

## Vielfalt als Corporate Design

Architekten: Giner + Wucherer (MPreis Achenkirch); tatanka ideenvertriebsgesellschaft m.b.h. (MPreis Wörgl); Rainer Köberl und Michael Steinlechner (MPreis Hauptbahnhof Innsbruck)



Text: Gretl Köfler  
Fotos: Lukas Schaller (MPreis Achenkirch und Innsbruck), Paul Ott (MPreis Wörgl)

Mit ihren jeweils individuell und dabei stets mit hohem architektonischen Anspruch gestalteten Filialen erzielt die Tiroler Supermarktkette MPreis einen hohen Wiedererkennungswert ohne dabei in Gleichförmigkeit zu verfallen. Ihr Anliegen ist es, dem Kunden nicht nur eine attraktive Produktauswahl, sondern ein räumliches Käuferlebnis zu bieten.

With individually designed stores of a consistently high architectural standard, the MPreis supermarket chain in Tyrol achieves a high level of recognition without having to lapse into uniformity. Their wish is to offer customers not only an attractive range of products but also a spatial shopping experience.

Italienische Antipasti und Serranoschinken, Couscous, Kokosmilch und Trüffelbeinwurst – solche kulinarischen Köstlichkeiten gibt es in Tirol nicht nur in den städtischen Zentren, sondern auch in vielen Dörfern, von Elbigenalp bis Ebbs, von Nauders bis Sillian. Selbst die Urlauber halten inzwischen Ausschau nach dem oft spielerisch verformten roten Würfellogo mit dem silbernen »M«. Statt auf öde Einkaufskisten treffen sie auf Orte, wo mit modernen Materialien, mit Licht und Weite der alltägliche Einkauf zum Erlebnis wird. An die 140 »MPreis-Filialen« gibt es inzwischen und fast jeden Monat eröffnet irgendwo ein neuer, wobei die Landesgrenzen nur selten überschritten werden.

MPreis sieht sich selbst als Lebensmittelnahversorger, nicht als Architekturprojekt. Gründerin ist die legendäre Stammutter Therese Molk. Sie legte in den zwanziger Jahren des vorigen Jahrhunderts mit einer Gemischtwarenhandlung, einer Bäckerei und einer Molkeerei in Innsbruck den Grundstein für den Erfolg des Familienunternehmens. Zusammen mit ihrem Ehemann und acht Kindern betrieb sie bereits 1929 elf Verkaufsläden in Innsbruck und Hall. Seit den siebziger Jahren ist die dritte Generation am Ruder. Die Cousins Hansjörg und Anton Molk formten aus etwa 30 stagnierenden Tante-Emma-Läden eine äußerst erfolgreiche Lebensmittelkette, die ihren Marktanteil von 2,5 Prozent auf derzeit 35 steigern konnte. Sie ist mit 3800 Mitarbeitern und einem Umsatz von 430 Millionen Euro (Zahlen von Juni 2006) der zweitgrößte Nahversorger des Landes. Die Strategie ist ebenso einfach wie wirkungsvoll. Ein zeitgemäßes, vollständiges Angebot – derzeit fast 11000 Waren – wird möglichst nahe an den Kunden herangebracht und die Preise sind überall gleich. Die starke Vernetzung mit der regionalen Wirtschaft in Nord- und Südtirol ermöglicht neben internationalen Marken auch regionalen Klein- und Mittelbetrieben ihre Produkte landesweit anzubieten, Bio vom Berg und Fair Trade haben ihren fixen Platz. Die Kunden außerhalb der zentralen Orte fühlen sich ernst genommen und werden nicht mit einem lückenhaften Angebot



1 Die Konstruktion des MPreis-Marktes in Wörgl ist brückenartig, alle Stellplätze liegen unter dem Gebäude. Der Weg vom Parkdeck zum Markt führt durch eine Grünzone zur Fußgängerbrücke; eine zweite Brücke führt zwischen dem Sonnenschutz und dem Gebäude ins Obergeschoss

2 Fünf Trag- und Erschließungstürme strukturieren eine Abfolge von einzelnen Bereichen. Eine räumliche Antithese zu den sonstigen Märkten der Kette, die den größtmöglichen Überblick über den Gesamttraum anstreben

3 Der Markt in Wörgl befindet sich östlich des Stadtzentrums in einem Mischgebiet. Von der Stadt kommend liegt das Gebäude quer zur Straße; mit der konkav geschwungenen Sonnenschutzfassade aus Glasfasergewebe präsentiert es sich ruhig und einheitlich





4

4 Außerhalb des Ortes Achenkirch liegt die markant geschwungene MPreis-Filiale der Tiroler Architekten Güner und Wucherer

5 Das horizontal gegliederte Gebäude gibt über große, dem Fassadenschwung folgende Fensterflächen Einblicke ins Innere

6 Die »Baguette« genannten integrierten Cafés als Treffpunkt gehören zum Konzept der MPreis-Kette

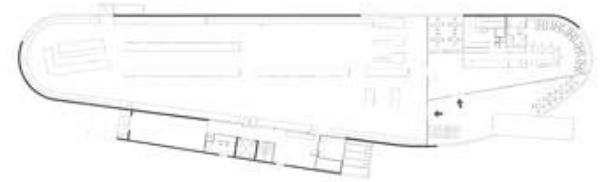


5

zweiter Wahl zu überhöhten Preisen abgefertigt. Teil der Erfolgsgeschichte sind die integrierten »Baguettes«, sonnendurchflutete Cafés mit Ausblick und hauseigenem Gebäck, die sich zu kommunikativen Zentren entwickelten. Wo der Dorfladen und das Wirtshaus den Betrieb eingestellt haben, trifft man sich zum Plausch bei MPreis und in den gesichtslosen Gewerbegebieten können die Hausfrauen auf Einkaufstour und die Angestellten in der Mittagspause einen erholenden Stopp einlegen.

MPreis füllt die Lücke zwischen Greißlerei (Ausschank mit Verkauf, Anmerkung der Redaktion) und Einkaufszentrum, Architektur dient dabei als wichtiges, aber nicht einziges Mittel zum Zweck. »Gerade in einem Land, in dem eine solche Vielfalt an landschaftlichen Besonderheiten, kulturellen Traditionen und Dialekten herrscht, ist die Verantwortung diesem Umstand gegenüber groß« meint Hansjörg Molk. Das Ergebnis ist das Produkt eines über Jahrzehnte fortlaufenden Diskussionsprozesses zwischen Bauherren und Architekten mit viel Lust am Experiment. Am Anfang, als Corporate Identity (CI) im deutschsprachigen Raum zum flächendeckenden Siegeszug ansetzte, traf Anton Molk auf den Innsbrucker Architekten Heinz Planatscher. Er entwickelte Mitte der achtziger Jahre ein dezidiert architektonisches Gestaltungskonzept und das Logo für die bis dahin farblosen Märkte; die horizontalen Putzfaschen und die blauen Fenster sind noch heute kennzeichnendes Merkmal mehrerer Innsbrucker Filialen. Der Erfolg gab ihm Recht und die Sensibilität der beiden Unternehmer für Architektur war geweckt, sie entsprang nicht vordergründig marktstrategischen Überlegungen, sondern echtem Interesse und Leidenschaft.

Den nächsten Entwicklungsschritt setzte mit dem Architekten Wolfgang Pöschl wiederum eine Zufallsbekanntschaft. Der damals 40-jährige, wie viele seiner Generation in partnerschaftlicher Beziehungsarbeit trainiert, wusste aus eigener Erfahrung einiges über



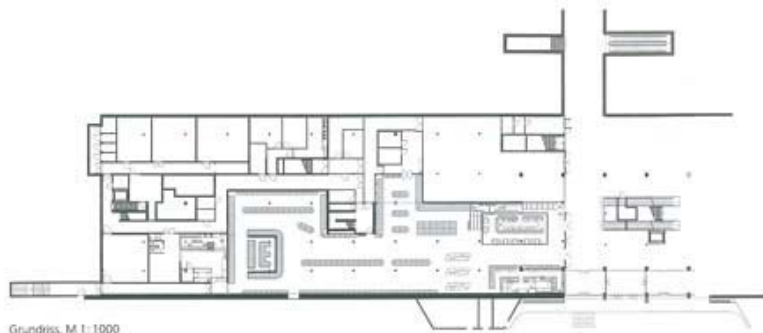
Grundriss, M 1:750

den Frust des täglichen Lebensmitteleinkaufs, über dunkle Räume, schwere Taschen, lange Wege. Folgerichtig empfiehlt er in seiner Anleitung für Kopisten »Gehen Sie selbst regelmäßig einkaufen, erledigen Sie den Wocheneinkauf für Ihre Familie.« Nach längeren Diskussionen mit den Bauherren und deren Aufforderung: »Machen Sie aus dem Lebensmittelmarkt ein positives Umfeld, Einkaufen gehen muss nicht wehtun« entwarf Pöschl das Konzept eines »fiktiven MPreises«, wobei er primär Überlegungen über die Funktion anstellte. Es galt keinen »schönen Raum« zu schaffen, in dem »leider« Regale stehen, sondern sich mit den Funktionen und Bedürfnissen eines Lebensmittelmarktes so auseinanderzusetzen, dass sie ein logischer, wenn auch austauschbarer Bestandteil des Ganzen werden. Das Konzept gilt heute noch. Materialien, Regalstellungen, Konstruktion, Lichtlösungen und Raumkonzepte werden immer wieder hinterfragt und neue, ungewöhnliche Lösungen sind inzwischen Teil der CI. Das einzige Argument, das einen Architekten in den Augen der Bauherren disqualifiziert, ist, wenn er sich nur über die Hülle und nicht über den Inhalt den Kopf zerbricht. Sogar Dominique Perrault – als einziger auswärtiger Architekt mit drei MPreis-Filialen in Wattens und Zirl vertreten – zerbrach sich den Kopf über das richtige Licht am Wurststand.

Anfangs stießen die neuen Konzepte auf Widerstand. Bürgermeister gefiel die Form nicht, Kammervereine mäkelt und die anderen Lebensmittelketten sahen ihre Positionen bedroht. Pöschls erster Entwurf für Hall wurde unter fadenscheinigen Vorwänden abgewürgt. Bereits sein zweites Projekt am nördlichen Ortsrand von Lienz erhielt 1993 als erster Supermarkt die »Auszeichnung des Landes Tirol für Neues Bauen«. Die Kunden fragten sich anfangs zwar, wann die fragile Konstruktion aus Wellblech und Spanplatten zusammenbräche, doch die wechselnden Tageslichtstimmungen und die Aussicht auf einen alten Nussbaum überzeugten. Die Wider-



6



Grundriss, M 1:1000

7 Die Filiale im Innsbrucker Hauptbahnhof war die erste in einem bestehenden Gebäude. Beim größten Teil der Verkaufsfläche wurde auf eine Allgemeinbeleuchtung verzichtet, stattdessen wurden Strahler eingesetzt, die die Waren wie wertvolle Exponate erscheinen lassen

8 Auch in dieser Filiale: das integrierte Café

9 Die Architekten mussten im Souterrain des Bahnhofs mit einem lang gezogenen Raum von lediglich 3,10 Metern zurecht kommen und reagierten mit einer Glasdecke, die auf der Rückseite schwarz gestrichen ist, so dass sie den Raum spiegelt



8



7

borstigkeit und Fetzigkeit war nicht zufällig, sondern genau kalkuliert und Heterogenität gehörte zum Programm. Alles was »Bedeutung« suggerierte, war dem Architekten suspekt, denn »die starren Firmen haben am besten das CI beherrscht«. Inzwischen haben über 30 Tiroler Architekten aus drei Generationen – viele von ihnen über die Landesgrenzen bekannt – ihre architektonische Handschrift hinterlassen und MPreis hat dafür internationale Aufmerksamkeit und viele Baupreise eingeholt. Für jeden Ort werden die Räume im Dialog mit den Bauherren maßgeschneidert. Zwar ist der Kostenrahmen vorgegeben – er liegt angeblich um 30 Prozent niedriger als bei der Konkurrenz, doch innerhalb dieses Rahmens genießt der Architekt größtmögliche Freiheit, trifft auf wenige bürokratische Hindernisse und jeder erhält dasselbe Honorar. Kein Supermarkt gleicht dem anderen, jeder ist sorgfältig in die Landschaft komponiert, mit seiner Umgebung vernetzt und achtet die Bedürfnisse der Anrainer. In den neunziger Jahren waren die Supermärkte vornehmlich an den Ortsrändern angesiedelt, wobei für MPreis die ideale Größe bei ca. 1300 m<sup>2</sup> lag. Die novellierte Tiroler Raumordnung hat das Wachstum außerhalb der Kernzonen gebremst und auf dem derzeitigen Stand eingefroren. Die uferlose Größe ist passé. MPreis setzt deshalb zunehmend auf Intensivierung und Verdichtung in den Zentren und an ungewöhnlichen Punkten. Bedingt durch die ständig steigenden Treibstoffpreise wird »Fußläufigkeit« wieder zum Thema. Da in den Ortskernen die Baugründe rar sind, wird eine langfristig Planung in Kombination mit anderen Bauvorhaben sinnvoll, mit dem Gemeindezentrum oder der Arztpraxis, mit dem Kindergarten oder dem Seniorenheim. Es ist jedenfalls absehbar, dass MPreis auch weiterhin wirtschaftlichen Erfolg und baukulturellen Anspruch unter einen Hut bringen wird.

G. K.

MPreis Wörgl Ost  
 Bauherr: MPREIS Warenvertriebs GmbH, Völs (A)  
 Architekten: tatanka ideenvertriebsgesellschaft m.b.h., Mils (A)  
 Mitarbeiter: Wolfgang Pöschl, Thomas Thum, Joseph Bleser  
 Statik: Alfred Brunensteiner, Natters  
 Haustechnik: Moser+Partner  
 Grundstücksfläche: 5074 m<sup>2</sup>  
 Umbauter Raum: 14 249 m<sup>3</sup>  
 Nutzfläche: 2713 m<sup>2</sup> (ohne Parkdeck)  
 Fertigstellung: Dezember 2002

MPreis Achenkirch  
 Bauherr: MPREIS Warenvertriebs GmbH, Völs  
 Architekten: Giner + Wucherer, Innsbruck  
 Mitarbeiter: Andreas Pfeifer, Paolo Pizzignacco  
 Statik: Alfred Brunensteiner, Natters  
 Örtliche Bauaufsicht: ibi Ingenieurbüro Lutz, Innsbruck  
 Haustechnik: Tivoli-Plan GmbH  
 Umbauter Raum: 5258 m<sup>3</sup>  
 Nutzfläche: 1455 m<sup>2</sup>  
 Fertigstellung: 2005

MPreis Hauptbahnhof Innsbruck  
 Bauherr: MPREIS Warenvertriebs GmbH, Völs  
 Planung: Rainer Köberl und Michael Steinlechner, Innsbruck  
 Projektleitung: Klaus Schmücking, Inzing  
 Statik: Alfred Brunensteiner, Natters  
 Heizung- und Lüftungsplanung: Tivoli-Plan, Innsbruck  
 Elektroplanung: HG-engineering, Innsbruck  
 Umbauter Raum: 5015 m<sup>3</sup>  
 Nutzfläche: 1244 m<sup>2</sup>  
 Fertigstellung: Januar 2004  
 Baukosten: 839 600 Euro



9