

Heinz-Gert Woschek Denis Duhme Katrin Friederichs

W E I N

+



**Architektonische
Konzepte
zum Präsentieren,
Probieren
und Genießen**

R A U M

Edition **DETAIL**

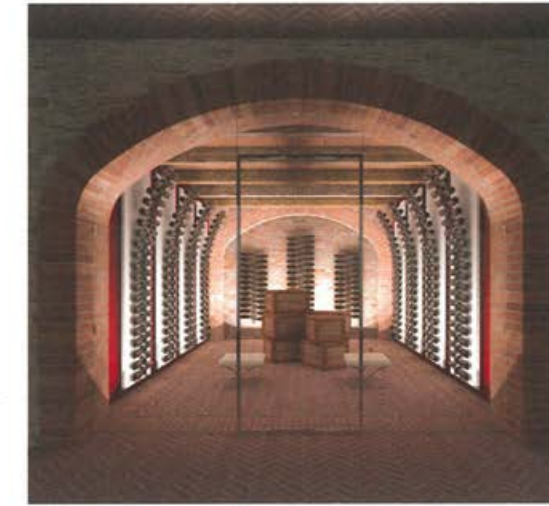


Links: Fachgeschäft »Wein & Wahrheit« der Weinkellerei Hoechst in Sulzbach/Frankfurt (D). Der Laden mit ca. 85 m² Verkaufsfläche wurde von der Ippolito Fleitz Group konzipiert und 2011 eröffnet. In Anlehnung an eine Bibliothek mit ihren Büchern ist der Raum an allen Seiten in voller Höhe mit Weinen gefüllt; durch eine am Rand verlaufende Spiegeldecke multipliziert sich dieser zusätzlich in die Höhe. Pro Fach wird jeweils die erste Flasche stehend, die übrigen werden dahinter liegend präsentiert. Die kubischen Verkostungs-, Pack- und Kassentische bestehen aus hellem Eichenholz.
Rechte Seite:
Links: Material, Aufteilung und Anordnung von Weinregalen wurden in den letzten Jahren durch zahlreiche Varianten bereichert, sodass für die Gestaltung von Vinotheken und

licher Wohnkultur stilprägend, wird heute oft klares und schlichtes Design bevorzugt, was sich z. B. an den Lounge-Möbeln zeigt – der Bequemlichkeit und Zwanglosigkeit ebenso dienend wie dem Zeitgeschmack entsprechend. Ob »klassisch«, »modern« oder »rustikal« – vor allem sollten die Sitzgelegenheiten weniger avantgardistischen als ergonomischen Ansprüchen gerecht werden, denn Weingenuss ist ein sinnliches Vergnügen, das nicht zuletzt auch physische Entspannung einschließt. Der gestalterische Reiz eines Weinlokals oder einer Weinbar ergibt sich aus der anspruchsvollen Kombination der unterschiedlichsten Einrichtungselemente wie Buffet, Tische und Sitzmöbel, Barhocker und Hochtische, eventuell auch einem zentral platzierten Präsentations- und Degustationstisch, der einen weiteren Blickfang im Repertoire der Möblierung bildet.

Einen nicht zu unterschätzenden Einfluss auf den Gesamteindruck, welchen das Weinrestaurant auf den Gast ausübt, haben wie bereits erwähnt die jeweils eingesetzten Materialien für Decke, Böden und Wandgestaltung sowie die Farbgebung und Lichtführung. Hierzu bedarf es besonders feinfühler Kompromisse zwischen einer effektvollen Inszenierung der meist »gedämpften« Raumbeleuchtung sowie der Notwendigkeit eines optisch unbeeinflussten Erkennens des Produkts: Denn gerade beim visuellen Erlebnis des Weingenießens spielen Farbe und Klarheit des Weins im Glas eine Rolle. Soll ein Speisenangebot in die Leistungen des Betriebs integriert werden, sind damit je nach

Weinshops sich immer wieder neue Möglichkeiten anbieten, wie z. B. eine horizontale Flaschen-Präsentation oder in Anpassung an die bauliche Struktur.
Rechts: Vinothek Par Terre in Landau (D). Eine der aufwendigsten und innovativsten Vinotheken in deutschen Weinländern eröffnete im Sommer 2014 an der südlichen Weinstraße. Der Berliner Modedesigner Michael Michalsky entwarf zusammen mit Daniel Ringwald vom Büro raumKonzepter in einem ehemaligen Kasernengebäude das Ausstellungs- und Veranstaltungszentrum mit Vortragsaal und Restaurant. Helles Eichenholzparkett mit 50 Ornamenten aus Weinfassböden und eine Wand, deren Stein aus den besten Weinbergslagen stammt, gehören zu den Gestaltungselementen der hellen, lichtdurchfluteten Vinothek, die ca. 300 Weine anbietet.



Umfang und Qualitätsanspruch nicht selten beträchtliche zusätzliche Aufwendungen räumlicher, technischer und logistischer Art verbunden. Die Gestaltung der Gasträume bedarf in diesem Zusammenhang oft bestimmter Veränderungen. Außerdem können eine Erweiterung und Umgestaltung der Küche und anderer Betriebsräume vonnöten sein. Je größer das diesbezügliche unternehmerische Engagement ist, desto mehr Relevanz besitzt die »Wertigkeit« aus der Sicht des Gasts, aber nicht zuletzt auch die wirtschaftlichen Erfolgsaussichten des Gastronomen.

Weinfachhandel

Ähnliche Entwurfs- und Realisierungsprozesse wie für die Weingastronomie empfehlen sich auch für den Weinfachhandel, der im gleichen Maße wie das Gastgewerbe erheblichen Strukturveränderungen unterliegt. Gegenüber einer preisaggressiven Konkurrenz, die über große Selbstbedienungsflächen verfügt, ergibt sich die Wettbewerbsfähigkeit der Weinfachhändler durch eine anspruchsvolle Sortimentgestaltung, eine persönliche und kompetente Kundenberatung sowie ein auf Individualität bedachtes Geschäftsdesign. Mehr Bedeutung als für den Weindiscounter hat beim Weineinzelhandel die Fassadengestaltung des Geschäftslokals; neben der Fernwirkung spielt hier auch die Schaufenstergestaltung (produktbedingt mit kleinteiligen Elementen) eine bedeutende Rolle. Dabei sollen durch eine ansprechende Außenfas-

sade und den Eingang Werbewirkung erreicht und vor allem die Hemmschwelle zum Betreten des Geschäfts reduziert werden. Gleichwohl sind durch baulich oftmals nicht veränderbare Vorgaben den Gestaltungswünschen in manchen Fällen enge Grenzen gesetzt. Wie für die Einrichtung einer Vinothek beruht auch die Planung für ein Weinfachgeschäft auf verkaufsstrategischen und architektonischen Gesichtspunkten. In Abstimmung mit der zur Verfügung stehenden Raumgröße des Ladenlokals müssen die Funktionszonen (Kundenbereiche, Lager, Personalräume) sowie die Gliederung und Belegung der Ladeneinrichtung mit Verkaufsmöbeln und Verkostungsmöglichkeiten festgelegt. Da Wein aufgrund seiner vielfältigen Herkünfte und Erzeugungsmethoden ein heterogenes Produkt ist, vor dessen Verkauf somit ein hoher Beratungsaufwand anfällt, bedarf es bei der detaillierten Sortimentsverteilung auf die einzelnen Warenpräsentationen beträchtlicher Sorgfalt. Die Verkaufspräsentation von Wein erfolgt vielfach mittels hellem, farbig eher dezentem Design – häufig unter Einbeziehung von Holz in qualitativ hochwertiger Ausstattung. Farbig angelegte Kontraste mit dunklen Regalen vor hellem Hintergrund oder in umgekehrter Farbanordnung tragen zum abwechslungsreichen »Fluidum« des Ladens bei. Eine atmosphärisch ansprechende Wirkung wird durch die Beleuchtung erreicht, die sowohl farb- als auch wärmeutral sein sollte. Intendierte optische Effekte in einzelnen Bereichen können die Präsen-

tation dabei unterstützen. Da Spontankäufe im Weinfachgeschäft relativ selten sind, erleichtern neben der individuellen Beratung auch Verkostungsmöglichkeiten ausgewählter Weine während des Einkaufs die Kaufentscheidung. Hierfür sollte ein entsprechender Servicebereich – mit Kühlmöglichkeit für Weiß- und Roséweine – vorhanden sein. Zur Kernausrüstung des Verkaufsbereichs zählen neben der Theke spezielle Wandregale für stehende oder leicht geneigte Flaschenpräsentation, in denen auch weitere Flaschen jeweils derselben Artikelgruppe waagrecht untergebracht werden können. Da Flaschen mit sofort erkennbaren Etiketten hohe Werbewirkung besitzen, wird die aufrechte Präsentationsform bevorzugt. Je nach Platzangebot ergänzen unterschiedliche Einrichtungsbestandteile wie Tische, Mittelraumständer (Gondeln) und Vitrinen die Grundausstattung. Dazu gehören auch Bereiche für Sonderplatzierungen – meist auf Barriquefässern oder in Bordeaux-Holzkisten – oder aber Raritätenangebote und spezielle Zusatzartikel wie Gläser, Weinkelleraccessoires und Weinliteratur, die das Einkaufserlebnis bereichern und individualisieren können. Zur weiteren Profilierung des Weinfachgeschäfts sind Veranstaltungen der Kundenbindung zuträglich, wie Hausmessen, kommentierte Weinproben oder Weinseminare. Bei der Aufteilung der gesamten zur Verfügung stehenden Fläche sollten daher für derartige Events im gleichen Maße entsprechende Möglichkeiten eingeräumt werden wie dem Logistikbereich (Anlieferung und Auslieferung an den Kunden).



Wein und Wahrheit in Sulzbach (D)

Architekten: Ippolito Fleitz Group GmbH, identity architects
 Augustenstraße 87, D-70197 Stuttgart, www.ifgroup.org
 Fertigstellung: 2011
 Kontakt: Wein und Wahrheit, Weinkellerei Höchst GmbH,
 Main-Taunus-Zentrum, D-65843 Sulzbach/Taunus,
 www.weinkellerei-hoechst.de

Ähnlich wie eine Bibliothek mit Büchern ist der Laden an allen Seiten raumhoch mit Wein gefüllt. Durch die von der Decke hängenden Glaskörper bricht sich das Licht wie in einem Glas bei Kerzenschein. Eine am Rand verlaufende Spiegelfecke multipliziert optisch zusätzlich die Höhe des Raumes. Für die zweite Dependance der etablierten Weinkellerei Höchst im neuen Erweiterungsbau des Main-Taunus-Zentrums standen 85 m² Fläche zur Verfügung. Aufgabe war es, auf diesem kompakten Raum ein Sortiment aus mehr als 600 verschiedenen Weinen, Sekten und Spirituosen sowie Feinkost und Geschenkartikel zu präsentieren. Die Fassade wurde zur Optimierung der Fläche nach innen gezogen, gleichzeitig entfaltet der trichterförmig zulaufende Bereich eine Sogwirkung und lädt zum Betreten des Geschäftes ein. Die den Laden dominierenden Materialien sind Glas und Eichenholz, die beide auf die Welt des Weins Bezug nehmen. Sie bilden ein sinnliches Ambiente, das Genussmenschen, die bei ihrer Kaufentscheidung besonderen Wert auf Qualität legen, direkt anspricht.

Georg Hack – Haus der Guten Weine in Meersburg (D)

Architekten: Bühler und Bühler, Lindwurmstraße 88,
 D-80337 München, www.buehler-buehler.de
 Fertigstellung: 2007
 Kontakt: Georg Hack – Haus der Guten Weine GmbH &
 Co.KG, Schützenstraße 1, D-88709 Meersburg,
 www.georg-hack.com



Als Georg Hack 1951 sein Ladengeschäft in der Meersburger Altstadt eröffnete, umfasste sein Programm gerade einmal ein paar Hundert Sorten. Im Lauf der Jahrzehnte wurde das Angebot kontinuierlich durch Neuzugänge erweitert. Schließlich machte auch die zunehmend größere Kundenfrequenz seit den 1980er-Jahren eine räumliche Neuorientierung dringend erforderlich. Über einem Gewölbekeller entstand ein großzügig ausgelegter Neubau: Seit 2007 wird das exquisite Weinangebot in einer ganz in Weiß gehaltenen modernen Weingalerie auf zwei Ebenen präsentiert, die durch einen repräsentativen Treppenaufgang verbunden sind. Die in 400 Nischen offerierten Weine – rund 1000 sind es an der Zahl – flankieren übersichtlich und einladend den weitläufigen, minimalistisch gestalteten Innenraum, der auch für die unterschiedlichsten Veranstaltungen genutzt wird.

Bella Italia Weine in Stuttgart (D)

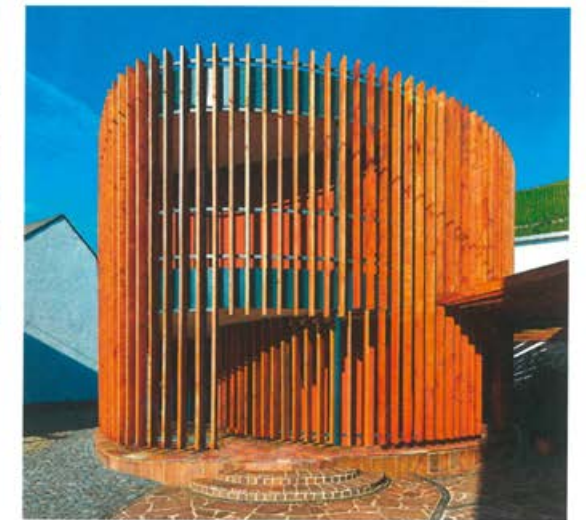
Architekten: Ippolito Fleitz Group GmbH, identity architects,
 Augustenstraße 87, D-70197 Stuttgart, www.ifgroup.org
 Fertigstellung: 2007
 Kontakt: Bella Italia Weine, Vogelsangstraße 18,
 D-70176 Stuttgart, www.bella-italia-weine.de



Wie der Name kaum vermuten lässt, ist »Bella Italia« der perfekte Gegenentwurf zum romantischen bis kitschigen Restaurantklischee. Das in einem Gründerzeithaus untergebrachte Lokal unterscheidet sich von Standardlösungen im Gastrodesign durch die ideenreiche Ausstattung und ebenso geschmackvolle Farbgestaltung. Man wollte einen Ort mit unterschiedlichen Bereichen schaffen, der den Charakter der Besitzerin Maria Patané – eine Sammlerin und Geschichten-erzählerin – widerspiegelt. Die Decken und Wände sind einheitlich in einem dunklen Olivgrün gehalten, eine Holzvertäfelungen in gebrochenem Weiß umfasst den gesamten Raum. Links neben dem Eingang richtet sich das Hauptaugenmerk auf die Decke mit den gut 90 verschiedenen Spiegeln, die immer wieder neue Perspektiven eröffnen und das Licht der Deckenleuchten reflektieren. Violettfarbene Bestuhlung und weiß eingedeckte Tische heben sich markant vom hellen Parkettboden ab. Die gleiche Bestuhlung findet sich auch im rechten Teil des Restaurants wieder. Hier aber ist es ein langer, ovaler Tisch – in Erinnerung an die »Gute Stube« –, der das Bild prägt, gemeinsam mit den unterschiedlichsten alten und neuen Leuchten.

Weingut F. J. Regnery in Klüsserath (D)

Architekten: marcohoffmann.architektur, Mozartstraße 34,
 D-54516 Wittlich, www.mhar.de
 Fertigstellung: 2013
 Anbauebiet: Mosel
 Kontakt: Weingut F. J. Regnery, Mittelstraße 39,
 D-54340 Klüsserath, www.regnery.kreakom.de



Im brav-beschaulich wirkenden Ortsbild von Klüsserath ist die neue Regnery-Vinothek ein echter Hingucker, der manche Assoziation und auch Irritation hervorruft – handelt es sich doch um einen Solitär, der auf den ersten Blick nicht zum benachbarten, typisch moselländischen Gutsgebäude aus dem 19. Jahrhundert zu passen scheint. Die Gegensätze werden durch das rötlich-braune Eichenholz, das in vertikaler Reihung den neuen ovalen Baukörper im grau gepflasterten Innenhof umgibt, besonders augenfällig. Auch das mit viel Holz bestückte Interieur weist keinerlei Ecken auf – der Winzer hatte ausdrücklich »nichts Eckiges« für seinen Neubau gewünscht –, dafür herrliche Ausblicke auf die Renommierlage Klüsserather Bruderschaft, deren Weine in diesem architektonisch ausgefallenen und optisch auffallenden Umfeld zur Verkostung bereitstehen.