



ROTABENE! Medienhaus

Referenzbericht | Neubau Druckerei und Verlagshaus | 91541 Rothenburg ob der Tauber

PROJEKTKERN

Eine aus dem Rotationsprinzip der Druckpresse entwickelte Architektur verbindet Unternehmensidentität, kurze Wege, flexible Erweiterbarkeit und eine produktbezogene ökologische Materialwahl.

Baufaufgabe	Neubau eines Druckerei- und Verlagshauses mit Redaktion, Verwaltung, Satz, Druck, Lager und Weiterverarbeitung
Standort	Rothenburg ob der Tauber
Planung	Döllinger Architekten
Leistungen	HOAI-Leistungsphasen 1 bis 9
Realisierung	Einzelgewerkliche Vergabe und Ausführung
Bauabschnitte	BA I 1989 bis 1991; BA II Erweiterung und Lagerhalle 1992 bis 1993

1. Projekt und Bauaufgabe

Das ROTABENE! Medienhaus wurde als neuer Betriebsstandort für Druckerei, Verlag und redaktionelle Nutzungen errichtet. Neben den flächenintensiven Produktionsbereichen wurden Verwaltung, Redaktion, Satz, Vertrieb, Buchhaltung, Besprechung und Ausstellung in das Gesamtkonzept eingebunden. Die lokale Redaktion der Fränkischen Landeszeitung (FLZ) wurde ebenfalls im Gebäude angesiedelt.

Die Anlage unterscheidet zwei architektonisch lesbare Bausteine: das dreigeschossige, annähernd quadratische Verlags- und Verwaltungsgebäude sowie die eingeschossige, fächerförmig organisierte Druckerei. Beide Teile sind funktional verbunden, bleiben in ihrer Nutzung jedoch ablesbar.

2. Ausgangssituation und zentraler Engpass

Das expandierende Unternehmen benötigte außerhalb der Stadt einen neuen Standort, an dem Verlag und Druckbetrieb zusammengeführt und moderne Produktionstechnik integriert werden konnten. Der Bauherr formulierte zugleich einen hohen gestalterischen Anspruch: Gesucht war kein austauschbarer Gewerbebau, sondern eine wirtschaftliche, architektonisch eigenständige Lösung mit unmittelbarem Bezug zum eigenen Produkt und Produktionsprozess.

ENGPASS:

Wie lässt sich ein kostenbewusster, hoch funktionaler Industriebetrieb schaffen, der zugleich die Identität eines Druck- und Verlagshauses sichtbar macht und spätere Erweiterungen bereits im Entwurf mitdenkt?

3. Planerische Leitidee: Rotation als Architektur

Die Formfindung leitet sich aus der Rotation der Zeitungsdruckpresse ab. Die Kreisbewegung wurde nicht als aufgesetztes Bild, sondern als Grundprinzip der räumlichen Organisation übersetzt. Die Druckerei bildet einen Viertelkreisausschnitt, dessen Funktionsbereiche sich fächerartig aus dem Zentrum entwickeln. Satz, Druck und Lager werden als Segmente der Rotation lesbar.

Das würfelförmige Verlagsgebäude wirkt als ruhender Gegenpol. Es „ankert“ die dynamische Form der Druckerei und macht die unterschiedlichen Nutzungen schon im äußeren Erscheinungsbild verständlich.

ANFORDERUNG → ENTSCHEIDUNG → WIRKUNG

Produktbezug und Wachstum → rotierendes, segmentiertes Grundsystem → unverwechselbare Form, kurze Wege und unabhängig erweiterbare Bereiche.

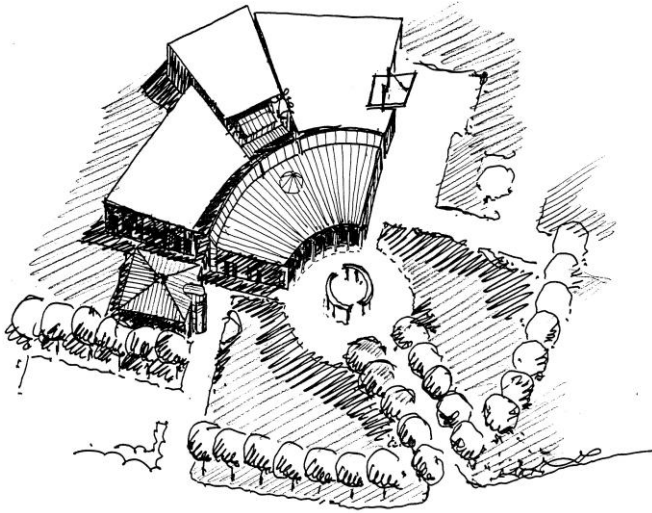


Abb. 1–2: Gebäudekomposition und architektonische Wirkung der realisierten Anlage.

4. Corporate Identity: Gebäude, Name und Zeichen

Parallel zur baulichen Konzeption beauftragte der Bauherr eine Namensfindung. Die zuvor unter unterschiedlichen Bezeichnungen auftretenden Leistungen aus Druckerei, Verlag und Mediengesellschaft sollten unter einem gemeinsamen Namen zusammengeführt werden. Gesucht war eine unverwechselbare Wortkreation, die Arbeit, Qualität und Haltung des Unternehmens in einem Kurzzeichen bündelt.

Im Entwicklungsprozess wurden Begriffe aus Druck, Verlag, Medien, Standort und Gebäudeform untersucht. Nach mehreren Varianten setzte sich ROTABENE! durch. „ROTA“ verweist auf Druckerei und Rotation; „BENE“ steht für die positive, kommunikative und verlagsspezifische Ausrichtung des Medienhauses.

Das Logo führt den Gedanken grafisch weiter. Eine moderne, modifizierte Groteskschrift nimmt die zeitgemäße Haltung des Neubaus auf. Das farblich akzentuierte Ausrufezeichen setzt ein einprägsames Signal.

CORPORATE ARCHITECTURE ALS KERN

Die Architektur bildet den räumlichen Kern der Corporate Identity. Name und Logo verdichten denselben Gedanken sprachlich und grafisch. Gebäudeform, Arbeitswelt, Material, Unternehmensname und Erscheinungsbild entstehen aus einer gemeinsamen Idee.

5. Funktion, Kommunikation und Tageslicht

- Kurze Wege zwischen Dienstleistungen, Administration und Technik
- Offene Gebäudestruktur für unmittelbaren Austausch zwischen den Funktionsbereichen
- Zentraler Innenbereich mit Atrium, Wasser, Pflanzen und Cafeteria als Aufenthalts- und Kommunikationsort
- Tageslichtführung über Lichthof und umlaufendes, schräggestelltes Lichtband
- Klare Trennung der Baukörper bei gleichzeitiger funktionaler Verbindung

6. Aufenthaltsqualität, Transparenz und Identifikation

Ein zentraler Mehrwert des Entwurfs liegt in der Qualität des täglichen Arbeitsumfelds. Die luftige Cafeteria im Atrium verbindet Aufenthalt, informelle Begegnung und Kommunikation. Wasser, Pflanzen und Tageslicht schaffen einen räumlichen Gegenpol zum technischen Produktionsbetrieb. Großzügige Verglasungen und die transparente Gestaltung öffnen das Gebäude nach außen und machen die Verbindung von Verlag, Redaktion und Produktion sichtbar.

Aus Bauherrensicht entsteht daraus ein doppelter Nutzen: Im Inneren fördern helle, offene Räume und ein gemeinsamer Treffpunkt die Arbeitsplatzqualität. Nach außen vermittelt das transparente Erscheinungsbild Offenheit und Modernität. Die aus dem eigenen Produktionsprozess entwickelte Architektur stärkt zugleich den Identifikationsfaktor, weil Mitarbeitende das Unternehmen und dessen Produkt im Gebäude wiedererkennen können.

7. Zukunftsfähigkeit und Erweiterung

Die fächerartige Organisation ist auf Wachstum ausgelegt. Die drei Segmente können jeweils separat erweitert werden. Diese Grundanlage bewährte sich bereits mit dem zweiten Bauabschnitt 1992 bis 1993, in dem Druckerei und Lager ergänzt wurden.

8. Materialkonzept und Nachhaltigkeit

Auf besonderen Wunsch des Bauherrn wurde in den Außenwänden Zellosedämmung aus Altpapier beziehungsweise alten Zeitungen eingesetzt. Die Entscheidung erfüllte zwei Anforderungen: eine ökologische Dämmung und einen unmittelbaren Bezug zum Produkt des Bauherrn.

Damit wurde Unternehmensidentität nicht allein über Form und Grafik vermittelt. Das Produkt Zeitung fand auch konstruktiv Eingang in das Gebäude. Diese Verbindung von Materialwahl und Unternehmenszweck stärkt die Glaubwürdigkeit des Gesamtkonzepts, ohne die Materialentscheidung auf eine rein symbolische Wirkung zu reduzieren.

9. Umsetzung und Leistungsumfang

Döllinger Architekten bearbeitete die vollständige Objektplanung in den HOAI-Leistungsphasen 1 bis 9, von der Grundlagenermittlung bis zur Bauleitung und Objektbetreuung. Die Ausführung wurde einzelgewerklich vergeben und koordiniert.

Leistungsphasen 1 bis 9 nach HOAI: Grundlagenermittlung, Vorplanung, Entwurfsplanung, Genehmigungsplanung, Ausführungsplanung, Vorbereitung und Mitwirkung bei der Vergabe, Objektüberwachung sowie Objektbetreuung.

8. Nutzen für den Bauherrn

Identität	Die Architektur übersetzt den Produktionsprozess in eine eigenständige, wiedererkennbare Gebäudeform.
Betrieb	Kurze Wege und eine offene Struktur unterstützen den Austausch zwischen technischen, redaktionellen und administrativen Bereichen.
Flexibilität	Die segmentierte Organisation ermöglicht voneinander unabhängige Erweiterungen.
Arbeitsumfeld	Die luftige Cafeteria, das Atrium, Tageslicht und begrünte Bereiche schaffen qualitätsvolle Aufenthalts- und Kommunikationsräume für informelle Begegnungen und kurze Abstimmungen.
Identifikation & Außenwirkung	Transparenz und Produktbezug stärken die Identifikation der Mitarbeitenden und vermitteln Offenheit nach außen.
Nachhaltigkeit	Zellulose aus recycelten Zeitungen verbindet ökologische Materialwahl und Produktbezug.

WIRKUNG

Kurze Wege, unmittelbarer Austausch und eine klare räumliche Orientierung verbinden betriebliche Funktion mit erkennbarer Unternehmensidentität.

10. Projektdaten

BA I Druckerei	BRI 10.200 m ³ BGF 1.090 m ²
BA I Verlag	BRI 3.500 m ³ BGF 810 m ²
BA II Erweiterung Druckerei / Lager	BRI 10.000 m ³
Termin BA I	Bauausführung 10/1989 bis 09/1991
Termin BA II	1992 bis 1993

11. Lessons learned

Aus Bauherrnsicht zeigt das Projekt, dass Corporate Architecture besonders tragfähig wird, wenn Form, Betriebsablauf, Arbeitswelt und Erweiterungsstrategie gemeinsam entwickelt werden. Der Bezug zum Unternehmen sollte nicht dekorativ ergänzt, sondern aus Nutzung, Konstruktion und Material abgeleitet werden. ROTABENE! zeigt darüber hinaus, wie Namensfindung und Logo dieselbe Kernidee fortführen können. Die Corporate Identity wird so nicht nachträglich aufgesetzt, sondern räumlich, sprachlich und visuell konsistent. Für die tägliche Praxis bedeutet das: Erweiterungsrichtungen früh sichern, Kommunikationsräume als betrieblichen Bestandteil planen und bei Einzelgewerkvergabe die Koordination über alle Leistungsphasen durchgängig halten.



Abb. 3: Innen- und Außenraum als Teil der identitätsstiftenden Gesamtgestaltung.

12. Quellen

- Rotabene.PDF, Projektblatt mit Konzept, Terminen, Flächen, Volumen und Kosten
- Rotabene-Medienhaus_auszug-db.pdf, Fachveröffentlichung „Rotation“
- Rotabene-Medienhaus_buchauszug.pdf, Veröffentlichung zur Architektur, Namensfindung und Unternehmensidentität
- Ergänzende Angaben von Peter Döllinger im Gespräch

Kontakt