



Fachbereich VI- Raum- und Umweltwissenschaften

Angewandte Geographie

Studienrichtung I: Humangeographie

Abschlussmodul: Methodologie und Ergebnisse der Bachelorarbeit; WS 2021/22

**Bachelorarbeit**

zur Erlangung des akademischen Grades eines Bachelor of Science (B. Sc.)

**Weinarchitektur im Weintourismus an der Mosel  
Die Bedeutung von Weinarchitektur für Weingüter anhand des  
Projekts „Via mosel“**

**- Executive Summary -**

Melissa Jakoby

Am Markt 14

54470 Lieser

E-Mail: s6mejako@uni-trier.de

Matrikelnr.: 1415580

Fachsemester 7

1. Gutachter: Univ.-Prof. Dr. Kagermeier, Andreas

2. Gutachterin: JProf. Dr. Affolderbach, Julia

## Themenfeld und Ziel der Arbeit

Die Weinbranche und die Winzer sehen sich mit immer mehr Herausforderungen wie dem gesteigerten Qualitätsanspruch der Touristen, der Konkurrenz durch den Lebensmitteleinzelhandel, die Globalisierung des Weinhandels, etc. konfrontiert. Für Winzer, besonders direktvermarktende, ist es daher immer schwieriger und zeitgleich jedoch umso notwendiger sich von der Konkurrenz zu differenzieren, um im Wettbewerb langfristig erfolgreich zu sein. Dahingehend existieren mehrere Möglichkeiten. Als eine wird in der Literatur die Weinarchitektur, also der architektonisch herausragende, spektakuläre Um-, An- oder Neubau von weingutsbezogenen Gebäuden angeführt. Hierbei stellt sich die Frage, ob Weinarchitektur tatsächlich zu einer Wettbewerbsdifferenzierung führen kann und welche vielseitigen Bedeutungen sie für weinarchitektonische Weingüter besitzt.

Ziel dieser Bachelorarbeit war es dieser Frage nachzugehen und das Gefüge zwischen der Weinarchitektur und entsprechenden Weingütern zu analysieren. Im Fokus standen Aspekte wie Baugründe- und Ziele, Potenziale, Effekte, Verwendungen, etc. Den Rahmen bildete das weinarchitektonische Projekt „Via mosel“ und die dort beteiligten Weingüter. Somit sollte gleichzeitig auch eine Bewertung des Projekts und des weinarchitektonischen Entwicklungsstands im Weinanbaugebiet Mosel erreicht werden.

## Kennzahlen

---

Titel	Weinarchitektur im Weintourismus an der Mosel  Die Bedeutung von Weinarchitektur für Weingüter anhand des Projekts „Via mosel“
Forschungsfrage	Welche Bedeutung besitzt die Weinarchitektur für die Weingüter im Weintourismus an der Mosel bezogen auf das Projekt „Via mosel“?
Kapitel	9
Anzahl Seiten	223 (144 Textseiten)
Anzahl Abbildungen	52
Anzahl Tabellen	5
Methoden	Literatur- und Webseitenanalyse, leitfadengestützte Experteninterviews

---

## Aufbau der Arbeit

Die Bachelorarbeit unterteilt sich in drei übergeordnete Abschnitte. Der einleitende Konzeptteil (Kapitel 1) stellt zunächst Rahmenbedingungen, die Vorgehensweise der qualitativen Untersuchung und die Forschungsfragen vor. Dann folgt der theoretische Abschnitt der Bachelorarbeit. Für ein besseres Verständnis werden zunächst die Begriffe Tourismusarchitektur, Architektur-tourismus, der Bilbao-Effekt, Corporate Architecture und Weintourismus kompakt gefasst und definiert (Kapitel 2). Darauf aufbauend folgen Ausführungen zu Architektur im Tourismus (Kapitel 3). Diese erläutern die grundlegenden Voraussetzungen guter Architektur, die Wechselbeziehungen und Problematiken zwischen den beiden Dimensionen sowie die konkreten Effekte der Architektur für Destinationen, Touristen und Unternehmen. Danach wird eine Konkretisierung vorgenommen und die Architektur im Weintourismus sowie die Architektur von Weingütern vermittelt (Kapitel 4). Dabei wird ebenfalls auf grundlegende Erfolgsfaktoren, Wechselbeziehungen und Effekte auf Destinationen und Weingüter eingegangen. Zusätzlich werden die Wettbewerbe „Architekturpreis Wein“ und „Ausgezeichnete Vinotheken“ als Good Practice Beispiele angeführt. Anschließend folgt eine Betrachtung des Projekts „Via mosel“ und der speziell für die Forschung ausgewählten Weingüter (Kapitel 5), bevor der Analyseteil folgt. Dieser beinhaltet unter anderem die Ergebnisvorstellung und -analyse (Kapitel 6), die in zu den Forschungsfragen passende Abschnitte gegliedert ist. Danach wird die gesamte Forschung, insbesondere die verwendeten Methoden und die generierten Ergebnisse kritisch evaluiert (Kapitel 7) und auf dieser Basis nachfolgend die Aussprache von Handlungsempfehlungen (Kapitel 8) vorgenommen. Schlussendlich folgt das Fazit (Kapitel 9).

## Forschungsfragen

Dieser Bachelorarbeit lag eine übergeordnete Forschungsfrage zugrunde:

*Welche Bedeutung besitzt die Weinarchitektur für die Weingüter im Weintourismus an der Mosel bezogen auf das Projekt „Via mosel“?*

Zur detaillierten Beantwortung dieser Forschungsfrage wurden mehrere Teilfragen hinzugezogen:

- 1) Weshalb haben sich die Weingüter für Weinarchitektur entschieden und welche Ziele verfolgen sie damit?
- 2) Wie nutzen die Weingüter die Weinarchitektur? Binden sie diese in ihr Marketing und Corporate Design/Corporate Architecture ein?
- 3) Wie wirkt die Weinarchitektur auf Kunden? Hat sich die Kundenstruktur verändert? Hat sich das Besucheraufkommen erhöht?

- 4) Welche Resonanz von Medien und Bevölkerung haben die Weingüter durch ihre Weinarchitektur erfahren?
- 5) Welche ökonomischen Effekte hat die Weinarchitektur für die Betriebe? Konnten sie Abläufe optimieren und Kosten reduzieren? Haben sie gesteigerten Direktvertrieb?
- 6) Wie ist der aktuelle Stand der Weinarchitektur in Deutschland bzw. an der Mosel? Welche Verbesserungspotenziale und Hemmnisse bestehen?
- 7) Wie ist der Stand des Projekts „Via mosel“? Hat es zur weiteren Etablierung der Weinarchitektur beigetragen? Welchen Nutzen hat das Projekt für die Weingüter? Welche Verbesserungspotenziale und Hemmnisse bestehen?

## Methodik

Zur Beantwortung der Forschungs- sowie Teilfragen wurde zum einen die Methode der Literatur- und Webseitenanalyse und zum anderen die der leitfadengestützten Experteninterviews angewandt. Erstere Methode diente besonders dem Aufbau des theoretischen Abschnitts, hat jedoch unter Einbeziehung mehrerer Datenquellen wie Zeitschriftenartikeln, Bildern, etc. ebenfalls im Analyseteil zur Generierung umfassender Ergebnisse in Bezug auf die Teilfragen 2) und 4) beigetragen. Für die Methode der leitfadengestützten Experteninterviews wurden drei an dem Projekt „Via mosel“ beteiligte weinarchitektonische Weingüter ausgewählt und deren Inhaber interviewt. So konnten die bereits zu den Forschungsfragen 2) und 4) gewonnenen Ergebnisse vertieft und zu den restlichen Fragen ebenfalls wertvolle Erkenntnisse erzeugt werden.

## Ergebnisse

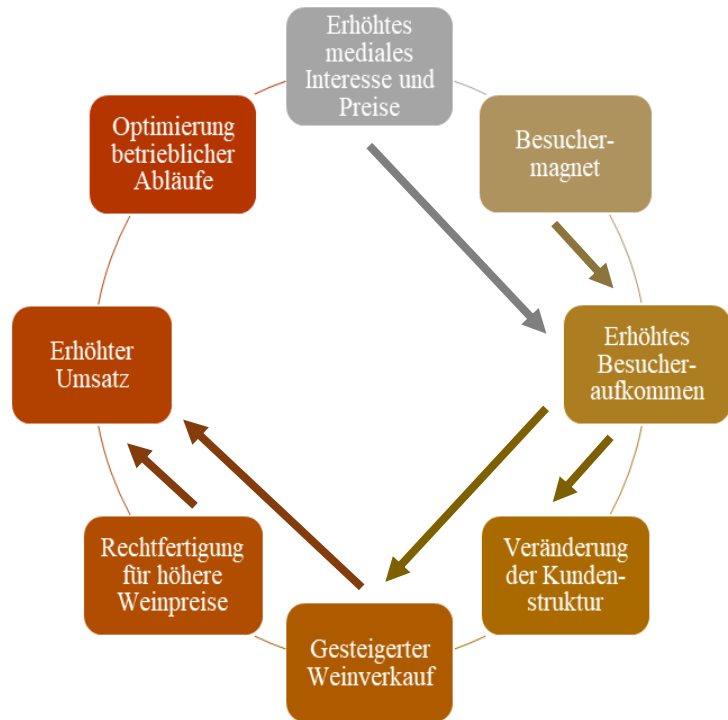
Die Gründe und Ziele weshalb sich Weingüter für einen weinarchitektonischen Um-, An- oder Neubau entscheiden sind unterschiedlich. So kann sich ein Weingut mit rein funktionellen Gründen wie eine betriebliche Vergrößerung ebenso für den Faktor Weinarchitektur entscheiden wie ein Weingut mit rein visuellen Gründen wie einem verbesserten Auftritt. Die Ziele variieren entsprechend der jeweiligen Baugründe. Das Hauptziel eines aus betrieblichen Faktoren entstandenen Baus ist dementsprechend die Optimierung betrieblicher Abläufe. Unabhängig davon welche Baugründe und damit verfolgten Ziele zu einem weinarchitektonischen Weingut führen, berücksichtigen dennoch alle Gebäude grundlegende Erfolgsfaktoren gelungener Weinarchitektur wie die Sichtbarmachung von Produktionsbereichen für Besucher.

Auch wenn sich die Gründe und Ziele in Bezug auf Weingüter und ihre Weinarchitektur unterscheiden, ist die schlussendliche Verwendung und Einbindung in ihr Unternehmenskonzept ähnlich. So binden die Weingüter, die eine gelungene Weinarchitektur besitzen, diese

harmonisch in ihr gesamtes Corporate Design ein und entwickeln eine Corporate Architecture. Dadurch, dass die Architektur dann ein Teil bzw. zu einer Selbstverständlichkeit des Weinguts wird, steht diese in der Regel nicht übermäßig im Fokus des Marketings, der Webseite, der sozialen Medien, etc. Sie zieht sich zwar durch alle Bereiche des Weinguts, wird jedoch klar als nur einer von vielen Faktoren gesehen.

Indem die Weinarchitektur auch ohne übermäßige explizite Verwendungen, Werbemaßnahmen, etc. ein Baustein des Weingutskonzepts wird, entstehen umfassende mehrdimensionale Effekte und Wirkungen, die untereinander ebenfalls Beziehungen aufweisen (siehe Abbildung 1). Dabei sind die Effekte jedoch schwer messbar und es existieren weitere Einflussfaktoren wie die Marke des Weinguts, weitere touristische Leistungen, etc. Dies erschwert eine eindeutige Zuordnung auf die Weinarchitektur.

Abb. 1: Effekte gelungener Weinarchitektur



Quelle: EIGENE DARSTELLUNG 2022

Der Entwicklungsstand der Weinarchitektur in Deutschland und speziell im Weinanbaugebiet Mosel weist weiterhin Potenzial auf. Jedoch kann nicht mehr von einem enormen Rückstand zu anderen Ländern gesprochen werden, da in den letzten Jahren eine Vielzahl an herausragenden Weingütern entstanden ist und die Entwicklung immer mehr voranschreitet. Denn bei vielen Winzern hat ein Umdenken bezüglich ihres Auftritts, ihres Marketings, etc. begonnen und sie investieren in Weinarchitektur. Es besteht allerdings weiteres Verbesserungspotenzial und es gibt weiterhin Weingutsbesitzer, die auf veraltete Architekturkonzepte setzen. Es gilt mittels Wettbewerbe, Symposien, Veranstaltungen, etc. Überzeugung- und Aufklärungsarbeit zu leisten.

Als Rahmen für die Forschungsergebnisse dient das Weinarchitekturprojekt „Via mosel“. Dieses möchte die drei Moselländer Frankreich, Luxemburg sowie Deutschland und die darin liegenden Weinorte und -güter enger miteinander vernetzen und eine Art weinarchitektonischen Moselführer für Touristen kreieren. Das Projekt besitzt sowohl für Akteure der Tourismus- als auch Weinbranche große Potenziale, um die Mosel als Reisegebiet noch attraktiver und

bekannter zu machen sowie mehr Besucher zu den Weingütern zu führen. Jedoch hat das Projekt in der Öffentlichkeit bisher keine breit gefächerte Bekanntheit und keinen überschwänglichen Anklang erlangt, sodass es zu keinen großen Wirkungen kam. Es wurde festgestellt, dass die mit „Via mosel“ verbundenen Ziele und Hoffnungen der Winzer wie mehr Besucher, ein höherer Weinverkauf, etc. bei weitem nicht erreicht wurden. Zwar wird für das langsame Anlaufen des Projekts aufgrund Corona großes Verständnis entgegengebracht, jedoch besitzen die Weingüter, besonders durch die jetzt beginnende finanzielle Beteiligung an dem Projekt auch eindeutige Erwartungen. Ob diese in Zukunft erfüllt werden, hängt von der weiteren Entwicklung des Projekts ab.

## Handlungsempfehlungen

Dank der gewonnenen Ergebnisse lassen sich einige erste Handlungsempfehlungen formulieren. Diese sind im Zusammenhang mit der kritischen Evaluation der Forschung zu betrachten. Selbstvermarktende Winzer, die noch auf veraltete Architektur und Konzepte setzen, sollten sich vor dem Hintergrund der stetig wachsenden Konkurrenz durch Supermärkte, den internationalen Weinhandel sowie durch die wachsende Anzahl architektonisch herausragender Weingüter, bezüglich ihres Konzepts Gedanken machen und die Investition in Weinarchitektur als erfolgreiche Weiterentwicklungsmaßnahme in Betracht ziehen.

Weingüter, die bereits weinarchitektonische Gebäude besitzen, sollten diese auch präsent im Marketing, für Events, im Corporate Design, etc. verwenden, um die von der Weinarchitektur ausgehenden Effekte wie erhöhter Weinverkauf besser ausschöpfen zu können.

Für eine weinarchitektonische Weiterentwicklung in Deutschland und in dem Weinanbaugebiet Mosel sollte der Fokus nicht nur auf den Winzern liegen. Auch weitere Akteure wie Touristiker, Gastronomen, Hoteliers, Architekten, etc. sind in die Entwicklung zu integrieren, da sie alle schlussendlich von Weinarchitektur profitieren. Somit sollte es ebenfalls in ihrem eigenen Interesse sein, mittels Weinarchitektur die Attraktivität und die Anzahl der Sehenswürdigkeiten in ihrer Destination zu steigern.

Bezüglich des Projekts „Via mosel“ kann die Empfehlung ausgesprochen werden, sich zukünftig vermehrt auf die Weingüter zu fokussieren, damit auch deren Wünsche und Erwartungen an das Projekt wie Neukundenakquise, erhöhter Weinverkauf, etc. erfüllt werden. Es gilt besonders den Netzwerkaufbau zu verbessern, das Onlinemarketing mehr auszuschöpfen und Herausforderungen wie Sprachbarrieren und große Entfernungen zu lösen, um schlussendlich die Erfüllung der Projektziele zu erreichen und die Erwartungen der Winzer zu befriedigen.