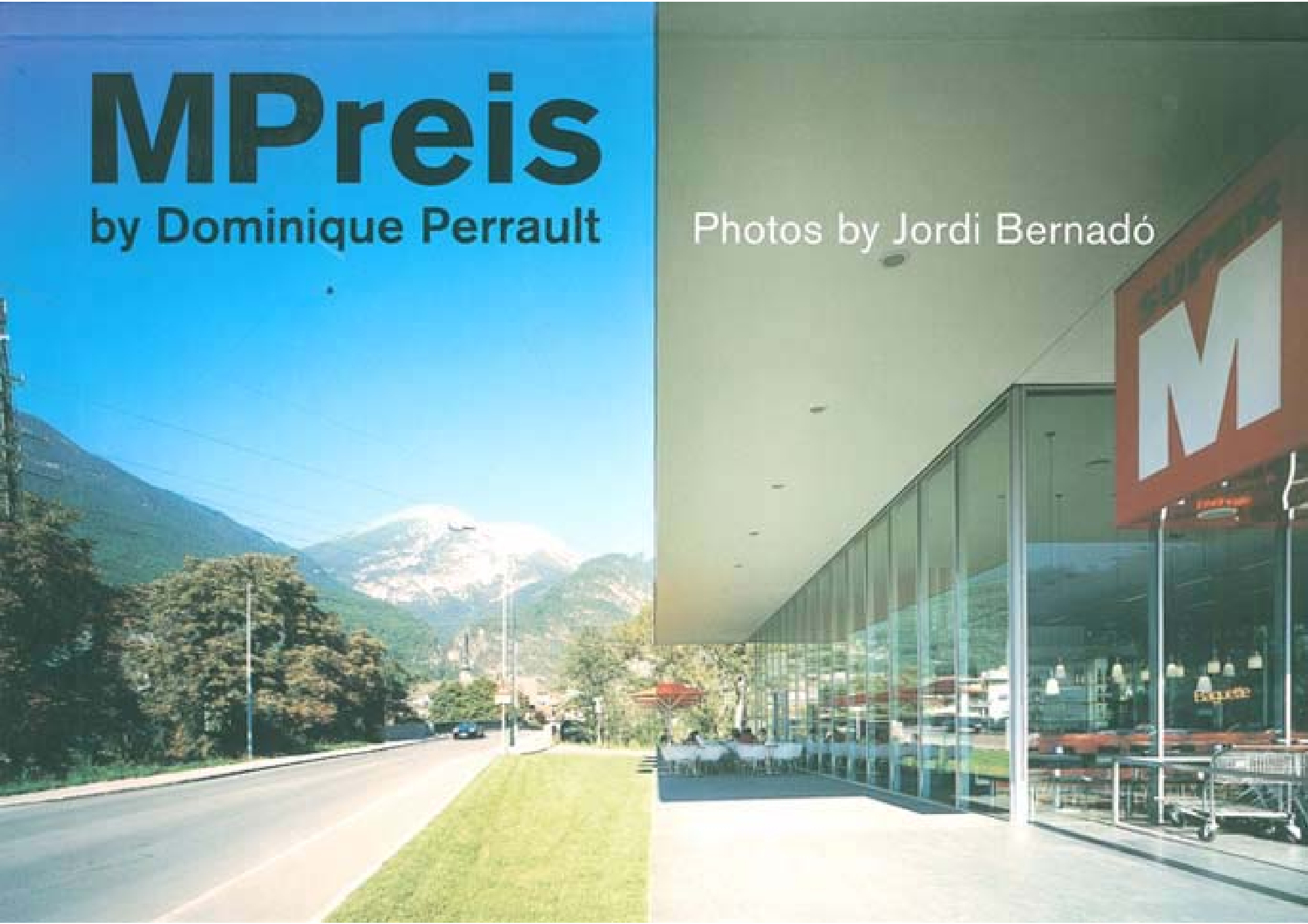


MPreis

by Dominique Perrault

Photos by Jordi Bernadó



This volume is a companion to the book
Jordi Bernadó MPrels by **Dominique Perrault**

Concept **Gaëlle Lauriot-Prévost**

Published by **ACTAR**

Edited by **Gaëlle Lauriot-Prévost** and **Albert Ferré**

Graphic Design by **Leandre Linares**

Photographer Assistant by **Ferran Mateo**

Printing by **Ingoprint SA**

English Translations by **Ute Decker** (London)

© ADAGP and ACTAR

© Texts by their authors

© Images by Jordi Bernadó

Distributed by

Actar D

Roca i Baïlle 2-4

E-08023 Barcelona

T +34 93 417 49 93

F +34 93 418 67 07

office@actar-d.com

www.actar-d.com

ISBN 84-96540-59-6

DL B-51761-2006

Printed and bound in the European Union
Barcelona, November 2006



Jordi Bernadó **MPreis** by Dominique Perrault

Wattens I

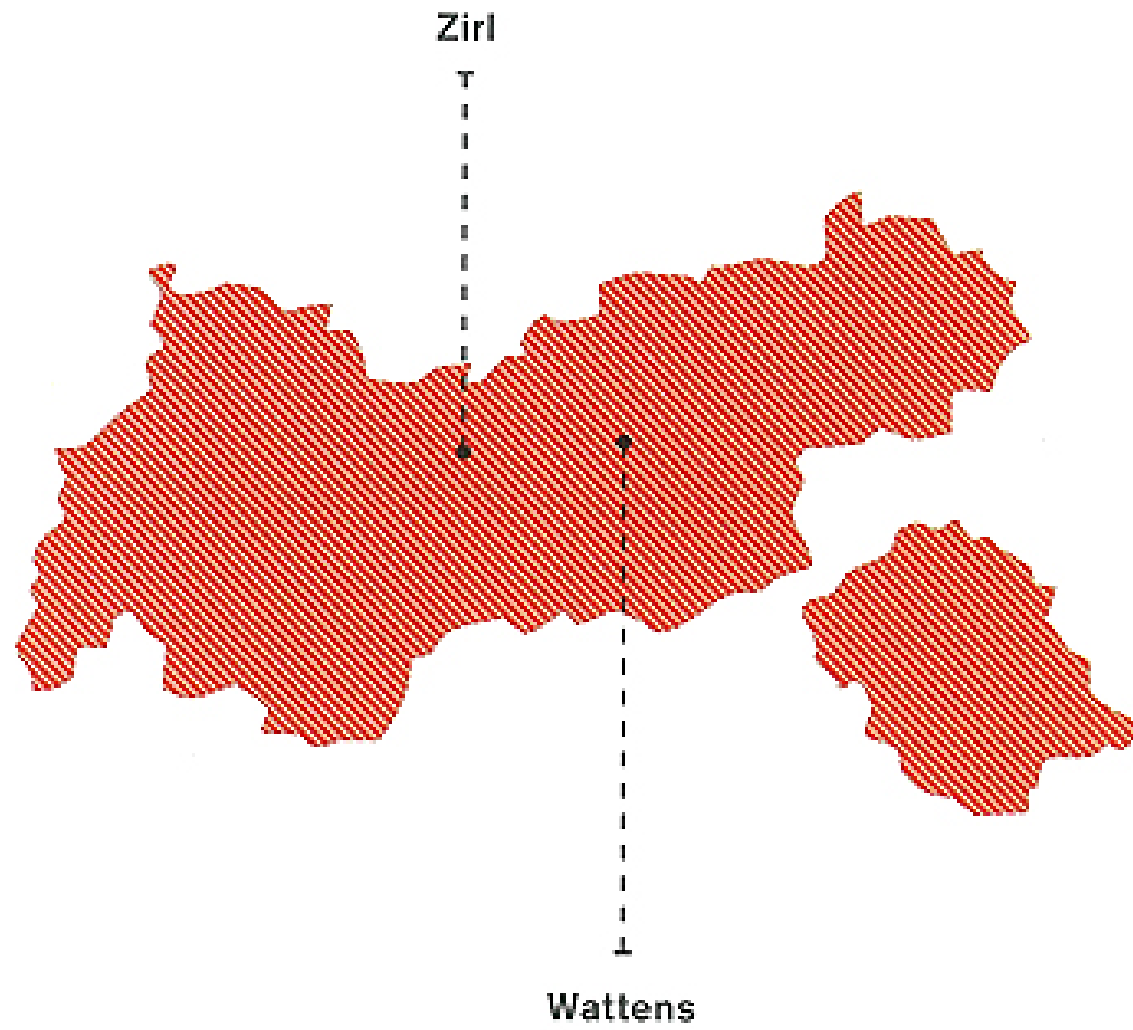
Gilles de Bure **Nature d'une autre nature**
Nature of another nature

Zirl

Otto Kapfinger **Transformationen des Alltags**
Transforming the Everyday

Wattens II

Tirol (Austria)



Gilles de Bure Nature of another nature

In this case, it is all about tension and energy, violation and hijacking, sham and inversion.

One observes the most subtle and veiled demonstration of the close relationship between Dominique Perrault's architecture and contemporary art.

This further proves that, in all his work, the architect gives free reign to sensations; always allows room for poetic license.

The most striking thing about the MPreis supermarket is that the demonstration unfolds - the evidence reveals itself - in such a small format, and in a repetitive way, but with extraordinary differentiation, all in the middle of nowhere, i.e. near the edges of a scattered string of villages deep in the Austrian Tyrol.

As Perrault has said and often repeated: "Architecture is a cultural thing that draws sustenance and inspiration from beyond its own academic field. It is a place where human experiences and aesthetic sensibilities interweave and intermingle in total freedom." So be it.

But how can one pervert these symbols of uniform globalization (or is it rather globalized uniformity) that supermarkets constitute?

Perrault endeavors to do just that, and not by tying some sort of signature electric decoration or fancy ribbon wrapped around the proverbial "shoe box", but rather by merely including a little plot of nature, a perfect replica of the surrounding environment.

Make no mistake. This inclusion reflects neither nostalgic romanticism nor some holier-than-thou ecological ideology.

Quite the opposite, it reveals itself as the expression of nature denatured, instrumentalized, made artificial. Nature of another nature...

On the subject of other "natural experiments" conducted by Perrault,

| Frédéric Migayrou observed: "Nature is no longer a zone of inde-
| termination. It requires specific study and knowledge. It is subject to
| the laws of regularization and industrial production. It is exploited,
| squeezed to the limit, yet remains available for a new kind of mastery:
| it can be developed, it is the subject of a specific domain of
| engineering." (With, Actar, 1999).

| Indeed, but in the Tyrol, Perrault squeezes nature less than his own
| mastery, his own thinking.

| By associating two realities totally foreign to each other, he creates
| an effect of signification, an image, a meaning and a sign.

| Seconding Paul Klee's famous remark "Art does not produce the visible,
| it renders visible," with his inclusions Perrault reveals visibilities that
| exhaust the image by causing the effects of meaning to vanish.

| Effects, doubtless, but certainly not meaning. Because here it is about
| giving shape to space more than producing an object. Blueprint, sense
| of scale and appropriateness of the place merge to form a juggernaut.

| How then do these alignments of products, brands, aisles, cashiers'
| stations, identical throughout the world, suddenly tip into another
| register?

| The supermarket's precise function and the exact replica of surrounding
| nature instill a strange feeling of doubt and uncertainty.

| "Far from me, in me, I exist by the side of who I am," confessed the
| restless Fernando Pessoa.

| Rome is no longer in Rome and MPreis overflows its walls. Supermarket
| or art gallery? Shopping center or village museum?

| This matters little, as according to Giorgio Agamben, "Thought is first and
| foremost the ability to dismantle facts, to recreate manufactured reality".

Otto Kapfinger Transformationen des Alltags

Die M-Preis Lebensmittelmärkte Tirols sind in Europa einzigartig. In zwei Jahrzehnten errichtete das als Familienbetrieb geführte Unternehmen über 100 Neubauten an ländlichen und städtischen Standorten. Im Normalfall sind solche Supermärkte der täglichen Versorgung ein stadtoökologisches und ästhetisches Problem: sie erodieren die gewachsenen Stadtzentren und verwandeln die Peripherien in austauschbare Kommerz-Zonen, allein den Vektoren von Fahren und Parken unterworfen. Stadtplaner und Architekten haben dieses Phänomen längst als unlösbar abgehakt; als einziges Mittel der Steuerung verblieb den Gemeinden die Festsetzung von Maximalgrößen.

Dass die M-Preis-Märkte das Klischee des durchökonomisierten Alltags widerlegen konnten, ist vielleicht nur einem biografischen Zufall zu verdanken. Denn die Brüder Hansjörg, Anton und Herbert Molk, die vor 25 Jahren die Expansion des kleinen Familienbetriebes begannen, waren mit einem Architekten befreundet – Heinz Planatscher. Und so zeigte sich schon bei den ersten, von Planatscher in den 1980er Jahren geplanten Neubauten eine Ambition, die in den 1990er Jahren andere Architekten weiterführen und zu einer Staffette gestalterischer Evolution steigern konnten, die zuletzt alle in Österreich einschlägig vergebenen Auszeichnungen erhielt, und die 2004 auch als Österreich-Beitrag auf der Architekturbiennale Venedig präsentiert wurde.

Industrialisierung und private Mobilität haben die seit jeher wirksamen Gene des Handels zur Bildung urbaner Raum- und Nutzungsstrukturen entkräftet. Neue „Marktplätze“ entwickelten sich als anti-urbane Container, umgeben vom Glacis der Parkplätze und Zufahrten, nach außen verschlossen, um innen durch Kunstlicht und Klimatisierung optimale Kontrolle der Warenpräsentation

zu haben. Die an allen Standorten identische innere Organisation, überdimensionale Logos für die plakative, ebenfalls normierte Außenerscheinung sowie die frei sichtbare, isolierte Lage – das sind die heute relevanten Maximen „autogerechter Märkte“. Konträr zu all dem versuchte M-Preis nun nicht weniger, als diese Eindimensionalität aufzubrechen, – um anstelle von dekorierten Billigst-Schuppen unverwechselbare Räume und polyvalente, nachhaltige Orte zu bilden. In diesem Sinne beschäftigten die Mólks seit 1990 systematisch mehr als zwei Dutzend Tiroler Architekten aus der mittleren und jungen Generation. M-Preis verzichtet auf eine Corporate Identity seiner Bauten. Statt dessen wird die gesamte Anlage und die Architektur für jeden Standort maßgeschneidert. Die Maximen dazu lauten: Übersichtlichkeit und Bewegungsfreiheit im Innenraum; Transparenz zum städtischen Kontext und zur Landschaft – zur Unterstützung der Orientierung und der örtlichen Identität; Entwicklung spezieller Baukonstruktionen mit Potentialen für mittelfristige Umrüstungen und für Zusatz- bzw. Fremdnutzungen mit Wohnungen, Büros oder öffentlichen Einrichtungen.

Die Architekten werden bei M-Preis nicht nur als Designer der Karosserie benützt, sondern in alle Fragen und Entscheidungen einbezogen: von der Standortwahl bis zur Disposition der Regale und der Warenpräsentation. Alle Faktoren werden ständig weiterentwickelt – die Lösungen für Boden und Decke, für Beleuchtung und Klimatisierung, für Farbe im Innenraum, Vorplatzgestaltung; die Konstruktionen in Stahl, Holz und Glas werden immer weiter variiert und optimiert. Zusammen mit den unabhängig vom Markt benützbar, jeweils am besten räumlichen Blickpunkt platzierten Cafés entstanden damit neue soziale Orte – niveauvolle, alltagskulturelle Räume, selbst in kleinsten Gemeinden abgelegener

Gebirgstäler, wo M-Preis mehr als einmal auch als Pionier neuer Baukultur wirkte.

Anhand der M-Preis-Bauten zeigt sich das entwerferische Spektrum der neuen Tiroler Architekturszene – von Wolfgang Pöschl, Rainer Köberl, Heinz/Mathoi/Streli, Pendl/Senn, Erich Gutmorgeth, Helmut Reitter, Giner/Wucherer, Stöger/Zelger bis zu Holzbox Tirol, Hans Peter Machné oder Hrdlovics/Fügenschuh. Als Dominique Perrault 1996 mit der Planung des Rathauses in Innsbruck beauftragt wurde, reagierten die Möbelschöpfer umgehend und führten mit der Einbindung eines internationalen „Stars“ ihre Marke in eine neue Dimension. Die Tiroler Kollegen hatten ja die Wechselwirkung zwischen Innen- und Außenraum, zwischen den Anblicken der Warenwelt und den Ausblicken auf die in Tirol besonders „gefühlige“ Bergwelt variantenreich ausdifferenziert. Perrault spitzte diese Dialektik zwischen dem Künstlichen und dem Natürlichen derart zu, dass auch die Künstlichkeit des Natürlichen als finale Tendenz unserer Zivilisation sichtbar wird. Über die funktionale Raumqualität hinaus führten die von Perrault entworfenen Märkte das Spiel zwischen „Natur“ und „Kultur“ in eine selbstreflexive, „flimmernde“ Darstellung. So überschreiten sie die sozusagen naive Konzeption der vorhergehenden M-Preis-Bauten, vermeiden aber im Bloßlegen der Ambivalenz solcher Konsumorte auch jedes Pathos kurzschlüssiger Ironie.

Es hatte sicher mit dem lokalen Kontext zu tun, dass Perrault's erster M-Preis – in Wattens – die Natur-Kultur-Dialektik idealtypisch formulierte. Der Markt liegt in Sichtweite der „Kristallwelten“, einer museumsartigen Anlage des ortsansässigen Glas-Unternehmens „Swarovski“; Naturphänomene und gläserne Hightech-Objekte werden dort in einer märchenhaften, grottenartigen Inszenierung als

Eventparcour aufbereitet: ein kulturelles Aushängeschild des weltbekannten Herstellers von hochpräzisen aber auch hochdekorativen Glasprodukten, – jedenfalls eine erstrangige touristische Attraktion. Perraults M-Preis entwickelt ein vergleichbares Thema, allerdings sehr lakonisch, subtil – und setzt dabei Gedanken fort, die schon Perraults Nationalbibliothek in Paris geprägt haben. Das kristallhaft leuchtende und kantenscharf in Glas gehüllte Bauprisma wird da von einem organhaft applizierten Biotop durchdrungen. Der Bau lagert südlich einer Ausfallstraße des Ortes; seine Südfront – mit Depots und Nebenräumen – ist hermetisch abgedichtet, die drei anderen Seiten sind verkleidet mit milchigem Okaluxglas, das die Wärme-einstrahlung reduziert und zugleich gleichmässig helles, diffuses Tageslicht ins Innere filtert; nur die gekurvte Partie der Straßens-fassade – die Schnittfläche des Waldgeheges mit dem Prisma – hat Klarglas und offenes Blickfeld. Man steht im Inneren des durch die zeichenhaften Dachträger als Markthalle typisierten Gebäudes – und sieht durch die Obst-, Gemüse- und Getränkeregale hindurch blendfrei nach Norden auf die Nadelbäume des Naturreservates, durch diese weiter hindurch über die geparkten Autos hinweg auf die Silhouette der Stadt und weiter zu den bizarren Bergkämmen auf der anderen Talseite. In der anderen Richtung, vom Straßenraum und Parkplatz aus, sehen wir zunächst ein exquisit umzäuntes Wäldchen, hinter dem der Markt mit den ganz an die Glasfassade gestellten, bunten Warenregalen hervorleuchtet – Vordergrund und Hintergrund verschmelzen zu einem Sujet, das an geschmückte Christbäume erinnert. Es ist also eine mehrfach kodierte Schichtung von Wirklichkeiten, die über das Rahmenwerk streng funktionaler Kalkulation hinaus beiläufig in poetische Konstellationen führt.

Der kleinere Markt in Zirl ist direkt an das Ufer des Inn-Flusses gesetzt, neben eine Straßenbrücke, die vom Bahnhof zum Ortskern führt. Perrault rückte hier die Ostfassade der Markthalle ganz an die den Fluss begleitende Allee heran, gliederte sie in einer Zick-Zack-Bewegung. So sind die raumhoch verglasten Teile von der direkten Besonnung weggedreht und eröffnen den Ausblick schräg über den Fluss auf die Berge gegenüber, während die kürzeren, massiven Fassadenpartien quer zum Fluss stehen, – sie tragen die Dachplatte und schirmen die Südsonne ab, wirken durch die Verkleidung mit hochpolierten Stahlblechen aber optisch entmaterialisiert und spiegeln die Alleeebäume, den ganzen Flussraum in den Innenraum herein, verwischen die Grenzen zwischen Draussen und Drinnen, zwischen Schein und Sein, Wunsch und Wirklichkeit.

Das Café, bei M-Preis „Baguette“ genannt, ist wie immer gleich beim Eingang und in Sichtweite der Kassen situiert und kreiert einen attraktiven Platz, von wo aus sowohl der Markteingang als auch das Geschehen am Brückenkopf und an der Uferpromenade überblickt werden kann. Mit diesen kleinen, gut geführten Cafés ist es M-Preis übrigens in vielen Fällen gelungen, das aus den Tourismusorten längst verschwundene „Gasthaus“ als sozialen Treffpunkt der Einheimischen zu ersetzen.

Die komplexeste Lösung bietet schließlich der zweite M-Preis in Wattens, an einer Hauptstraße im engeren Stadtgefüge. Perrault nützte ein geringes, am Grundstück vorhandenes Gefälle, um die banale Stelle in ein exemplarisches Stadtpartikel zu verwandeln. Wie schon bei zuvor entstandenen M-Preis-Bauten ist das Problem der Parkplätze so gelöst, dass die Parkebene unter den Markt eingeschoben ist. In Wattens geht allerdings der Straßenraum fließend in diese untere Étage über. Denn der Bau ist rundum ein

wenig über das Terrain herausgehoben, sodass die überdachten Stellplätze von allen Seiten direkt belichtet sind und auch der räumliche, optische Zusammenhang mit dem Straßenraum überall spürbar bleibt. Ebenso ist auch das „schwebende“ Marktplateau über verschiedene Rampen und Stufen kontinuierlich mit dem Gehsteig und dem anschließenden Vorplatz verbunden. Bäume und Rasen, die im ersten Beispiel eher dekorativ zwischen Autos und Gebäude platziert waren, sind hier nun in die räumliche, vertikale Verklammerung dieser Sphären integriert – als Bepflanzung seitlicher Einkerbungen sowie des langen, hofartigen Einschnitts ins Gebäude, der Parkplatz und Markthalle mit einem zentralen, von Baumkronen belebten Lichtraum aufwertet.

Die Halle selbst ist rundum verglast, mit vorgehängten Metallnetzen aber so abgeschirmt, dass keine Aufheizung durch Sonneneinstrahlung entsteht und dennoch wichtige Blickachsen freibleiben.

Die teure Fassade rechnet sich deshalb, weil sie die innere Klimatisierung ersetzt. In diesem M-Preis hat man das Gefühl – bei 5,33m Raumhöhe – man würde sich im Freien bewegen: Stadtraum, Naturelemente und überdachte Warenwelt fließen ineinander. Büros für die örtliche Gendarmerie, eine separate Bankfiliale und ein eigenes Textilgeschäft bilden zusätzliche Schichten der Anlage und überlagern sie mit weiteren Nutzungen.

Die mit durchschnittlichen Baukosten von 800 Euro /m² sehr ökonomischen M-Preis-Bauten im allgemeinen, jene von Perrault im besonderen und speziell sein letzter in Wattens demonstrieren ein in der Konsumgesellschaft seltenes Phänomen – die Kreation von nachhaltiger Qualität aus alltäglicher Trivialität, die Wandlung banaler Orte und Funktionen in ebenso spezifische wie universell gültige Räume.

Un parcours photographique de Jordi Bernadó sur trois bâtiments de Dominique Perrault appartenant à la chaîne de supermarchés MPreis, au Tirol autrichien. Avec des textes de Gilles de Bure et Otto Kapfinger.

Jordi Bernadós fotografischer Parcours durch drei Gebäude von Dominique Perrault der MPreis Supermarktkette im österreichischen Tirol. Mit Texten von Gilles de Bure und Otto Kapfinger.

A photographic itinerary by Jordi Bernadó through three buildings by Dominique Perrault of the MPreis supermarket chain, in the Austrian Tyrol. With texts by Gilles de Bure and Otto Kapfinger.

ISBN 84-96540-59-6

