

Thema: Spitzenarchitektur im Weinbau – nur eine Marketinginstrument?

Zusammenfassung Diploma-Arbeit

1. Motivation der Arbeit

Die Weinbranche im Speziellen, hat im Vergleich zu anderen gewerbetreibenden Branchen, eine grosse Affinität und Freude an guter Architektur. Seit den letzten zwanzig Jahren ist diesbezüglich ein deutlicher Trend feststellbar, welcher von den Konsumenten, der Architektur- und Baubranche, der Tourismusbranche u.v.a. wahrgenommen wird. Dieses Phänomen ist einzigartig, da es bei Bauvorhaben auch immer um grosse Investitionen und betriebswirtschaftliche Risiken geht.

Die Motivation dieser Arbeit liegt daher nahe, dass wenn man selbst in der Architektur- und Baubranche tätig ist und eine Ausbildung zum Weinakademiker absolviert, mit grossem Interesse über Architektur im Weinbau eine Arbeit schreiben möchte. Potentiellen Bauherren möchte ich aufzeigen, welche Prozesse und Risiken es zu bewirtschaften gilt, um einen reibungslosen Planungsprozess zu durchlaufen. Vielleicht ein kleiner Beitrag dazu, noch viele schöne Bauten in der Weinbranche entstehen zu lassen, ohne dass Projekte in einem Fiasko enden.

2. Fragestellung und Zielsetzung

Mit dem Schreiben dieser Arbeit haben sich eine Vielzahl von Fragen gestellt, welche es zu beantworten gibt. Zum einen ist es interessant zu wissen, ob es für die Unternehmer von Bedeutung ist, sich vor einem Bauvorhaben über die Strategie, die Tragbarkeit und die Risiken Gedanken zu machen. Weiter stellt sich die Frage, wie wichtig in einem Planungsprozess die Wahl des Architekten oder Beraters ist. Ist zeitgemässe Spitzenarchitektur ein Teil der Marketingstrategie und hat gute Architektur einen kausalen Zusammenhang mit Weinbau? Spannend ist es auch herauszufinden, inwiefern die Investition in gute Architektur einen positiv nachhaltigen Effekt auf das Betriebsergebnis der besuchten Weingüter hat. Ein wichtiges Ziel dieser Arbeit ist es, die verschiedenen Prozesse vor und während der Bauplanungsphase zu beschreiben, um Weinbaubetrieben, welche sich mit einem Bauvorhaben auseinandersetzen, einen Leitfaden zu geben. Die Beschreibung, welche im Theorieteil abgehandelt wird, ist in einer allg. gebräuchlichen Checkliste zusammengefasst.

3. Methodik

Zu Beginn wurde überprüft, welche und wieviel Literatur zum Thema Weinbau und Architektur zur Verfügung steht. Nach der Beschaffung der Literatur wurde diese studiert, wichtige Stellen herausgefiltert und direkt in das Literaturverzeichnis aufgenommen. Einige der konsultierten Bücher waren v.a. für die Auswahl der zu besuchenden Weingüter von Notwendigkeit und werden in der Arbeit nicht zitiert. Die gewählten Weingüter wurden für einen Besuch mit Interview angeschrieben. Dies gestaltete sich etwas kompliziert, da für die Besuche nur eine Woche zur Verfügung stand und die Reisewege entsprechend lang waren. Acht von zwölf angefragten Interviews konnten vor Ort im Burgenland, der Südsteiermark und dem Südtirol geführt werden. Die Besuche waren sehr aufschlussreich und haben die notwendige Datenmenge geliefert, um relevante Aussagen beschreiben zu können.

4. Inhalt

In einer kurzen Einleitung werden die Ausgangslage, die zu untersuchenden Hypothesen und die Zielsetzung beschrieben. Der Theorie- und Hauptteil der Arbeit beschreibt zuerst ein historischer Rückblick am Beispiel des Bordeaux in Weinarchitektur. Überleitend wird näher auf die Trends in der Weinarchitektur und dessen Nebenerscheinungen eingegangen. Vor allem im Zusammenhang mit Weintourismus und dem anspruchsvollen Konsumentenverhalten spielt Weinarchitektur eine zentrale Rolle. Bauherren sollen sich auch mit Architekturstilen auseinandersetzen, um den persönlichen Stil und den Stil der Region oder Tradition zu finden und auch um die eigene Authentizität sicher zu stellen. In einem weiteren Kapitel ist die Beschreibung der Marketingstrategie, der Marketinginstrumente, das Handling der Risiken und der Planungs- und Entscheidungsprozesse detailliert beschrieben. Dies sind theoretische Elemente, welche für einen sicheren und professionellen Planungsablauf bei einem Bauvorhaben von grosser Bedeutung sind.

Im Kapitel der Methodologie wird das gewählte Forschungsdesign beschrieben. Im vorliegenden Fall wird überprüft, ob die Literaturanalyse für den geforderten Umfang ausreichend ist und die Erhebung der Primärdaten (Interview) aussagekräftig sind, um eine schlüssige Konklusion daraus abzuleiten.

Im Teil der Ergebnisse werden die Interviews ausgewertet, Hypothesen und Erkenntnisse daraus geschlossen. Es ist eine Checkliste für potentielle Bauherren entwickelt worden, anhand welcher die wichtigsten Steuerungs- und Planungselemente überprüft werden können. Ein Ziel der Arbeit ist es, dass Bauherren das eigene Tun kritisch hinterfragen, sich den Risiken bewusst sind und wissen, wie diese zu steuern und managen sind.

In den Konklusionen werden die Fragen beantwortet, die von Interesse sind. Die Antworten werden zum Teil auch kritisch hinterfragt. Das persönliche Fazit mit der Würdigung bildet den Abschluss der Arbeit.

5. Fazit

Die Investition in gute Architektur lohnt sich in vieler Hinsicht und ist ein unverzichtbares Kommunikationsmittel für qualitätsbewusste Weinbauunternehmungen. Ich habe über dreissig Jahre Planungs- und Bauerfahrung und nehme mit grosser Freude zur Kenntnis, dass die Weinbaubranche im Speziellen viel Geld, Herzblut und Emotionen in nachhaltige und schöne Architektur investiert. Die besuchten Weingüter sind glücklicherweise erfolgreich mit ihren Gebäuden, denn es ist im Bausektor keineswegs selbstverständlich, dass dem auch so ist.

Heute sind es nicht mehr «einfache» Bauern, die ein Zweckgebäude errichten, um ihre Produktion und Existenz zu sichern. Die Menschen, die in den Unternehmungen und Familienbetrieben arbeiten, sind bestens ausgebildete Fachleute, die sich mit komplexen Themen wie Soziologie, Marketing, Umwelt, Weinbau, Weinproduktion, Architektur und Kultur auseinandersetzen. Sie kommen oft zu Lösungen, welche überregional oder auch international auf grosses Interesse stossen.

Ein Gebäude zu erstellen, bringt auch immer grössere Risiken mit sich, welche die Unternehmer zu bewältigen haben. Wenn das Projekt gelingt und sich der unternehmerische Erfolg einstellt, sei diesen das gegönnt. Neider und nicht objektive Kritiker, welche sich nicht fundiert mit dem Werdegang einer Weinbauunternehmung befassen, sind meiner Meinung nach völlig überflüssig, schaden der positiven dynamischen Entwicklung und dadurch der gesamten Weinbranche.