sorgen für eine Reduzierung auf das Wesentliche – die Verkostung edler Tropfen (Bilder 12 bis 14).

Kontakte Weingüter/Architekten

Weingut Manincor, Kaltern
www.manincor.it / www.angonesewalter.it
 Weingut Hillinger, Jois
www.leo-hillinger.com / www.gernergernerplus.com
 Weingut Fred Loimer, Langenlois
www.loimer.at / www.burghardt.co.at



Foto: Andreas Burghardt

Bild 12: Hofansicht des Weinguts Fred Loimer in Langenlois



Foto: Andreas Burghardt

Bild 13: Innenansicht des modernen Verkostungsraums

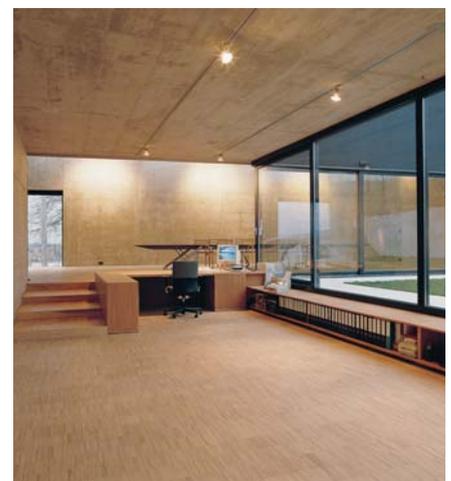


Foto: Andreas Burghardt

Bild 14: Minimalistisch: in das Weinloft integrierter Bürobereich

Weingut Preisinger Gols

Von Antje Abel, Karlsruhe

Das Weingut Preisinger ist ein allein stehendes Gebäude mitten in den Weingärten am Goldberg in Gols im österreichischen Burgenland, das mit allen Funktionen einer Weinproduktion – Produktion, Administration, Lagerung sowie Verkostung – ausgestattet ist.

Symbiose aus Holz und Beton

Selbstbewusst und zeitgemäß behauptet sich das Weingut Preisinger in der ländlichen Umgebung der Gemeinde Gols im österreichischen Burgenland. Mit seiner langgestreckten dynamischen Form scheint es sich in die Weinberge am Goldberg zu schieben. Die Wiener Architekten von propeller z haben den Gebäuderiegel in zwei Teile aus unterschiedlichen Materialien und in unterschiedlichen Höhen gegliedert: Im vorderen zweigeschossigen Gebäudeteil aus Sichtbeton sind der Empfang, das Büro, die Neben- und Umkleideräume im Erdgeschoss sowie die Weinverkostung im Obergeschoss angeordnet. Direkt anschließend ist die eingeschossige Lager- und Produktionshalle als Holzkonstruktion ausgeführt. Unter allem liegt das betonierte Untergeschoss etwa 4 m unter Terrain mit zwei getrennten Lagerräumen im Nord-Ostteil sowie einem Technikraum und weiteren Lagerräumen im Süd-Westteil (Bild 1).

Schräg ansteigend betragen die Gebäudehöhen an der niedrigsten Stelle im hinteren Bereich der Lagerhalle 5,20 m und an der höchsten Stelle im zweigeschossigen vorderen Betonbaukörper 7,40 m. Hier schiebt sich das Obergeschoss nach vorn und überragt den darunterliegenden Empfangsbereich mit einer Terrasse, die eine herrliche Aussicht über die umliegende Rebenlandschaft bietet. Die schräg nach hinten verlaufenden seitlichen Betonwände der Terrasse verstärken den dynamischen Charakter des Hauses. Ganz in Glas ist die Fassade zum Verkostungsbereich ausgeführt – ebenso wie jene im darunter liegenden Erdgeschoss. Ihre profillose Ausführung lässt das Obergeschoss schwebend erscheinen. Diese Wirkung wird durch die Holztüren noch unterstützt, die gänzlich von Glas umschlossen sind: Nichts scheint die Auskragung zu tragen. Es entsteht der Eindruck, als ob das Gebäude jeden Moment abheben könnte (Bild 2).



Foto: Hertha Hurmaus

Bild 1: Blick zum Weingut

Im hinteren Teil des Gebäudes besteht die Außenhaut aus einer 4 cm starken Holzlattung mit einer Hinterlüftung von 12 cm, einer OSB-Platte (verleimte Grobspanplatte), 12 cm Mineralwolle und einer Dreischichtplatte als inneren Abschluss.

Sichtbeton für das Vordergebäude

Der vordere Bereich des Gebäudes ist in Beton ausgeführt (Bilder 3 bis 5). Hier beträgt die Wandstärke im auskragenden Terrassenteil 45 cm und verjüngt sich dann auf der Wandinnenseite auf 30 cm mit 10 cm Mineralwolle als Innendämmung, einer so genannten Dampfsperre und einer Dreischichtplatte als innere Trockenbauwand. Die Geschossdecken sind mit 25 cm ebenso stark wie die Boden- und Deckenplatte und mit einem beschichteten Estrich als Bodenbelag versehen. Um die



Foto: Hertha Hurmaus

Bild 2: Weingut bei Nacht



Foto: Hertha Hurmaus

Bild 3: „Schwebender“ Sichtbetonkörper mit Verkostungsraum

Dämmung innen aufbringen zu können, musste im Deckenbereich mit so genannten Isokörben gearbeitet werden, wärme- gedämmten Bewehrungsanschlüssen. Das wiederum hatte großen Einfluss auf die Schalstruktur der Latten und damit auf das gesamte Schalbild.

Als Beton wurde die Sichtbeton-Sondermischung C40/50 B2 GB3 GK16 (entspricht in Deutschland C40/50 XC4, XF1, Sichtbetonklasse 3 mit einem Größtkorn von 16 mm) verarbeitet. Alle senkrechten Wände inklusive die der Auskragung wurden in einem Arbeitsgang betoniert. Für die Deckenanschlussbewehrung wurden Löcher in der Schalhaut ausgespart, die einzeln abgedichtet wurden. Insgesamt erforderte der hohe Bewehrungsanteil großes handwerklichen Können. Diese Ansprüche erfüllte die ausführende Baufirma mit Bauleiter Herbert Praunrath hervorragend.

Schalung

Charakteristisches Merkmal der Fassade ist die schräg verlaufende Struktur der beiden Materialien Holz und Beton, die nahtlos ineinander überzugehen scheinen. Zusammen bilden sie eine Einheit und unterscheiden sich auf den ersten Blick nur farblich voneinander. In ihrer Neigung entsprechen die im Beton eingelassenen Riefen der schräg angebrachten äußeren Holzlattung, haben jedoch jeweils andere Breiten und Abstände zueinander. Da die Betonstruktur nur indirekt mit der Holzlattungsfassade zu vergleichen ist, wählten die Architekten ein unregelmäßiges Lattenbild.

Damit die Oberflächenstruktur ohne Übergang in die Schrägstellung ineinander läuft, mussten die jeweils anschließenden Schaltafeln exakt aufeinander abgestimmt werden. Verwendet wurden 2,70 m hohe Schaltafeln aus Holz, die stark modifiziert wurden. Ihre Maserung und das orthogonale Schaltafelraster zeichnen sich auf der schrägen Lattenstruktur ab.

Bautafel

Bauherr	Claus Preisinger, Gols (Burgenland, Österreich)
Architekten	Propeller z, Wien
Tragwerk	Werkraum, Wien
Bauleitung	Herbert Braunrath, Östu Stettin, Loeben
Bauphysik	Walter Prause, Wien
Baugrundgutachten	Dr. Erik Würker, Wien
Schalung	Peri, Weißenhorn
Grundstücksfläche	19961 m ²
Bruttogeschossfläche	1 779 m ²
Nutzfläche	1 266 m ²
Bebaute Fläche	867 m ²



Foto: Hertha Hurmaus

Bild 4: Verkostungsraum



Foto: Hertha Hurmaus

Bild 5: Eingangs- und Empfangsbereich



Beton steht nicht nur für moderne Architektur – als dekoratives Designobjekt kann er auch edle Weine in Szene setzen. Der Flaschenhalter „winewaves“ in den Maßen 36 cm x 18 cm x 4 cm wurde von glaesledesign cologne entworfen (www.glaesledesign.com).

Symbiose aus Tradition und Innovation – Weingut Brennfleck

Von Sophia Busch, Giebelstadt

Das Weingut Brennfleck, ein mittelalterlicher Gutshof aus dem Jahr 1479, liegt inmitten des denkmalgeschützten Ortskerns von Sulzfeld am Main und steht als Einzeldenkmal sowohl innen als auch außen unter Denkmalschutz. Als Weingut dient es seit fast 420 Jahren. Seit elf Jahren liegen die Geschicke des 22 ha großen Weinguts in den Händen von Susanne und Hugo Brennfleck. Sie errichteten an der Stelle eines abgebrochenen Lagerschuppens ein neues Press- und Kelterhaus. Die Planung stammt von Dold + Versbach Architekten aus Giebelstadt. Das neue Gebäude wurde beim Architekturpreis Wein 2010 mit einer Auszeichnung geehrt.

Voraussetzungen

In den ersten Jahren wurden im barock überformten Stammhaus zunächst der Eingangsbereich und die Gewölbekeller für den Rotwein restauriert, eine Schatzkammer der Raritäten eingeführt und weitere Präsenzzräume geschaffen (Bilder 1 bis 3). Ein wesentliches Anliegen war den Brennflecks jedoch auch, noch gezielter an der Qualität der Weine zu feilen. Eine Optimierung erschien nur durch eine veränderte Verarbeitung der Trauben möglich. Eine Auslagerung des Betriebs kam nicht in Betracht, da der Arbeitsablauf dem Gast und Kunden vor Ort nähergebracht werden soll. Daher erschien der Bau eines neuen Kelterhauses unumgänglich. Dabei zeigten sich die Brennflecks der Tradition und dem Ort verbunden, jedoch auch offen für Modernes und Neues. Funktional ist das neue Gebäude allein auf die Veredlung der angelieferten Trauben ausgerichtet.

Städtebauliches Konzept

Der Neubau sollte nicht in Konkurrenz zur vorhandenen historischen Bausubstanz treten, sondern in Form einer zeitgemäßen, schlichten Architektur mit dem Altbau verschmelzen. Aus städtebaulicher Sicht tritt der von der Straße abgerückte Neubau in den Hintergrund, die Traufe des begrünten Pultdachs ist straßenbegleitend ausgebildet. Der betriebsbedingt erforderliche Vorplatz schafft räumliche Großzügigkeit und bietet eine stilvolle Gelegenheit zum ersten Verweilen (Bild 4). Die Toranlage für den Neubau korrespondiert in ihrer Bauweise mit dem aus dem frühen 20. Jahrhundert stammenden schmiedeeisernen Nebentor zum Gutshof: Beim historischen wie auch beim modernen Tor sind der Einlass für Wagen und der Fußgängereingang in gleicher Weise zueinander angeordnet.



Foto: Dieter Leistner, Würzburg¹⁾

Bild 1: Das historische Brennfleck-Weingut



Foto: Dieter Leistner, Würzburg¹⁾

Bild 2: Vinothek und Verkostung im historischen Gebäude



Foto: Dieter Leistner, Würzburg¹⁾

Bild 3: Weinlagerung im historischen Gewölbekeller



Foto: Dieter Leistner, Würzburg¹⁾

Bild 4: Städtebauliche Einordnung des Neubaus



Foto: Dieter Leistner, Würzburg¹⁾

Bild 5: Außenansicht des Press- und Kelterhauses

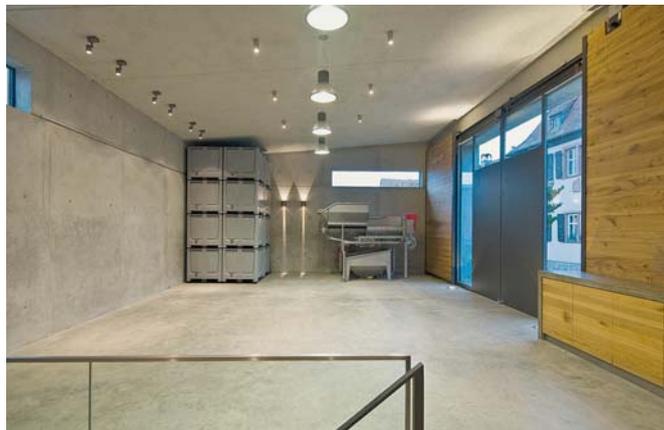


Foto: Dieter Leistner, Würzburg¹⁾

Bild 6: Innenansicht des Press- und Kelterhauses

Formensprache

In seiner Formensprache erscheint das neue Press- und Kelterhaus klar, geradlinig und scharfkantig. Innen als reiner Sichtbetonbau mit höchsten Anforderungen an die Oberflächenbeschaffenheit ausgeführt, tritt die feine Materialität an den Laibungen der Fenster und Tore nach außen und verbindet sich mit heimischen und modernen Materialien: fränkischer Muschelkalk an Fassadenverkleidungen, historische Mauern und Bodenbeläge sowie Edelstahl und Glas für Tanks, Tore, Geländer und Mobiliar. Hochwertige Materialien, offen und klar präsentiert, sind in Verbindung mit modernster und schonendster Technik nun die optimalen Voraussetzungen für die Weiterverarbeitung zu charaktervollen Weinen. Direkte und indirekte Beleuchtung verstärkt die Blickachsen und Wegführungen (Bilder 5 und 6).

Weg des Weines

Die Hanglage wurde genutzt, um den Produktionsablauf bei der Weinerzeugung zu optimieren. Ebenerdige Anlieferung, Keltervorgang, Tankbefüllung und Tresterabfuhr sind unspektakulär organisiert.

Der Zugang zum Keller erfolgt vom Vorplatz über eine befahrbare Tunnelrampe aus Sichtbeton. Auch hier macht die zurücknehmende Architektursprache den Weg des Weines für den Kunden erfahrbar:

- Der Beginn liegt bei der Ernte. Das „respektvolle Einbringen“ des Leseguts erfolgt durch das betonte Portal aus Sichtbeton. Der aus dem Gärkeller aufsteigende Transporttunnel ist wie der Zugang zu einem Schatzhaus mit einer Stahltüre verschlossen (Bilder 7 und 8).
- Über einen Trichter im Erdgeschoss fallen die Trauben in modernster Weinbautechnik in die Presse, wo sie entrappt und gepresst werden.
- Direkt von der Presse wird der noch „rohe“ Saft in die neuen Edelstahltanks gepumpt und mit viel Geduld und Können zum edlen Tropfen kreierte (Bild 9).
- Am Ende steht das Abfüllen. Über eine unterirdische Verbindung wird der junge Wein von der modernen Kelterhalle in das historische Weingut gepumpt, wo er schließlich abgefüllt und verschickt wird.

Zusammengefasst: eine Symbiose aus Tradition und Innovation, die dem Anspruch des Weinguts Brennflack entspricht.



Foto: Dieter Leistner, Würzburg¹⁾

Bild 7: Eingang zum Transporttunnel



Foto: Dieter Leistner, Würzburg¹⁾

Bild 8: Transporttunnel in Sichtbeton



Foto: Dieter Leistner, Würzburg¹⁾

Bild 9: Keller mit Edelstahltanks

¹⁾ Copyright für die Bilder auf den Seiten 8 und 9: Bayer. Landesanstalt für Weinbau und Gartenbau, Veitshöchheim

Der Steinbergkeller – Landschaftsarchitektur

Von Moritz Morsblech, Wiesbaden

Die Hessische Staatsweingüter GmbH Kloster Eberbach ist mit 193 ha Gesamtanbaufläche das größte und mit ihrem historischen Ursprung, dem 1136 gegründeten Kloster Eberbach, eines der ältesten Weingüter Deutschlands und weltweit. Von besonderer Bedeutung unter den klösterlichen Weinbergen ist der Steinberg, der sich seit dem Jahr 1170 im Alleinbesitz der Zisterziensermönche befand und von einer schützenden Mauer umgeben ist. Der Neubau des Steinbergkellers am Standort der historischen Domäne Steinberg fußt auf einer jahrhundertealten Weinbautradition. Der Gesamtkontext der Anlage machte ein besonders sensibles Agieren des Bauherrn und der Planer erforderlich.

Freiwillige Umweltverträglichkeitsprüfung

Obwohl das Projekt nicht der Verpflichtung zur Durchführung einer Umweltverträglichkeitsstudie (UVS) unterlag, beauftragten die Staatsweingüter aus eigenem Engagement 2004 das Büro Die LandschaftsArchitekten. Bittkau – Bartfelder + Ing. mit der Erstellung einer Umweltverträglichkeitsstudie zur Untersuchung der umweltrelevanten Rahmenbedingungen und Implikationen des Bauvorhabens. Die Ergebnisse dieser Umweltverträglichkeitsstudie wurden anschließend als Grundlage in die Auslobung des internationalen Architektenwettbewerbs für den Neubau des Kellereigebäudes übernommen. Im Wettbewerbsverfahren diente dies insbesondere dem Schutz der einmaligen Kulturlandschaft des Rheingaus, indem den teilnehmenden Architekten die Bedeutung und Sensibilität des Landschaftsbilds nahegebracht wurde.

Aufgaben für Landschaftsarchitekten

Nach der Kür des Siegerentwurfs wurde das Büro Die LandschaftsArchitekten. Bittkau – Bartfelder + Ing. mit der weiteren Bearbeitung der Freiflächen des Steinbergkellers betraut (Bild 1):

- Erhalt der historischen Wegeführung soweit möglich und Anbindung an die neu ausgebaute Erschließung
- Neuordnung des ruhenden und fließenden Verkehrs unter Berücksichtigung der zu erwartenden hohen Besucherzahl sowie der im Betriebsablauf notwendigen Zu- und Abfahrten u.a. von Sattelzügen
- Neugestaltung der zentralen Freiflächen, des Domänenhofs, der Besucherterrassen und aller übrigen Flächen
- Planung der vollständigen Erdeindeckung und Eingrünung der unterirdischen Kellerei

- Räumliche und pflanzliche Einbindung der Gesamtmaßnahme in die umgebende (Kultur-)Landschaft
- Kompensation der Eingriffsfolgen

Der Entwurf orientierte sich an den unterschiedlichen funktionalen Forderungen an die Freiflächengestaltung sowie daran, wie diese sich vereinen ließen. Neben besonders repräsentativ akzentuierten Freiräumen, die vor allem Besucher und Kunden der Hessischen Staatsweingüter nutzen, mussten auch hochfunktionale Flächen geschaffen werden, die den Belastungen und Arbeitsabläufen des größten deutschen Weinguts gerecht werden. Die Planung von Teilbereichen, die sich nicht ausschließlich dem einen oder anderen Feld zuordnen ließen, wurde im Hinblick auf beide Anforderungskomplexe entwickelt.

Eine weitere wichtige Rolle spielten die Belange des Umwelt- und Naturschutzes. Mit umfangreichen Minimierungsstrategien und Kompensationsmaßnahmen wurden die Auswirkungen des Bauvorhabens auf die Umweltfaktoren auf ein Minimum reduziert und vor Ort ausgeglichen. Die rechtlichen Vorgaben zum Schutz der Tierwelt wurden u.a. durch die Anlage mehrerer Nist- und Ruheplätze für Reptilien wie insbesondere die Äskulapnatter, so genannter Lesehaufen, umgesetzt. Versiegelte Flächen wurden auf das notwendige Maß reduziert sowie eine gezielte Nutzung des anfallenden Regenwassers innerhalb des Weinguts vorgesehen. Allein für die periphere Eingrünung der Domäne, der Zufahrtstraßen und des Weinbergs wurden mehrere hundert Obstbäume, z.B. Weinbergspfirsiche, und andere standorttypische Gehölze gepflanzt. Die auf der Baufläche vorhandenen Solitär Linden wurden nicht gefällt, sondern an neue Standorte versetzt. Weitere Rahmenbedingungen setzte u.a. das Landesamt für Denkmalpflege, insbesondere im Hinblick auf den Erhalt und den Schutz der Steinbergmauer aus dem 10. Jahrhundert und die historischen Bestandsgebäude.

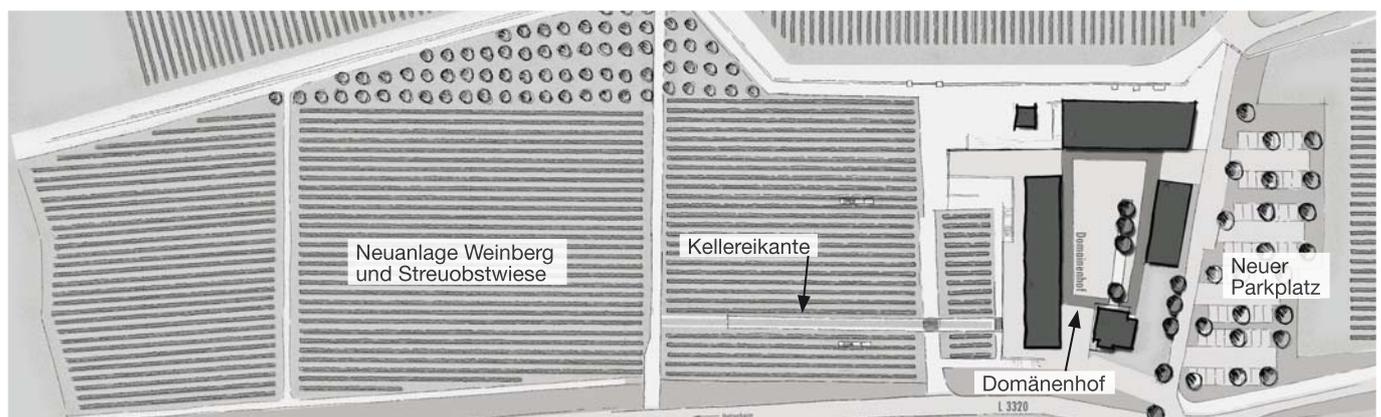


Bild 1: Vorentwurf Freianlagen



Bild 2: Zufahrt zum Steinbergkeller: Historisches Pflastermaterial trifft moderne Sichtbetonarchitektur mit Fassadenbegrünung.



Bild 3: Detail: Fassadenbegrünung der Sichtbetonwände

Einbindung des Kellereigebäudes in die Kulturlandschaft

Der im Bereich des Betriebshofs der Domäne Steinberg erfolgte Neubau der weitestgehend unterirdischen Kellereigebäude fügt sich in die sensible, vom Weinbau geprägte Kulturlandschaft ein. Die Aufgabe der Freiflächengestaltung der LandschaftsArchitekten bestand in der Verknüpfung der Gebäude und raumbildenden Elemente mit den unterschiedlichen Freiräumen mit ihren Funktionen und deren Einbindung in ein übergeordnetes gestalterisches Konzept (Bilder 2 bis 5). Nach außen hin fügt sich das Gesamtensemble harmonisch in die Landschaft ein, nach innen öffnet es sich und empfängt Gäste und Mitarbeiter auf Terrassen und in Höfen, die jeweils ihrer Funktion entsprechend gestalterisch ausformuliert wurden. Die Gestaltungsidee zitiert Merkmale aus dem ländlich-agrarischen Themenspektrum und verbindet diese zu einer zeitgemäß-wertigen Ästhetik, die sich in den Innenräumen fortsetzt. Die Materialität des vorhandenen historischen Ensembles aus Fachwerksbauten, Steinbergsmauer und Reben wird an vielen Stellen zitiert und in die moderne Gestaltung der Neubauten eingefügt. Großzügige Terrassenflächen und Sitzplätze bieten einen Panoramablick auf den Rhein und ordnen sich dem Landschaftserlebnis unter (Bild 6).

Ende Mai 2008 wurde nach einer Bauzeit von rund zwei Jahren der Bau der Kellerei sowie die Rückverlagerung der Gutsverwaltung in das Kloster abgeschlossen. Das Weingut wurde über Jahrhunderte von der Zisterzienserabtei aus verwaltet. In Zukunft wird von hier aus wieder die Weinbautradition gepflegt und die Kulturlandschaft des Rheingaus erhalten.

Preisgekrönte Architektur

Beim Tag der Architektur 2009 wurde das Projekt ausgewählt und als vorbildliches Bauvorhaben präsentiert. 2010 wurde es mit dem zweiten deutschen Architekturpreis Wein ausgezeichnet. Ausdrücklich lobte die Jury die sensible Einbindung in die Rheingauer Kulturlandschaft und die „vorbildliche Zusammenarbeit zwischen Architekten und Landschaftsarchitekten“. Insgesamt hatten sich 56 Arbeiten um den gemeinsam vom rheinland-pfälzischen Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau, der Architektenkammer Rheinland-Pfalz und dem Deutschen Weinbauverband ausgelobten Preis beworben. Von diesen erhielten fünf Arbeiten einen Preis, sieben wurden mit einer Auszeichnung gewürdigt.



Bild 4: Zur Natur geöffneter Betriebshof mit einer Kombination von historischem Natursteinpflaster und modernen Betonplatten



Bild 5: Eine Licht- und Gebäudefuge bringt Tageslicht und Grün nach unten und führt direkt in den Weinberg.



Bild 6: Entspannend: Panoramablick auf die Rheinlandschaft von der Terrasse aus.

Der Steinbergkeller – architektonisches Konzept

Von Reinhard Moster, Neustadt an der Weinstraße

Grundidee des architektonischen Entwurfs für den Ersatzneubau der Weinkellerei für das Hessische Staatsweingut ist es, die ehemaligen Bestandsgebäude mit den platzbildenden Neubauten zu einem neuen Gebäudeensemble zusammenzufassen, das auf die unterschiedlichsten Nutzungsanforderungen eines Weinguts reagieren kann. Es entfaltet sich so ein spannungsvolles Nebeneinander von Alt und Neu als klare städtebauliche und maßstäbliche Ergänzung in der bisher unvollständigen Struktur.

Städtebauliche Einordnung

Den Mittelpunkt der Gesamtanlage bildet die neue Weinplazza, die auf zurückhaltende Art den Ort neu definiert. Durch klare Raum- und Kantenbildung entstehen Bezüge in alle Richtungen. Vielfältige Wegeverbindungen verknüpfen die Weinplazza mit den umgebenden Weinbergen.

Auf einem natursteinverkleideten Sockel, der Veranstaltungsräume und Kelterei aufnimmt, stehen auf Platzebene die Durchfahrts- und Kelterhalle zur Traubenanlieferung und das Foyer. Von der vorgelagerten Besucherterrasse ergeben sich vielfältige Blick- und Raumbeziehungen zu den Weinbergen im Rheingau.

Der begrünte Lichthof in der transparenten Anlieferungshalle verbindet die beiden Erschließungsebenen und schafft eine grüne Mitte. Die leichte, transparente Gebäudegestalt verhindert eine Abriegelung in Ost-West- und Nord-Süd-Richtung. Die Anlieferung der Weintrauben erfolgt von Westen über den Platz ohne Störung der Lkw-Zufahrt, die auf der Ostseite zur Landstraße hin angeordnet ist (Bilder 1 und 2). Die Maschinenhalle ist als multifunktionale Überdachung auch für Wein- oder andere Veranstaltungen im Freien nutzbar.

Die Bilder 3 bis 7 zeigen den Lageplan, einen Schnitt durch den Steinbergkeller sowie die Grundrisse der Ebenen -2, -0,5 und 0.

Struktur und Organisation

Zentraler Hauptzugang vom Platz aus ist das transparente Eingangsgebäude, dessen Foyer über einen direkten Platzbezug verfügt und auf der Besucherterrasse eine Außenbewirtung ermöglicht (Bild 8). Sitzstufen binden die alte Schmiede in das Gesamtensemble ein und schaffen so ein Forum mit Blick über die Weinberge Richtung Westen.

Das Steinbergkeller genannte Bauwerk weist eine klare Grundrissorganisation auf – mit dem Vorzug kurzer innerer Wege für Angestellte und Gäste. Die in die Kelterei integrierte Besucher-galerie erlaubt zudem eine Besichtigung der Arbeitsabläufe, während der Lichthof als grüne Mitte auch zur Belichtung von Kelterei und Verwaltung im Untergeschoss dient.

Das Kelterhaus befindet sich direkt unter der Durchfahrts- und Anlieferungshalle. Dank der getrennten Anlieferung von Rot-



Foto: Reinhard Moster

Bild 1: Transparente, überirdische Beton-Glas-Konstruktionen, auf der rechten Seite erdüberdeckte Flächen der unterirdischen Kellerei



Foto: Reinhard Moster

Bild 2: Ein-, Aus- und Durchblicke

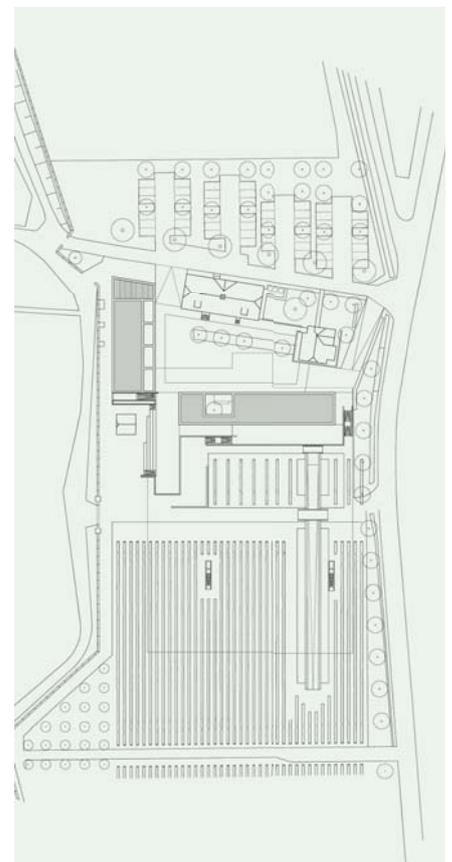


Bild 3: Lageplan

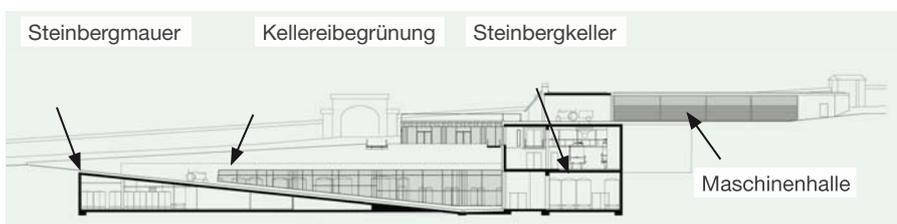


Bild 4: Schnitt durch den Steinbergkeller

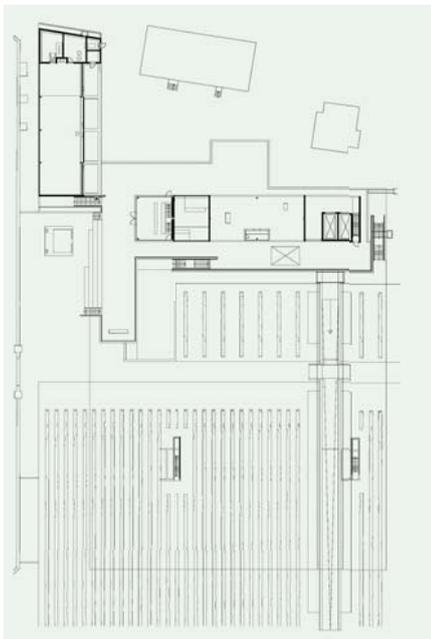


Bild 5: Querschnitt Ebene 0

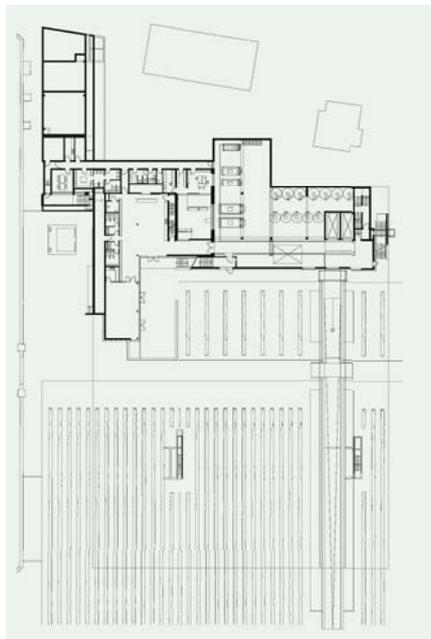


Bild 6: Querschnitt Ebene -0,5

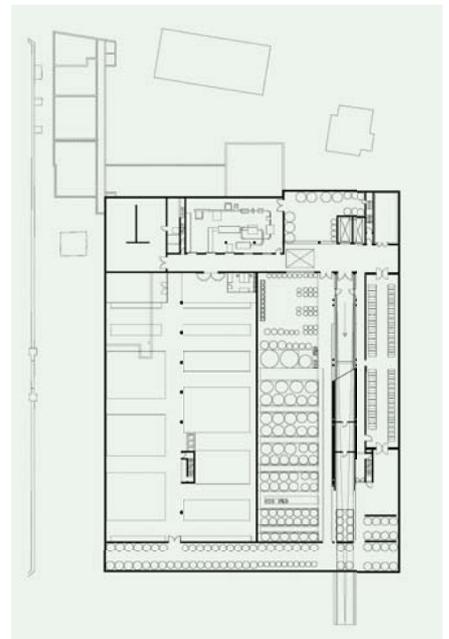


Bild 7: Querschnitt Ebene -2



Foto: Thomas Ott

Bild 8: Das transparente Empfangsgebäude



Foto: Thomas Ott

Bild 10: Weinlager mit Lichtfuge



Foto: Thomas Ott

Bild 9: Technik im Tanklager

und Weißwein ist eine störungsfreie Andienung durch die Lkw sichergestellt, zumal die Veranstaltungs- und Kundenbereiche mit getrenntem Zugang vom Süden angeordnet sind.

Ein kompaktes Tiefgeschoss (Betonwanne) unterteilt verschiedene Nutzungseinheiten für das Tank- und Flaschenlager – wie Sedimentation, Tanklager, Abfüllung und Flaschenlager (Bild 9). Das Untergeschoss schiebt sich zur Talseite unter die Weinberge. Durch die konsequente Erdüberdeckung kommt es zu einem ausgewogenen Raumklima für die Weinlagerung. Zusammen mit den Holzfässern und zusätzlich akzentuiert durch eine für die natürliche Belichtung sorgende Lichtfuge entsteht eine besondere räumliche Atmosphäre (Bild 10).

Bautafel

Bauherr	Hessische Staatsweingüter Kloster Eberbach GmbH
Architekten	Reinhard Moster, Friess + Moster Freie Architekten, Neustadt an der Weinstraße mit Planungsteam Angela Schwandner, Josefine Schwetzler, Gregor Wawreczka, Sabine Nitsche
Innenarchitekt	Planungsbüro Wolfgang Münzing
Lichtplaner	AG Licht, Bonn
Landschaftsarchitekt	Die LandschaftsArchitekten, Wiesbaden
Bauleitung	Friess + Moster Freie Architekten
Bruttogeschossfläche	10000 m ²
Nutzfläche	6700 m ²
Bruttorauminhalt	50000 m ²
Gesamtbaukosten	15,6 Mio. €

Der Steinbergkeller – ein Betonbauwerk

Von Reinhard Winzer, Wiesbaden und Werner Roßkopf, Wachenheim

Ende 2006 wurde im Rheingau der Grundstein für die neue Staatskellerei „Am Steinberg“ gelegt. Von dem 15 Mio. € teuren Projekt versprechen sich die Hessischen Staatsweingüter eine nachhaltige Stärkung ihrer Marktposition. Beim Bau des weitgehend unterirdisch konzipierten Gebäudes spielte Beton, teilweise mit hohen Sichtbetonanforderungen, eine wichtige Rolle.

Behutsamer Umgang mit Landschaft und Bausubstanz

Besonders bekannt sind die Weinberge der Lage Steinberg in unmittelbarer Nachbarschaft des Klosters. Die neue Kellerei der Staatsweingüter grenzt unmittelbar an den Steinberg und ersetzt die bisherige Kellerei in Eltville. Deren Technik galt als veraltet und ineffizient. Dem Start des 15 Mio. € teuren Neubaus, der die viele Jahre lang defizitären hessischen Staatsweingüter auf Dauer profitabel machen soll, ging eine intensive Diskussion voraus. Denn gegen den Bau hatte es in der Region heftige Kritik gegeben. So befürchteten die Kritiker unter anderem einen unverhältnismäßigen Eingriff in das sensible Landschaftsbild. Daher wurde die bereits vorhandene Bebauung lediglich ersetzt, in ihrer Anzahl sogar reduziert. So gibt es auch keine zusätzlichen oberirdischen Gebäude, da der weitestgrößte Teil der neuen Kellerei in den Weinberg gegraben, mit Erde abgedeckt und anschließend wieder mit Reben bepflanzt wird (Bilder 1 und 2).

Die frühere Rebveredlungshalle und die alte Schmiede bleiben neben der neuen Kellerei erhalten und werden umgewidmet. Sie stehen nun frei und nicht mehr eingeeignet zwischen alten Hallen, so dass die historische Bausubstanz besser zur Geltung kommt. Die neuen Gebäude ordnen sich den historischen Gebäuden unter – und nicht etwa umgekehrt. So stellt beispielsweise die Aufnahme von Bruchsteinverkleidungen an der Südfassade den Bezug zur historischen Weinbergsmauer her. An neuen oberirdischen Gebäuden kommt lediglich ein Flachbau hinzu, der als einziger neuer Teil zu sehen ist. Große Fensterflächen lassen ihn hell und licht erscheinen. Der unterirdische Teil erhält sein Tageslicht über Schächte, die sich in den neu angelegten Weinberg einfügen.

Beim Bau der Bodenplatte und der Sichtbetonwände des geplanten Weinkabinetts kam Beton zum Einsatz. Die Bodenplatte besteht aus einem Beton C30/37 mit hohem Wassereindringwiderstand, der in weicher Konsistenz F3 eingebaut wurde und den die Dauerhaftigkeit des Betons charakterisierenden Expositionsklassen XC4, XF1 und XA1 entspricht: wasserundurchlässige, frostbeständige Außenbauteile mit hohem Widerstand gegen schwachen chemischen Angriff.

Sichtbeton-Team sichert Qualität

Besondere Sorgfalt wurde auch auf die Qualität des Sichtbetons des späteren Weinkabinetts gelegt. Hier kam Beton in den Sichtbetonklassen SB 2 und SB 3 nach dem Merkblatt Sichtbeton des Deutschen Beton- und Bautechnik-Vereins DBV und dem Bundesverband der Deutschen Zementindustrie BDZ zum Einsatz (Bilder 3 und 4). Um ein für alle Beteiligten zufriedenstellendes Ergebnis zu erzielen, wurde zudem ein Sichtbeton-Team aus Vertretern des Schalungsherstellers Peri, der ausführenden Bauunternehmung Wolff & Müller und der Dyckerhoff AG als Betonlieferant installiert.

Sichtbeton gehört zu den anspruchsvollsten Aufgaben auf der Baustelle. Bei der Bewertung von Sichtbeton muss berücksichtigt werden, dass geringe Unregelmäßigkeiten der Textur und des Farbtons für Sichtbeton charakteristisch sind. Eine vollkommen farblich gleichmäßige Oberfläche ist nicht erreichbar. Beton besteht aus natürlichen Ausgangsstoffen, die ebenso wie die Betonzusammensetzung bestimmte Toleranzen aufweisen. Auch Witterungseinflüsse und die Bauausführung spielen eine Rolle. Über alle Bauphasen, d.h. von der Rezepturent-



Foto: Dyckerhoff AG

Bild 1: Einbettung des Kellerei-Neubaus in die Naturlandschaft am Steinberg



Foto: Dyckerhoff AG

Bild 2: Der größte Teil der Kellerei (im Vordergrund) wird mit mindestens 1,5 m Erde überdeckt.



Foto: Dyckerhoff AG

Bild 3: Das Weinkabinett im Rohbau

wicklung über den Betoniervorgang bis zum Ausschalen und der Nachbehandlung muss sich hautnah um die Sichtbetonqualität gekümmert werden. Schnell zeigte sich, dass insbesondere der Abstimmung von Betonrezeptur, Schalung und Schalmittel sowie den Beteiligten am Einbau eine besondere Bedeutung zukommt.

Erstmals kamen unter Einbeziehung von Sichtbeton-Experten wie Professor Ludger Lohaus und seinem Team von der Universität Hannover Prüfschalungen für Sichtbeton zum Einsatz. Der Schalungslieferant Peri stellte die benötigten Prüfschalungen in relativ kurzer Zeit bereit. Mit deren Hilfe lassen

sich bereits im Betonlabor Originalmaterialien wie Schalhaut, Schalöle oder Abstandshalter im verkleinerten Maßstab einsetzen und verschiedene Vorversuche mit unterschiedlichen Betonrezepturen durchführen. Dabei können auch die später auf der Baustelle erwarteten Witterungsbedingungen (Temperatur, Luftfeuchte usw.) labormäßig simuliert werden. Nach dem Ausschalen lässt sich dann optisch bewerten, ob die verwendete Betonrezeptur die an sie gestellten Erwartungen tatsächlich erfüllt. Falls nicht, werden so lange entsprechende Korrekturen an den Einsatzstoffen vorgenommen, bis das Ergebnis in der Sichtbeton-Musterschalung den Vorgaben entspricht.



Foto: Dyckerhoff AG

Bild 4: Sichtbetonwände und -stützen für das Weinkabinett

Wein & Architektur – die neuen Wohnräume des Weins

Von Hermann Kolesch, Kitzingen

Kein Zweifel – die Architektur ist so populär wie noch nie, die Architektur boomt. Nicht nur im Bereich der Weinwirtschaft! Dies zeigt sich immer besonders dann, wenn mit größtem publikumswirksamen Erfolg ein Fußballstadion, ein Museum, eine Autofabrik oder ein Showroom für eine Edelmarke, entworfen und gebaut von einem Stararchitekten, eröffnet wird. Längst wurde die Architektur als „Leitkultur“ unserer Zeit ausgerufen. Architekten wie Norman Foster, Herzog & deMeuron oder Frank O. Gehry sind Stars und Kultfiguren des öffentlichen Lebens geworden. Unternehmen fast aller Branchen unterstützen ihr Markenbild, ihre „Corporate Identity“, mit hochwertiger und teurer Architektur. Die Bandbreite reicht von der Bank bis zum Autohaus. Man bezeichnet dies dann als „Label-Architektur“ (= Markenarchitektur).

Dies zeigt sich auch im Bereich der Werbung, wo die Architektur dem Kunden Botschaften und Sehnsüchte vermittelt. Aber Architektur ist noch mehr: Sie formt und prägt Orte der Kultur. Gezielt eingesetzt ist sie ein wichtiges Medium, und letztendlich schafft sie die Räume unseres Lebens, unserer Arbeit und der Erzeugung von Gütern und Dienstleistungen. Architektur ist auch mehr als nur Bauen. Architektur ist ein emotionaler, gefühlter Mehrwert, der dem gebauten Umfeld – sei es die Produktion oder die Vermarktung – hinzugefügt wird. Dieser Mehrwert ist mehr als nur die Schönheit des Bauwerks. Er ist hochkomplex und beinhaltet daher so wichtige Themenfelder wie den geschichtlichen Hintergrund, ökologische und soziale Nachhaltigkeit, eine zeitgemäße Formgebung, die kulturellen Zusammenhänge, gesellschaftliche Werte und das ökonomisch Machbare.

Geschichte der Weinarchitektur

Die Weinkultur, also die Bereitung von Wein aus gepressten Trauben und vergorenem Traubensaft, ist ca. 5000 Jahre alt. Weingüter und Winzerhöfe bestehen seit ca. 2000 Jahren. Historische Quellen und Abbildungen der Weinbereitung in der Kunst haben jedoch überwiegend die Darstellung der Kelterung zum Schwerpunkt. Gebäude wie Keller oder Orte der Weinlagerung finden sich in der Frühzeit bis zum Ende des Mittelalters überhaupt nicht. Erst in der Renaissance werden Keller in der Kunst dargestellt. Der Grundstein der europäischen Weinkultur wurde von den beeindruckenden Klosteranlagen des Mittelalters gelegt, z.B. in Cluny und Eberbach. Die prächtigen Barockbauten der Würzburgener Güter, die Zehnthöfe der Klöster sowie die Renaissance-Palazzi des italienischen Weinadels (Frescobaldi, Antinori) geben heute noch Zeugnis von der Bedeutung des Weins. Von einer spezifischen Weinarchitektur kann aber auch da nicht gesprochen werden, da es überwiegend landwirtschaftliche Zweckbauten waren, die bis in die Neuzeit hinein einfach der Verarbeitung und Lagerung von landwirtschaftlichen Produkten dienten.

Die eigentliche Geschichte der Weinarchitektur beginnt im Bordeaux. Das erste ausschließlich dem Weinbau gewidmete Weingut-Chateau der Welt, das sich damit deutlich von den klassischen Schlossbauten unterschied, war ab der Mitte des 16. Jahrhunderts das Weingut Chateau Haut Brion (Pessac, Graves). Zwischen 1840 und 1870 erlebte dann Bordeaux seine erste Blütephase. Gleichzeitig war die Formensprache der damaligen Architektur geprägt von den Entdeckungen der Neuen Welt. Eine üppige Vielfalt an Baustilen war in Mode. Charakteristisch für diese Entwicklung steht der Bau von Chateau Cos d'Estournel. Ein reines Wirtschaftsgebäude nur für

die Ochsen und den Wein, gebaut im asiatischen Pagodenstil, aufwendig verziert mit Zinnen, Türmchen und Skulpturen. Erstmals setzte man die Gärkeller (Cuvier) und die Lagerkeller für die Barriques (Chais) architektonisch in Szene und verzichtete auf Wohnräume.

Zeitgleich entwickelte sich der so genannte „Palladianismus“, der Palladio-Stil, d.h. der Bau stolzer Herrenhäuser mit dekorativen Säulen, Giebeln und Freitreppen. Vorbild waren die ländlichen Villen in der Umgebung Venedigs. Herrenhaus und Wirtschaftsgebäude wurden deutlich voneinander getrennt, z.B. durch Gärten oder eine Allee. Bestes Beispiel dafür: Chateau Margaux. In dieser Zeit und damit wesentlich früher als in anderen Wirtschaftszweigen, fand die Architektur ihre Umsetzung auf den Etiketten der Weinflaschen. Die „Label-Architektur“ war damit geboren.

Die nächste für die Weinarchitektur bedeutende Phase setzte am Anfang des 20. Jahrhunderts ein. In den dreißiger Jahren ließ Baron Philippe de Rothschild seine „chais“ (Barriquekeller) durch einen Architekten in Szene setzen. Ein weiterer Meilenstein für die Weinarchitektur war der Bau des unterirdischen achteckigen und auf Säulen ruhenden Kellers von Chateau Lafite Rothschild in den achtziger Jahren. Beide Maßnahmen waren in ihrer architektonischen Bedeutung stilbildend für die gesamte Weinwirtschaft der Welt.

Der kommunikative Durchbruch der Weinarchitektur

Zwei Marksteine stehen für den kommunikativen Durchbruch der Weinarchitektur in der Weinwirtschaft. Zum einen die Ausstellung Chateaux Bordeaux 1988 im Centre Pompidou, Paris, begleitet durch das Buch „Chateaux Bordeaux – Baukunst und Wein“ [1], die in der Berichterstattung der Medien auf eine enorme Resonanz stieß. In diesem Zusammenhang erregte auch der durchgeführte Architektur-Wettbewerb zur Erweiterung und Neugestaltung des Chateau Pichon-Lougeville große Aufmerksamkeit. Heute zählt dieses „Theater des Weins“, wie es von seinem Besitzer bezeichnet wird, zu den weintouristischen Höhepunkten des Bordeaux.

Zum anderen die Entwicklung des Weinbaus im Napa-Valley in Kalifornien. Dort entstand in Verbindung mit dem großen Erfolg kalifornischer Weine auf den Weinmärkten der Welt eine Vielfalt an architektonischen Stilen, die für eine vollkommen neue Darstellung und Wahrnehmung des Weins steht: der kalifornische Pluralismus. Plötzlich bestand das Weingut nicht mehr nur aus Weinberg und Keller, sondern war eine komplexe bauliche Herausforderung für die Architekten. Verkostungsräume, Wein-

shops, VIP-Bereiche, Gartenanlagen mit Picknick- und Grillbereichen, Räume für die Kultur, Traubenverarbeitung, Keller und Lagerräume, die für die Besucher zugänglich gemacht werden mussten, sollten architektonisch umgesetzt werden. Gleichzeitig sollte dies harmonisch eingebaut werden in die Kulturlandschaft des Weins. Zu den wichtigsten Ikonen der kalifornischen Weinarchitektur sind heute zu zählen:

- 1966 Robert Mondavi Winery im spanischen Missionsstil
- 1972 Sterling Vineyards im Stil eines griechischen Kykladendorfes
- 1986 Clos Pegase im Stil der Postmoderne
- 1992 Opus One, die Verbindung von Klassik und Postmoderne
- 1998 Dominus Estate, puristischer Minimalismus und Kubismus

Nicht unerwähnt bleiben dürfen die Bauwerke im Stil des Klassizismus (Beringer Vineyards) in Anlehnung an die Wein(Rhein)-Häuser in Deutschland oder der ursprüngliche kalifornische Scheunen-Stil aus dem Holz der heimischen roten Zeder (Turnbull, Trefethen). Viele weitere Bauwerke könnten an dieser Stelle aufgezählt werden, die den großen Einfluss des kalifornischen Weinbaus auf die Bedeutung der Weinarchitektur unter Beweis stellen könnten. Hier fand die Architektur die Verbindung zum modernen Marketing. Die Architektur des Weins war zum wichtigen Erfolgsfaktor des „Branding“, zum Markencharakter der Weinbaubetriebe geworden. Es war die Geburtsstunde der „Corporate Architecture“.

Diese Entwicklung erfasste schließlich die gesamte Neue Weinwelt. Herausragende Bauwerke entstanden in Argentinien (Carena Zapata), in Chile (Almaviva), in Neuseeland (Perigrine) sowie in Südafrika (Dornier Estate), um nur einige Beispiele zu nennen.

In Europa ging die Entwicklung maßgeblich von Österreich aus. Aus der Krise des Glykol-Skandals heraus mit einer stringenten Qualitätsphilosophie und mit Unterstützung großzügiger Förderprogramme in Zusammenhang mit dem späten EU-Beitritt, setzte Österreich insbesondere in den Regionen der Steiermark und des Burgenlandes neue architektonische Akzente. Die Ausstellung „Vom Keller zum Kult“ 2005 in Wien machte die Thematik einem großen Publikum bekannt. Neben den herausragenden Beispielen wie Tement, Polz, Neumeister in der Steiermark, Arachon, Hillinger, Esterhazy im Burgenland war es das Loosium des Architekten Steven Holl, das als Erlebniszentrum zu einer weltweiten Beachtung führte.

Mittlerweile ist die Weinarchitektur auch im übrigen Europa wie in Deutschland wesentlicher Bestandteil einer qualitativen Neuausrichtung der Weinwirtschaft.

Architektur und Wein – nur ein großes Thema?

Die heutige Bedeutung der Architektur für den Wein lässt sich nur mit der Betrachtung des heutigen Konsumentenverhaltens in seiner ganzen Dimension erfassen. Seit einigen Jahren hält der Siegeszug des Weins bei breiten Schichten der Bevölkerung in den Industrienationen unvermindert an. So wird dem Weinkonsum weltweit laut [2] eine Steigerung von 6 %, für Deutschland sogar von 10 % prognostiziert. Die Ausgaben

privater Haushalte in Deutschland für Wein steigen jährlich an und liegen seit einigen Jahren deutlich über denen von Bier und anderen alkoholischen Getränken. Keine Frage, Wein und die Auseinandersetzung mit Wein ist in breiten Schichten der Bevölkerung angekommen und wurde zum Ausdruck einer gepflegten Lebenskultur. Mit dieser Lebenskultur sind heute gutes Essen, Genuss, Reisen, Kultur, Design und eben auch Architektur eng verbunden. Wein vermittelt diese Elemente gleichsam wie ein Medium oder Katalysator auf so wunderbare und angenehme Weise wie kein anderes Genussmittel. Die überaus große Berichterstattung in den Medien über Wein, sei es nun in Zeitschriften, TV-Sendungen oder in den derzeit überall präsenten Kochshows, stellt unter Beweis, dass Wein auch bereits zur Realisierung von Freizeit und Hobbys wie Kochen, Wellness oder Reisen in Weinregionen gehört. Hier bestehen deutliche Unterschiede zur Wahrnehmung anderer Getränke, z.B. Bier.

Diese Entwicklung basiert im Wesentlichen auch auf den gesellschaftlichen Veränderungen der letzten Jahrzehnte. Da ist zum einen im Bereich des Konsums die Differenzierung des Markts in so genannte Standardprodukte (Markenprodukte) und Premiumprodukte (individuelle Produkte) zu nennen, zum anderen die enorme Emotionalisierung des Konsums. Nicht mehr der rationale, direkt messbare und damit vergleichbare Wert eines Produkts steht angesichts der Austauschbarkeit der Produkte und gesättigter Märkte im Vordergrund, sondern der emotionale Mehrwert hinter den Bedürfnissen des Konsumenten.

„Die Menschen werden vergessen, was du gesagt hast, die Menschen werden vergessen, was du getan hast, aber sie werden nicht vergessen, was sie bei dir gefühlt haben“ – treffender als mit diesem Zitat aus einer Studie zu den Anforderungen einer erfolgreichen Kundenorientierung kann man diese Tatsache nicht ausdrücken [3].

Neben dem Produkterlebnis, der Winzerpersönlichkeit, den attraktiven Landschaftsbildern der Weinregionen und der Gastronomie wird daher das Einkaufserlebnis und damit schließlich die Wahrnehmung der Architektur zu einem wesentlichen gefühlten Mehrwert für das Produkt Wein. Dies gilt insbesondere für die Direktvermarktung von Wein. Der Architektur dürfte derzeit und auch in nächster Zukunft in diesem Zusammenhang eine ähnlich große Bedeutung zukommen wie in den zurückliegenden Jahren der Produkt- und Sortimentsgestaltung (Flaschen- und Etikettendesign).

Die Architektur als gefühlter Mehrwert

Der gefühlte Mehrwert Architektur wird damit in der Direktvermarktung zu einem weiteren wichtigen Differenzierungskriterium hinsichtlich Preis und Image zu den Vertriebswegen im Regal (Lebensmitteleinzelhandel, Discount und Fachhandel), den Getränkefachmärkten und Tankstellen wie dem zunehmenden Kauf über das Internet (E-Commerce). Darüber hinaus ermöglicht die Architektur den Aufbau neuer Erlebniswelten. Die Einbindung der Produktionsbereiche wie Tankkeller, Holzfasskeller, Traubenverarbeitung, Schatzkammer oder historische Elemente sind heute Grundvoraussetzungen für eine gelungene ganzheitlich verstandene Weinarchitektur. Damit wird ein wesentliches Bedürfnis des Konsumenten nach dem Verstehen und Lernen eines hochwertigen und individuellen Produkts befriedigt. Diese Sinneserfahrung des Verbrauchers stellt für die

Weinwirtschaft zukünftig einen zentralen Wertschöpfungsfaktor in der Vermarktung dar.

Die Formensprache der Architektur vermittelt zudem dem Konsumenten einen nicht unerheblichen Designwert. Kunst und Ästhetik sind wie der Genuss und der Kontakt zum Winzer weitere Faktoren dieser Sinneserfahrung. Nicht unterschätzt werden darf, dass mit einer zeitgemäßen Weinarchitektur schließlich auch den Lebenswelten der Zielgruppen entsprochen wird, die es im Rahmen einer kontinuierlichen Markterschließung mittel- und langfristig für den Betrieb zu erreichen gilt.

Die Architektur als sichtbares Element der Weinqualität

Nichts eignet sich besser als eine gelungene Architektur, die Qualität des Weins, die Philosophie eines Unternehmens dem Kunden sichtbar und damit neben der geschmacklichen Wahrnehmung auch visuell wahrnehmbar zu kommunizieren. Dies gilt sowohl für Betriebe mit Tradition und einem großen geschichtlichen Hintergrund als auch für den Neueinsteiger oder Jungstar in der Weinszene. Gerade darin liegt eine wesentliche Bedeutung der Architektur für die Corporate Identity, also die Persönlichkeit, Identität, Authentizität und Glaubwürdigkeit eines Weinbaubetriebs. Für den Konsumenten signalisiert die Kultur, Ästhetik, Wahrnehmung und die Emotion des Holzes oder des Edlstahls in perfekt in Szene gesetzten Tanklagern und Kellern Transparenz und Offenheit einer handwerklichen und ethisch unbedenklichen Weinerzeugung. Letztendlich schließt sich hier dann der Kreis einer ganzheitlichen Kompetenz in der Weinqualität. Dies wiederum schafft Sympathie und Vertrauen, erhöht die Kundenbindung und Kundenloyalität.

Weinarchitektur als letztes Glied der strategischen Neuausrichtung

Die Weinarchitektur sollte immer die letzte Maßnahme einer ganzheitlichen strategischen Neuausrichtung des Unternehmens sein. Sie macht dem Kunden den Veränderungsprozess und die Dynamik eines Unternehmens sichtbar. Die Qualität der Weine kann durch die Architektur nur vermittelt werden. Nach wie vor wächst die Qualität im Weinberg, und der Keller hat diese Qualität zu bewahren. Architektur, die nicht die Qualität des Betriebs widerspiegelt, wirkt unglaubwürdig und ist nicht ehrlich. Gute Architektur markiert immer auch eine Ziellinie, um das gesamte Qualitätsniveau des Betriebs anzuheben.

Was bedeutet gute Weinarchitektur heute?

Nach der Phase der spektakulären, von großem Investment geprägten High-Tech-Keller auf der grünen Wiese ist die gelungene Symbiose aus Tradition und Moderne gerade kleinerer Betriebe reizvoll und spannend wie noch nie. Hier liegen die Stärken und Chancen des Weinbaus im so genannten Alten Europa im Vergleich zur so genannten Neuen Welt. Dies bedeutet für den Winzer als Bauherrn eine starke Identifikation mit seinem geschichtlichen, baulichen und arbeitswirtschaftlichen Umfeld. Die Vereinigung von Tradition und moderner Funktionalität sowie seine Einbindung in die Topografie der Landschaft sind Faktoren einer gelungenen, nicht dem Zeitgeist nachlaufenden Architektur. Damit wird die Wein-Architek-

tur zu einem lebendigen Zeichen von Lebens- und Arbeitsqualität einer jahrhundertealten Weinbaukultur. Dazu gehört aber auch das Selbstverständnis des Winzers, dass Wein nicht nur ein Getränk oder schlichtweg nur Alkohol ist, mit dem man seinen Lebensunterhalt verdient. Nein – Wein ist Kultur.

Hinter der Qualität der Weine muss die Qualität der Region stehen!

Nach den Daten der Gesellschaft für Konsumforschung wurden in Deutschland im Jahr 2006 31,1 % der Einkaufsmenge und 44,3 % des Einkaufswerts bei Wein über die Direktvermarktung abgesetzt [4]. In Franken mit seinen über 900 direkt vermarktenden Weinbaubetrieben liegt dieser Wert noch um einiges höher. So werden im Bereich der Weingüter ca. 70 % des Weins direkt vermarktet, bei den Erzeugergemeinschaften sind es immerhin noch 22 % der gesamten Weinmenge [5]. Dies unterstreicht den hohen Stellenwert der Direktvermarktung für den Fränkischen Weinbau. Diese Form der Vermarktung bringt es mit sich, dass die Kunden zum Weineinkauf in die Region reisen, in der Regel als Tagesreise oder in Form eines Kurzurlaubs von ein bis drei Tagen. Der Weineinkauf wird also bewusst als Ziel einer Reise gewählt (Bild 1). Das damit verbundene Wertschöpfungspotenzial im Bereich des Weintourismus hat sich in den letzten zehn Jahren von 528 Mio. € im Jahr 1993 auf 1 490 Mio. € im Jahr 2006 fast verdreifacht [7]. Setzt man dazu das Umsatzvolumen des Frankenweins von jährlich ca. 150 Mio. € bis 180 Mio. € in Relation, so wird deutlich, dass für jeden Euro, der für Wein ausgegeben wird, neun zusätzliche Euro im Tourismus generiert werden. Diese Wertschöpfung verbleibt in der Region, ermöglicht Arbeitsplätze und stabilisiert die Strukturen im ländlichen Raum, insbesondere bei Gastgewerbe, Handel und Dienstleistungen.

Wie die Qualität des Weins muss auch die Qualität des Tourismus und damit die Qualität der Region ständig weiterentwickelt werden. Längst befinden sich unsere Weinregionen in einem intensiven Wettbewerb um die Gunst des Gastes mit den anderen Weinregionen der Welt. Um den reise- und wohlstandserfahrenen Gast konkurriert man mit der Kapregion in Südafrika, Australien oder Neuseeland. Gerade diese Regionen verfügen mittlerweile über entsprechende Angebote oder sind gerade intensiv dabei, eine hochattraktive weintouristische Infrastruktur aufzubauen und zu vermarkten.

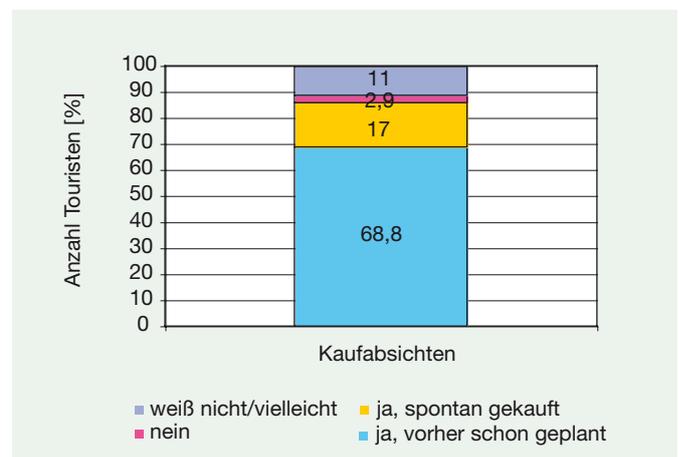


Bild 1: Weineinkauf ist Reiseziel. Kaufabsichten von Wein während des Aufenthalts im Fränkischen Weinland [6]

Das Fränkische Weintourismuskonzept „Franken-Wein.Schöner.Land“ ist eine mutige Antwort darauf. Die moderne Weinarchitektur hat darin einen hohen Stellenwert, da sie eine wichtige Leuchtturmfunktion für die Region darstellt. Sie fördert als wesentlicher Bestandteil der touristischen Infrastruktur das Image und die Qualität der Region.

Die Lebenswelt Wein, Kultur, Design und Architektur

Im Zusammenhang mit der dringend erforderlichen Markterschließung neuer Zielgruppen für die Direktvermarktung von Wein müssen wir uns bewusst werden, dass die Thematik Design und Architektur in den modernen Lebenswelten angekommen ist. Ein Blick in die Kataloge renommierter Küchenhersteller, der Glasherstellung oder aus dem Bereich der Wohn- und Küchenaccessoires genügt, um zu erkennen, dass modernes Design in Verbindung mit Wein mittlerweile bei vielen Verbrauchern einen hohen Stellenwert genießt. Vom coolen Design eines Klimaschranks über das puristische Weinrack (Weinregal), die außergewöhnliche Dekantierkaraffe bis hin zum edlen Weinthermometer oder Weinkühler: Moderne Weinkultur beschränkt sich bei diesen Konsumenten längst nicht mehr allein auf eine schickes Weinglas. Entsprechend sind Wohnhäuser, Wohnungen und Inneneinrichtung designgerecht gestaltet.

Gestützt wird diese Tatsache durch die gastronomische Entwicklung in den Metropolen und Städten. Dort sprießen schicke Weinbars, Weinbistros und Weinlounges wie Pilze aus dem Boden. Wollen wir diese Konsumenten für unsere Weine und unsere Regionen gewinnen, sind wir gezwungen, ihnen ein Weinambiente zu bieten, das genau ihren Ansprüchen und Erwartungen, also ihrer persönlichen Lebenswelt, entspricht. Eine 2006 von SINUS Heidelberg in Verbindung mit dem Fränkischen Weintourismuskonzept „Franken-Wein.Schöner.Land“ durchgeführte Studie zum Weintourismus [8] bestätigt, dass für die strategische Leitzielgruppe der so genannten „Kultivierten“ Kunst und Kultur, Design und Architektur wichtige Motivationsanreize für einen Besuch in der Weinregion sind. Es muss daher nicht verwundern, wenn die Wochenzeitung DIE ZEIT, die überproportional von den „Kultivierten“ gelesen wird, in ihrer Ausgabe Nr. 40/2005 einen Beitrag „Winzer im Baurausch“ zu architektonisch herausragenden Weingütern in Österreich, Spanien und Italien bringt – und dies sogar im Reisetitel. Somit gehört die Weinarchitektur für die wichtigen Zielgruppen zur so genannten „Lifestyle-Collection Wein“, bestehend aus Wein, Landschaft, Kultur und Service.

Komm und fühl den Wein – Weinarchitektur als gefühlter Mehrwert für den ländlichen Raum

Die Bedeutung der Weinarchitektur für den ländlichen Raum einer Weinregion und damit letztendlich für den wichtigen Wirtschaftszweig Weintourismus ist vielschichtig. Zunächst einmal sind Wein, Kultur und Architektur untrennbar miteinander verbunden. Schon immer wurde dem Wein durch die Architektur seine bauliche Gestalt verliehen. Dem Geist des Ortes, dem Genius Loci, wird eine emotionale Wahrnehmung ermöglicht. Mag es in der Vergangenheit ein historischer Holzfasskeller wie der berühmte Stückfasskeller des Staatlichen Hofkellers gewesen sein, wird dieser heute ergänzt um lichtdurchflutete Verkostungsräume und Vinotheken oder illuminierte Edelstahl-

und Barriquekeller. Hinzu kommen vielfältige Dienstleistungsbe-
reiche wie Eventküchen, Seminar- und Tagungsräume, Gästezimmer, Weinhotels, Schatzkammern, ja sogar eine Weinschule. Die Wahrnehmung des Weins mit seiner Architektur ermöglicht dem Konsumenten neue Erlebnisse und Erfahrungen und weckt gleichzeitig große Gefühle und Erinnerungen. Dies wiederum erhöht die Kundenbindung und Kundenzufriedenheit.

Darüber hinaus verspricht die Symbiose aus landschaftlicher Schönheit, Qualität der Weine und die Qualität der Architektur der Region dem Besucher eine zusätzliche Attraktivität. Regionale Authentizität schließlich wird zunehmend zu einer touristischen Attraktion. Die Weinarchitektur entwickelt diese Authentizität der Region ständig weiter. Letztendlich ist sie damit ein deutliches Zeichen für die Kompetenz einer Weinregion. Nichts macht die Dynamik und den Veränderungswillen einer Weinregion für den Konsumenten und Besucher deutlicher als ihre sichtbare Formensprache der Weinarchitektur. Und dies dürfte sich – bei aller Objektivität für die Weinqualität – bei Weinjournalisten und sonstigen Multiplikatoren bemerkbar machen.

Somit stellt die Weinarchitektur einen weiteren wichtigen gefühlten Mehrwert für den Konsumenten dar, der nicht am Regal, an der Tankstelle oder per Mausclick am Computer erhältlich ist. Andererseits werden nachhaltige Architekturlebnisse sicher die Nachkaufbereitschaft der Weine zu Hause über das Regal des Lebensmitteleinzelhandels oder des Fachhandels erhöhen.

Attraktive Weinarchitektur wird damit auch zu einer Sehenswürdigkeit, die zukünftig in keinem Reiseführer über die Region fehlen darf. Dies gilt im Besonderen für die regionalen und kommunalen Vinotheken. Weinarchitektur kommuniziert schließlich die Lebensqualität und Vitalität einer Weinregion und ihrer Menschen, kann damit auch eine wichtiger Soft Factor für den jeweiligen Wirtschaftsstandort sein. Das wiederum stabilisiert die Strukturen im ländlichen Raum und ermöglicht eine zukunfts-fähige strukturelle Weiterentwicklung.

Literatur

- [1] Dethier, Jean [Hrsg.]: Chateaux Bordeaux. Baukunst und Weinbau; anlässlich der Ausstellung „Chateaux Bordeaux“ des Centre de Creation Industrielle im Centre Georges Pompidou Paris. Bern/Stuttgart, Hallwag, 1989
- [2] Studie IWSR (International Wines and Spirits Record) im Auftrag der VINEXPO: Die weltweite Konjunktur des Wein- und Spirituosenmarktes und die Prognosen bis 2008, Bordeaux 2005
- [3] Beat Krippendorf, Schweiz, persönliche Mitteilung 2005
- [4] Tanja Göb, Der Weintourismus im Fränkischen Weinland unter besonderer Berücksichtigung des Marktsegments „Urlaub auf dem Winzerhof“. Fachhochschule Kempten 2005
- [5] Marktforschungsbericht Deutscher Weinbau, Deutscher Wein Markt, Deutsches Weininstitut, Mainz; Forschungsanstalt Geisenheim, Geisenheim
- [6] Erhebung der Bayer. Landesanstalt für Weinbau und Gartenbau, Veitshöchheim, für den Arbeitskreis Markt des Fränkischen Weinbauverbandes. Fränkischer Weinbauverband e.V. Würzburg 2007
- [7] Basis Fränkisches Weinland, Studie TV Franken 2007
- [8] Sinus-Studie zum Weintourismus in Franken, Heidelberg 2006

BetonMarketing Deutschland

BetonMarketing Deutschland GmbH
Steinhof 39
40699 Erkrath
bmd@betonmarketing.de

Kontakt und Beratung vor Ort

BetonMarketing Nord

BetonMarketing Nord GmbH
Anderter Straße 99D
30559 Hannover
Telefon 0511 554707-0
Telefax 0511 554707-15
hannover@betonmarketing.de

BetonMarketing Ost

BetonMarketing Ost
Gesellschaft für Bauberatung und Marktförderung mbH
Teltower Damm 155
14167 Berlin-Zehlendorf
Telefon 030 3087778-0
Telefax 030 3087778-8
mailbox@bmo-berlin.de

BetonMarketing Süd

BetonMarketing Süd GmbH
Gerhard-Koch-Straße 2+4
73760 Ostfildern
Telefon 0711 32732-200
Telefax 0711 32732-202
info@betonmarketing.de

Beethovenstr. 8
80336 München
Telefon 089 450984-0
Telefax 089 450984-45
info@betonmarketing.de

BetonMarketing West

BetonMarketing West
Gesellschaft für Bauberatung und Marktförderung mbH
Annastraße 3
59269 Beckum
Telefon 02521 8730-0
Telefax 02521 8730-29
info@bmwest.de