

für jedes Format

Architektur



Abb. 1: Windmühlheurige in Retz (Weinviertel): Eine starke Idee mit vielen hoch funktionalen Details.

Die kleinen und mittelständischen Winzer holen auf in Sachen Weinarchitektur.

Was mit spektakulären Bauten der Premium-Weingüter begann, wird zu einer Entwicklung, die die gesamte Weinwirtschaft ergreift. Markus Spitzbart von der Friedrich Spitzbart GesmbH in Kirchham, Österreich, stellt Konzepte und deren Umsetzung aus dem Weinbereich vor.

Vom Traditionalisten bis zum jungen Wilden, sie alle wissen um die Bedeutung von Weinarchitektur für Marketing und Verkauf. Weltweit schaffen derzeit Weinbauern mit guter, individueller Weinarchitektur Erfolgsmodelle im Kleinen.

Architektur im Dienst des Marketings

Die Verbindung von Architektur und Weinbau ist kein typisches Phänomen unserer Zeit. In Frankreich hat die Symbiose von prunkvollen Châteaux und prestigeträchtigen Weinen eine lange Tradition. Im deutschen Sprachraum hat man erst vor einigen Jahren begonnen, die Weinarchitektur für das Image und die Vermarktung zu nutzen. Ganz im Sinne der Konsumenten, die über das reine Käuferlebnis hinaus verführt werden wollen. Diesen Aspekt

nutzen Winzer, um ihr Kerngeschäft wirkungsvoll zu erweitern und mit konzeptkonformen Zusatzangeboten Rentabilität und Image zu stärken.

Architektur folgt Konzept

Die grandiosen Beispiele für Weinarchitektur aus aller Welt waren wichtige Vorreiter für das neue Bewusstsein für Qualität, die sich außer im Wein auch in der Architektur ausdrückt. Größe ist jedoch kein Maßstab für Qualität. Gerade bei kleineren Neu- oder Umbauten kann durch eine starke Idee etwas Außergewöhnliches geschaffen werden.

Doch geht es nicht nur um die Architektur allein. Eher geht es um die Frage, was mit der Architektur erreicht werden soll. Jeder Bau ist im Gesamtzusammenhang zu sehen: In Bezug

auf die Zielgruppen „Wer sind unsere Kunden/ Gäste?“, die eigene Positionierung „Wer sind wir? Wie sehen wir uns?“, den langfristigen Geschäftserfolg „Was macht Sinn?“ und das Budget „Was ist machbar?“. Wird all dies im Vorfeld bedacht und in ein Konzept verdichtet, stehen die Chancen sehr gut, etwas zu schaffen, das ansprechend, funktional und auch noch authentisch ist. Das auf realistischen Zielvorgaben und einem sinnvollen Kosten-Nutzen-Verhältnis beruht.

Verkostungsraum mit Charakter

Für das Weingut Robert Kohl im österreichischen Weinviertel wurde ein Nebengebäude zum Verkaufs- und Verkostungsraum inklusive Bürobereich umgebaut. Die Garagentore wichen teilweise verschiebbaren Glasfronten,

die den Blick auf den 78 m² großen Innenraum freigeben. Den Rahmen bildet das Sichtmauerwerk der Gewölbedecke und Wände. Wenige, dafür großformatige und ausdrucksstarke Einrichtungsgegenstände gliedern den Raum. Den Eingangsbereich dominieren das im Boden verlegte Lichtelement und der monolithische Tresen mit seinen vielfältigen Funktionen. Seine wuchtige Präsenz wird unterstrichen durch die schwerelos scheinende Weinpräsentationswand aus formgebogenen, flexibel umsteckbaren Acrylglaselernen. Gastlichkeit strahlt der Degustationsbereich mit dem massiven Tisch für 20 Personen aus. Dahinter befindet sich das großformative Weinmotiv mit den Stuckelementen von der früheren Hausfront (Abb. 2).

Fotos: Spitzbart



Abb. 2: Weingut Kohl: Moderne und Tradition ergänzen sich zu einem harmonischen Gesamteindruck mit hoher Identität.

Die gestalterische Lösung macht das Konzept und zugleich die hier lebenden Menschen sichtbar und erlebbar. So wie die ursprüngliche Gebäudestruktur durch die modernen Elemente an Kraft und Wirkung dazu gewonnen hat, so ergänzen und befruchten sich die verschiedenen Generationen der Winzerfamilie. Bodenständigkeit und Reife auf der einen Seite, Dynamik und der Mut zu Neuem auf der anderen Seite prägen die Philosophie der Winzerfamilie Kohl und spiegeln sich in dem entstandenen Raum wider. Auf diese Art und Weise entsteht eine neue Qualität, mit der sich alle Generationen identifizieren können.

Folgende Kosten sind dabei für den neuen Verkaufs- und Verkostungsraum vom Weingut Kohl entstanden:

- ▶ Planung / Gebühren: 4 600 €
- ▶ Möblierung und Einrichtung: 45 000 €
- ▶ Beleuchtung: 5 000 €
- ▶ Schank- und Kühltechnik: 4 500 €
- ▶ Gesamtkosten: 59 100 €

Transparente Optik

Beim Weingut Schabl im jungen Weinbaugebiet Wagram, wick die Garage im Innenhof

dem Verkaufs- und Verkostungsraum (Abb. 3). Durch seine verglasten Fronten ist er für die Kunden eindeutig erkennbar und fügt sich harmonisch in die bestehenden Strukturen und Formen ein. Auf einer Fläche von nur 55 m² wurde ein Verkaufsraum mit hochwertigen Materialien geschaffen, der durch eine 4,40 m hohe Weinpräsentationswand vom Backoffice Bereich und dem Durchgang zu den Waschräumen getrennt ist. Um trotz des relativ kleinen Grundrisses einen Raum entstehen zu lassen, der auf den Betrachter großzügig wirkt, wurde auf klare Linien und Transparenz gesetzt.

Auf einer überzeugenden Idee basiert die Neugestaltung des Windmühlheurigen in Retz. Nach dem Prinzip des früher gebräuchlichen doppelflügeligen Kastenfensters wurde das Lokal um eine Glasfassadenkonstruktion mit Schiebeelementen von 3,90 m Höhe erweitert. Die historische Außenwand wurde als Gliederungselement in das Lokalinnere zurückversetzt. Hier dominieren klare Formen

und traditionelle Materialien wie Holz und Sandstein (Abb. 1).

Ganzheitliche Lösungen

Bereits diese Beispiele zeigen, dass die Möglichkeiten grenzenlos sind, das Thema Wein umzusetzen, sowohl vom Konzept als auch von der Architektur her. Je individueller und authentischer diese Botschaft ausfällt, desto mehr fällt sie auf, prägt sich ein und wird als „echt“ empfunden. Um dieses Resultat zu erreichen, müssen einige Voraussetzungen erfüllt sein: ein klares Ziel, ein schlüssiges Konzept, ein Architekt, der etwas von Wein und Kundenansprache versteht und Gespür für den Winzer und die Region mitbringt.

Häufig ist die Wirklichkeit jedoch eine andere. Am Anfang steht eine Idee. Das Projekt selbst ist jedoch noch nicht konsequent durch alle Stufen und bis ins Detail ausgearbeitet. Erst wenn die grundlegende Idee unter Berücksichtigung aller Aspekte durchdacht und in ein Konzept verdichtet ist, ist die Zeit für die intensive Auseinandersetzung mit Architektur und Design gekommen.

Bei der Ausarbeitung von Konzepten können Generalunternehmer und Architekt wertvolle Unterstützung und wichtige Beratungsleistungen geben. Aufgrund ihrer Erfahrung können sie auf Synergien zum Beispiel zwischen Degustation, Küche und Verkauf hinweisen, die ohne größeren Mehraufwand realisiert werden können. Zugleich können Fehlentscheidungen bis hin zu späteren „Rückbauten“ so im Vorfeld vermieden werden. Plant man in dieser stringenten Form, wird man feststellen, dass sich alle gestalterischen Fragen auf einmal viel einfacher und zugleich praxisorientierter beantworten lassen. Durch das Konzept gelangt man zu einem ganzheitlichen Ansatz als Ausgangspunkt für Architektur und Design und zu realistischen Kalkulationen mit Hand und Fuß. ■



Abb. 3: Weingut Schabl: Durch die Linienstrukturen der verglasten Giebelfront bekommt der Verkaufsraum mit 55 m² Grundfläche den Eindruck von Größe.