



Die Garonne spiegelt sich im neuen Weinmuseum Cité du Vin (diese Seite); Blick auf das Château Faugères (rechte Seite)  
 > The new Cité du Vin wine museum reflecting the Garonne (this page); Château Faugères (facing page)

# Paläste in bester Lage



FOTO  
**NICK BALLON**  
 TEXT  
**BARBARA MARKERT**

Die Region Bordeaux setzt auf Weintourismus: Spektakuläre Architektur soll auch Besucher anlocken, die noch keine Verehrer von edlen Trauben und Tropfen sind  
**Vineyard vacation** Wine tourism is big for the Bordeaux region. Now, spectacular architecture is drawing visitors who have not yet discovered the joys of the grape

**A**us dem Schilf erklingt aufgeregtes Geschnatter. Drei Enten liefern sich auf dem künstlichen See vor dem Weinkeller des Château Les Carmes Haut-Brion ein lautstarkes Wettschwimmen: Wer umrundet am schnellsten dieses futuristische Gebäude? Der vierstöckige ovale Bau ragt weit in das Becken, die Außenwand ist mit bronzefarbenen Aluminiumplatten verkleidet. Das Gebäude in Bordeaux erinnert an ein U-Boot. Es könnte aber auch die Schneide eines Pflugs darstellen, der eine Furche in den Ackerboden des Bordelais zieht. Philippe Starck, international bekannter Industriedesigner und hier als Co-Architekt beteiligt, nennt das Werk raffiniert ein „Nicht-Gebäude“, dessen Ziel es sei, in der Umgebung unterzutauchen. Tatsächlich gibt es Momente, in denen sich Wolken, Sonne und die angrenzenden Weinberge so harmonisch in der glänzenden Fassade spiegeln, dass der rund 80 Meter lange und zwölf Meter hohe Bau fast unsichtbar wird.

Der schimmernde Riese ist nur einer der vielen architektonischen Geniestreiche in den Ländereien rund um Bordeaux. Seit einem Jahrzehnt verewigt sich die ehrgeizige Elite der französischen Architekten im berühmten Weinbaugebiet; auch einige bekannte Kollegen aus dem Ausland gaben sich schon die Ehre. Links und rechts der Garonne, wo die Weinberge scheinbar kein Ende nehmen und einige der bekanntesten wie teuersten Rotweine der Welt in Barrique-Fässern reifen, bereichert heute ein gutes Dutzend moderner Weinkeller die von Monokultur geprägte Landschaft. Es herrsche längst ein unerklärter, doch heftiger Wettstreit um den spektakulärsten Neubau, konstatieren die Bordelais zufrieden.

Auch die Stadt Bordeaux zieht mit: Direkt am Ufer der Garonne, im ehemaligen Industrieviertel Bacalan, wurde im Frühjahr 2016 das Weinmuseum Cité du Vin eingeweiht. Bürgermeister Alain Juppé, Initiator des Projekts, versprach noch vor der Grundsteinlegung: „Die Cité du Vin wird mein Guggenheim.“ Der Vergleich zum Museum im spanischen Bilbao ist kühn, aber passend: Seit der Eröffnung ist die Weinstadt zum neuen Wahrzeichen avanciert. Das Pariser Architektenbüro XTU unter Anouk Legendre und Nicolas Desmazières hat sich von einer typischen Geste bei der Verkostung inspirieren lassen: Das in sich verdrehte Gebäude ahmt die Kurven nach, die ein Wein beim Schwenken im Glas zeichnet. Die Fassade aus Glas- und Aluminiumplatten schimmert je nach Lichteinfall von Braun bis Gold. Ein Turm mit Aussichtsebene in 35 Meter Höhe krönt die Struktur. Dort, im achten Stock, genießen die Besucher nach der Besichtigung ein kostenloses Glas Wein an der Bar und den Panoramablick über die Stadt. Im Inneren dominieren Eichenholz, Glas und Edelstahl. Dekorative Elemente erinnern an ▶

**»Statt bloß Fakten zu vermitteln, bringen wir die Leute zum Staunen«**

VÉRONIQUE LEMOINE, CITÉ DU VIN



23

Flaschen Bordeaux werden weltweit pro Sekunde verkauft.

▶ Every second, 23 bottles of Bordeaux wine are sold around the world.

EN▶ An excited quacking erupts from the reeds. On the man-made lake outside the wine cellar at Château Les Carmes Haut-Brion, three ducks are having a noisy race to see which of them can make it around this futuristic building first. The four-story oval building projects far into the water, its outer wall clad with bronze-colored aluminum panels. This building in Bordeaux bears a strong resemblance to a submarine, but it could also be the blade of a plow, cutting a furrow in the fertile soil of the Bordeaux region. Philippe Starck, the internationally acclaimed industrial designer and co-architect on this project, cleverly describes it as a “non-building” designed to blend into its surroundings. Indeed, there are moments when the clouds, the sun and the nearby vineyards are reflected so harmoniously in the glittering facade that the building – around 80 meters long and nearly 12 meters high – is rendered virtually invisible.

This shimmering giant is just one of many brilliant strokes of architectural genius to be found in the wine estates around Bordeaux. For the past decade, the ambitious architectural elite of France have been immortalizing themselves in the famous wine region; even some of their famous colleagues from abroad have followed suit. To the left and right of the Garonne, where the vineyards seem to go on forever and some of the world's most illustrious and expensive red wines rest aging in barriques, a good dozen modern wine cellars today enliven the monotony of the monoculture landscape. As the region happily acknowledges, an undeclared yet heated contest to erect the most spectacular building is definitely in progress.

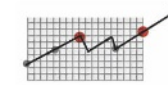
The city of Bordeaux is also in the running: In spring 2016, the wine museum Cité du Vin (wine city) was officially opened on the banks of the Garonne, in the former industrial district Bacalan. Even before the groundbreaking ceremony, the project's initiator, Mayor Alain Juppé, vowed that the Cité du Vin would be his Guggenheim. His comparison to the museum in Bilbao, Spain, is a bold but fitting one. Since it first opened its doors, the “wine city” has become a new Bordeaux landmark. The Paris-based firm of architects XTU led by Anouk Legendre and Nicolas Desmazières took their inspiration from a typical wine-tasting gesture: As it curves in on itself, the building emulates the swirling of wine in a glass. The facade of glass and aluminum panels shimmer brown to gold, depending on the light. A tower roughly 35 meters tall crowns the structure. The eighth floor has a bar where visitors can enjoy a free glass of wine and a panoramic view of the city after the tour. Oak, glass and stainless steel dominate inside the building, where decorative elements are reminiscent of corks or fizz bubbles. The 3000-square-meter permanent exhibition provides information and ▶



Junge Besucher sehen rot: Der neue Weinkeller des Château La Dominique (links); das Château Les Carmes Haut-Brion ist das älteste und bekannteste Weingut des Bordelais (unten) ▶ Young visitors see red: The new wine cellar at Château La Dominique (right); Château Les Carmes Haut Brion is the oldest and most famous wine estates in the Bordeaux region (below)



Schlicht und edel:  
Château Faugères  
(diese Seite); Adèle  
de Monteynard, Guide  
in der Cité du Vin  
(rechte Seite)  
> Simple elegance:  
Château Faugères (this  
page); Adèle de Mon-  
teynard, Cité du Vin  
guide (facing page)



1,8  
Milliarden Euro  
erwirtschaftet das Weingebiet  
um Bordeaux pro Jahr.  
> The Bordeaux winegrowing  
region generates 1.8 billion euros  
in sales annually.

Korke oder Kohlensäureperlen. Die 3000 Quadratmeter große Dauerausstellung informiert mit Parcours, interaktiven Landkarten und Spielen über die Natur-, Wirtschafts- und Kulturgeschichte des Weins. Véronique Lemoine, wissenschaftliche Beraterin und verantwortlich für die Ausstellung, will ausdrücklich „auch Leute ansprechen, die sich nicht mit Wein auskennen“. Doch auch die Experten kommen auf ihre Kosten: „Statt bloß Fakten zu vermitteln, bringen wir die Leute zum Staunen. Hier erfährt man, wie die alten Ägypter Wein machten und welchen Churchill am liebsten trank“, sagt die 55-Jährige.

Selbst die Winzer bemühen sich um ein neues und breiteres Publikum, darunter das Château La Dominique im berühmten Weinort Saint-Émilion, das sich massiv dem Weintourismus geöffnet hat. Viele Besucher kommen, um den Entwurf des Stararchitekten und Pritzker-Preisträgers Jean Nouvel zu sehen. Sein hochmoderner Weinkeller erhebt sich feuerrot inmitten grüner Weinberge. Sechs verschiedene Rottöne hat der Pariser Architekt in Form von Metallplatten an der Fassade verarbeitet. Wie Schuppen liegen sie übereinander und erzeugen einen harmonischen Farbverlauf, von Rotviolett bis zu Bernstein-Orange. Die geschwungene Wand spiegelt die Weinberge und den Himmel, sie passt das Gebäude trotz der knalligen Farbe dezent in die Umgebung ein.

Marketingdirektorin Camille Poupon kann die Anziehungskraft belegen: „Früher kamen 2000 Besucher pro Jahr, heute sind es 12 000, für die kommenden Jahre erwarten wir sogar bis zu 16 000 Gäste. Wir nennen es den ‚Jean-Nouvel-Effekt‘ – sein Name zieht auch Leute an, die keine Weinkenner sind.“ Im Restaurant La Terrasse Rouge auf der Dachterrasse von La Dominique herrscht schon mittags Hochbetrieb. Von hier aus blicken Besucher auf das zweite Architektur-Highlight von Saint-Émilion. Nur wenige Hundert Meter entfernt thront der schneeweiße, elegant gewölbte Weinkeller von Cheval Blanc, erbaut von Christian de Portzamparc, ebenfalls ein Pritzker-Preisträger.

Vor allem die edlen Grand-Cru- und Grand-Cru-Classé-Lagen hätten lange keinen Kontakt zum Verbraucher gepflegt, sagt Poupon. Sie hatten es nicht nötig, die Herkunftsbezeichnungen Saint-Émilion oder Médoc genügten. „Dazu kommt eine lokale Besonderheit: 70 Prozent der Weinproduktion berühmter Lagen wird als Primeur, also in einem sehr jungen

»Instead of merely imparting facts, we amaze people«

VÉRONIQUE LEMOINE, CITÉ DU VIN

EN> includes a trail, interactive maps and games that focus on the natural, economic and cultural history of wine. Véronique Lemoine, 55, the scientific consultant responsible for the exhibition, emphasizes that the aim is “also to appeal to people who don’t know about wine.” But experts also get their money’s worth: “Instead of merely imparting facts, we amaze people. Here, you can find out how the Ancient Egyptians made wine and which particular wine was Churchill’s favorite,” says Lemoine.

Even the wine estates are keen to attract a broader public, including Château La Dominique in the famous wine town of Saint-Émilion, which has really opened up to wine tourism. A big draw for visitors is the building designed by star architect and Pritzker Award winner Jean Nouvel. His ultramodern wine cellar rises fiery red from the green vineyards all around. The Parisian architect used metal panels in six different shades of red for the facade. Overlapping like scales, they create a pleasing progression of colors, from reddish purple to amber. The curved wall mirrors the vineyards and the sky, blending the building discreetly into its surroundings despite its brilliant color. Marketing manager Camille Poupon, 38, has the statistics to prove its attraction: “We used to get 2000 visitors a year here, today it’s 12 000, and we expect to see as many as 16 000 in the coming years. We call it the Jean-Nouvel effect – his name even attracts people with no keen interest in wine.” By lunchtime, La Terrasse Rouge, the restaurant on the roof of La Dominique, is already heaving. From here, visitors have a good view of Saint-Émilion’s second highlight, the snow-white, elegantly rounded Cheval Blanc wine cellar just a few hundred meters away. It was built by Christian de Portzamparc, also a Pritzker Award winner.

For a long time, it was the noble Grand Cru and Grand Cru Classé vineyards that neglected to engage with the consumer, says Poupon. They didn’t need to because designations of origin, such as Saint-Émilion or Médoc, were enough. “On top of this, there’s the local practice of selling 70 percent of the wine produced by famous vineyards *en primeur*, in other words, at a very young stage, before the refining process. The vintners them-





1250

Sonnenstunden im Jahr  
brauchen die Reben für einen  
guten Bordeaux.

► The vines require 1250 hours of  
sunshine a year to produce a  
good Bordeaux.



Die Gemeinde Saint-Émilion (links), Gut Cheval Blanc (oben); Faugères-Direktor  
David Bolzan (unten); Weinlager von Ballande et Meneret (rechte Seite)

► Saint-Émilion (above left); the Cheval Blanc estate (above); David Bolzan, manager  
at Faugères (below); the Ballande et Meneret wine warehouse (facing page)



Stadium und noch vor den Veredelungsprozessen, über Händler verkauft. Die Winzer selbst lernten ihre Kunden nicht kennen“, erklärt die 38-Jährige, „aber das hat sich mit dem Aufkommen des Weintourismus geändert.“ Immer mehr Konsumenten wollen erleben, wie Wein hergestellt wird. Sie wollen ihn kosten, am liebsten in einem ansprechenden Ambiente vor Ort.

Viele Winzerfamilien, sagt die Marketingexpertin, verkörpern eine über 200 Jahre alte Weinkultur. Es herrsche oft noch ein gewisser Snobismus, manche Weingüter lassen ausschließlich Experten in ihre Keller. „Doch eine neue, offenere Generation wächst heran – die neuen Winzer tragen keine kulturelle Last mit sich herum, weil sie aus anderen Branchen kommen“, sagt Poupon. Auch der Besitzer des Château La Dominique ist ein Quereinsteiger: Clément Fayat gründete eines der größten französischen Bauunternehmen. Er erwarb das Gut 1969, im Jahr 2012 übernahm sein Sohn Jean-Claude die Geschicke. Zwei Jahre darauf weihte er den spektakulären Neubau ein – seitdem strömen die Besucher.

Eine ähnliche Geschichte hat auch das Château Faugères aufzuweisen. Das Weingut liegt nur wenige Kilometer von La Dominique in Saint-Étienne-de-Lisse. 2005 wechselte es in die Hände des Baselers Silvio Denz, Gründer der größten Schweizer Parfümeriekette und Besitzer der Kristallmanufaktur Lalique. Denz beauftragte einen Freund, den berühmten Luganer Architekten Mario Botta, mit dem Neubau seines Weinkellers. Bottas „Kathedrale des Weins“ wurde bereits 2009 eingeweiht und gilt als Pionierprojekt der Region. Auf einem Hügel liegt hinter glatten Fassaden aus hellem Sandstein hochmoderne Technik zur Weinproduktion, auf die David Bolzan, der Direktor des Weinguts, besonders stolz ist: „Durch die Hanglage wird bei der Mazeration das natürliche Gefälle genutzt.“ Die gelesenen



EN► selves didn't meet their customers”, she explains, “but this has changed with the rise of wine tourism.” More and more consumers want to see how wine is made. They want to taste it, preferably in a pleasant ambience at the vineyard.

Many winegrowing families embody a 200-year-old wine tradition, says the marketing expert. Often a certain snobbery exists, and some estates will allow only experts into their cellars. “But there's a new, more open generation coming up – the new vintners are culturally unburdened because they started out in other industries,” says Poupon. The owner of Château La Dominique, Clément Fayat, is one such newcomer. The founder of one of the biggest construction companies in France, he bought the estate in 1969. His son Jean-Claude took over from him in 2012 and two years later, opened the spectacular new building; since then, the visitors have been pouring in.

Château Faugères in Saint-Étienne-de-Lisse, just a few kilometers from La Dominique, has a similar story to tell. Silvio Denz from Basle, founder of one of the largest Swiss perfumery chains and owner of the Lalique crystal company, took over there in 2005. Denz commissioned a friend, the famous Lugano-based architect Mario Botta, to build his new wine cellar. Botta's “wine cathedral” was inaugurated back in 2009 and is regarded as the region's pioneer project. Behind its smooth walls of pale sandstone on top of a hill lies the cutting-edge winemaking technology of which David Bolzan, the vineyard's manager, is especially proud: “The maceration process takes advantage of the natural slope of the hill.” The freshly picked grapes fall from above into the barrels beneath, where they burst open. This eliminates the need to crush them, and that means higher quality. The modern equipment also cools and cleans the water sustainably. Such investments are necessary, says Bolzan, 46, since the Bordeaux Grand Crus, the region's top wines, have a reputation to maintain. These days, many small vineyards are capable of producing very good wines, too, so that pressure on “the big names” is growing, especially the Grand Cru estates, whose seals of quality are reviewed every ten years. Presentation is

masaltOS.com  
Werden Sie 7 cm größer



+7 cm



VISIT [www.masaltos.com](http://www.masaltos.com)

Wollen Sie 7cm größer sein? Mit den Schuhen von Masaltos.com ist es möglich. Die qualitativ hochwertigen Schuhe im italienischen Design erlauben Ihnen, Ihre Körpergröße auf diskrete Art und Weise zu erhöhen. Dies geschieht durch einen leichten, anatomisch geformten inneren Absatz zusammen mit einem normalen äußeren Absatz des Schuhs. Mit diesen Schuhen wird Ihr Traum “größer zu sein” zur Wirklichkeit.

Finally it is possible to increase your height, without anyone knowing your secret! Thanks to these Italian shoes, men can discreetly add up to 7 cm, or 2.75 inches, to their height! Masaltos.com shoes contain an anatomically formed interior wedge that will make you taller without anybody knowing how you did it!

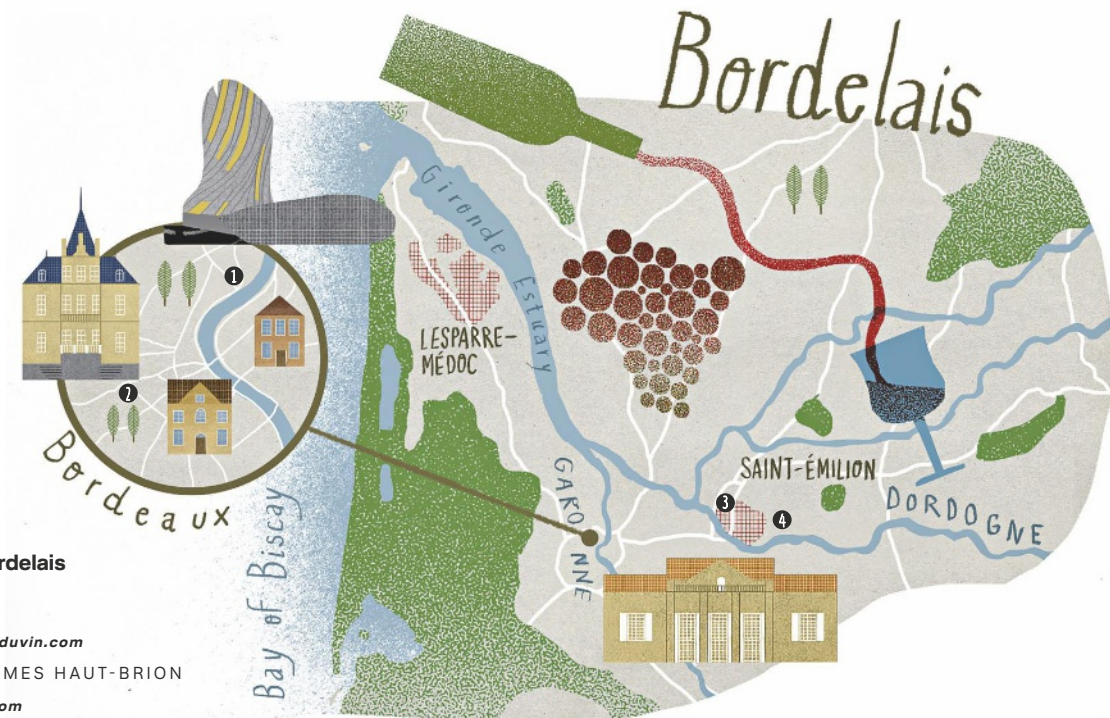
Contains code



Discount code  
valid in 2018:  
**LUFT**

(+0034) 954 564 292.  
Feria 4 y 6 41003.

Seville, Spain. [info@masaltos.com](mailto:info@masaltos.com)



### Durstig durch das Bordelais

#### > Tour the terroirs

- ① CITÉ DU VIN [lacityduvin.com](http://lacityduvin.com)
- ② CHÂTEAU LES CARMES HAUT-BRION  
[les-carmes-haut-brion.com](http://les-carmes-haut-brion.com)
- ③ CHÂTEAU LA DOMINIQUE [chateau-ladominique.com](http://chateau-ladominique.com)
- ④ CHÂTEAU FAUGÈRES [chateau-faugeres.com](http://chateau-faugeres.com)

Trauben fallen von oben in die bereitstehenden Fässer und zerplatzen. So müssen sie nicht zertreten werden, das erhöht die Qualität. Außerdem kühlen und reinigen moderne Anlagen das Wasser auf nachhaltige Weise. Solche Investitionen seien nötig, meint der 46-jährige Bolzan, schließlich müssten die Grand Crus aus Bordeaux, die ausgewiesenen Spitzenweine, ihren Ruf verteidigen. Denn sehr gute Weine produzieren können mittlerweile auch viele kleine Güter. Der Druck auf die „Großen“ wächst, vor allem auf die legendären Güter, deren Schutzsiegel alle zehn Jahre geprüft wird. Präsentation ist wichtig: „Viele Faktoren, etwa eine besondere Flasche oder Architektur, bestimmen heute das Image eines Weins“, sagt Bolzan.

Der wachsenden Bedeutung solcher Faktoren ist sich auch der Wein-Großhändler Ballande et Meneret bewusst, der sein Weinlager wegen der neuen TGV-Strecke zwischen Paris und Bordeaux umsetzen musste. Mit Flaschen im Wert von rund 70 Millionen Euro ist es das größte Lager an Grand-Cru-Classé-Weinen weltweit. Aus der Zwangslage erwuchs eine Attraktion, indem man das neue Flachdachlager vom Bordelaiser Architekturbüro Baggio-Piéchaud entwerfen ließ. Die architektonische Pointe: An der rund 100 Meter langen und zehn Meter hohen weißen Außenwand leuchten abends und nachts 300 rote LED-Lampen, die einen Blick in das Innere und auf die dort lagernden Flaschen imitieren.

Wo derartige Preziosen in den Regalen liegen, verbieten sich Besichtigungen. Doch manchmal bitten wichtige Kunden darum, einen Blick in das Lager werfen zu dürfen. Pascal Brouet, der 48-jährige Direktor des Lagers, erinnert sich an eine Gruppe aus Singapur: „Die wollten nur 15 Minuten bleiben, aber nach eineinhalb Stunden hatten sie Weine im Wert von 40 000 Euro gekauft – am Laptop, direkt aus dem Lager.“ Sein Fazit: „Die Architektur ist zu einem wichtigen Marketinginstrument geworden.“

EN> important: “Many factors, such as a special bottle or architecture, today shape a wine’s image,” says Bolzan.

The wine wholesaler Ballande et Meneret, which was forced to relocate its warehouse to make way for the new TGV high-speed train line between Paris and Bordeaux, is also well aware of the greater significance of such factors. With bottles worth a total of some 70 million euros stored there, it holds the largest stock of Grand Cru Classé wines in the world. Necessity proved to be the mother of an attraction, in that the company commissioned the architects at Baggio-Piéchaud in Bordeaux to design its new flat-roofed warehouse. Its architectural “punch line”: 300 red LED lamps that shine throughout the night along its 100-meter-long and 10-meter-high white outer wall, evoking a glimpse inside the building and onto the bottles stored there.

Where such precious wares line the shelves, public tours are out of the question. However, important clients will occasionally request permission to take a look inside. Warehouse manager Pascal Brouet, 48, recalls a group from Singapore: “They only wanted to stay for 15 minutes, but after one-and-a-half hours, they had bought wines to the value of 40 000 euros – on their laptops, straight from the warehouse.” He sums it up like this: “Architecture has become a major marketing tool.”

#### ZUM ZIEL

Lufthansa fliegt im Juli täglich von Frankfurt (FRA) nach Bordeaux (BOD). Ihre Meilengutschrift errechnen Sie per App: Download unter [miles-and-more.com/app](http://miles-and-more.com/app)

#### GETTING THERE

Lufthansa offers daily flights from Frankfurt (FRA) to Bordeaux (BOD) in July. Use the app to calculate your miles. Download here: [miles-and-more.com/app](http://miles-and-more.com/app)