

MPPreis Der Tiroler Lebensmitteleinzelhändler ist auf dem Heimmarkt eine Macht und matcht sich mit Spar um Platz 1

MPPreis-Architektur brachte Staatspreis-Nominierung

Neben Architektur steht Regionalität und Förderung des Wirtschaftsstandortes Tirol im Vordergrund.

THOMAS PRESSBERGER

Wien. Der diesjährige Staatspreis für Architektur ging zwar nicht an MPPreis, die erste Nominierung bei einem größeren Bewerb war es für das Tiroler Familienunternehmen aber ohnehin nicht. Und der erste Sieg wäre es auch nicht gewesen.

„Während andere Supermarktketten Markenbildung mit einheitlichen Filialen betreiben, gelingt MPPreis dies durch verschiedene Architektur. Nur der rote MPPreis-Würfel ist überall gleich“, sagt Christian Kühn, Vorstand der Architektur Stiftung Österreich.

Die Filialen sind individuell an Ortschaft und Umgebung angepasst und unterscheiden sich durch die Form der Baukörper, deren Design und Materialien. Die Märkte passen sich Hanglagen an, verfügen über offene Parkdecks mit Bäumen oder sind mit Schindeln und Holzstämmen bestückt.

Filialen mit Wohlfühleffekt

„Die Affinität zu dieser besonderen Architektur entstand Anfang der 80er-Jahre, als MPPreis mit dem Architekten Heinz Planatscher einen Markt errichtete. Heute arbeiten wir mit über 30 Architekten zusammen“, sagt Ingrid Huter, Pressesprecherin bei MPPreis.

Der einzige Nicht-Tiroler im Ensemble ist der französische Stararchitekt Dominique Perrault. In der Heimat zeichnet er für die Französische Nationalbibliothek verantwortlich, in Tirol für drei MPPreis-Filialen, darunter eine in Wattens mit spektakulärem Blendschutzgitternetz rund um das Gebäude.

Ziel der Architektur ist laut Huter nicht nur, sich damit von der Konkurrenz abzuheben, sondern auch Kunden und Mitarbeitern ein Wohl-

gefühl bei Arbeit und Einkauf zu vermitteln. Exzellent gelungen ist das am Innsbrucker Hauptbahnhof. Obwohl der Markt unterirdisch liegt, wird durch eine getönte Spiegeldecke eine Stimmung geschaffen, „ähnlich dem Casino in Innsbruck“, sagt Huter. „Viele Kunden haben das Gefühl, das Sortiment sei vielfältiger und die Qualität noch höher, was aber nicht stimmt.“

Größte Vertriebsplattform

MPPreis beglückt nicht nur seine Kunden durch Aufmerksamkeit erregende Architektur, sondern auch viele kleine Tiroler Lebensmittelproduzenten durch eine konsequente regionale Ausrichtung. „Wir arbeiten mit 150 Tiroler Lie-

feranten zusammen und sind mit unseren 140 Märkten die größte Vertriebsplattform im Einzelhandel in ganz Tirol“, sagt Huter. Im Gegensatz zum Hauptkonkurrenten Spar, mit dem MPPreis „in etwa gleichauf liegt“, bietet das Tiroler Unternehmen auch Produzenten, die nur begrenzte Mengen liefern können, Platz im Regal. „Eine kleine Sennerei oder ein Biogemüsebauer, der zu wenig produziert, um bei Spar gelistet zu werden, ist bei uns trotzdem, wenn auch nur in vier Filialen, vertreten“, sagt Huter.

Die Reichhaltigkeit des regionalen Sortiments wird durch Bio-Projekte erweitert. Zurzeit läuft ein Pilotprojekt, bei dem konventionellen Bauern eigene Felder zu Verfügung gestellt werden, um sich im

Bio-Anbau zu versuchen. Darüber hinaus wird das Bio-Sortiment von Milch, Wurst, Eiern und Gemüse vertieft und exotische Bioprodukte wie Radieschen, Broccoli oder Rucola ins Programm genommen. „Biologisch soll alles erhältlich sein, was in Tirol wächst“, so Huter.

Durch Öffentlichkeitsarbeit versucht MPPreis das Bewusstsein zu schaffen, dass der Weg zum deutschen Diskonter weder den Wirtschaftsstandort Tirol stärkt, noch das Transitproblem entschärft. „Der Kunde kann täglich wählen. Und die 800 Artikel, die die Diskonter führen, haben wir zum selben Preis und zur selben Qualität extra mit Diskontpreisen ausgewiesen in unseren Regalen“, sagt Huter.



Die MPPreis-Filialen zeichnen sich durch extravagante Architektur aus und passen sich einzigartig an die jeweilige Umgebung an.