

Etui des Alltags

ARNO RITTER

Märkte sind Umschlagplätze von Waren und Orte der Alltagskultur. Sie sind Schnittstellen unterschiedlicher Bewegungsformen der Warenzirkulation – von der Anlieferung über die Präsentation bis zum Abtransport von Produkten durch die Kunden. Märkte sind in diesem Sinne Räume ökonomischer, energetischer wie sinnlicher Begegnungsarten zwischen Waren und Menschen – und Orte der Lebenskultur, da sie einerseits den Alltag repräsentieren und andererseits als Stätten sozialer Kommunikation fungieren. Dies trifft sowohl für die nur noch selten vorhandenen alten Markthallen wie – in anderer Form – auch für die heute dominierenden Supermärkte und Einkaufszentren zu, wobei in diesen Räumen des Warentausches nur selten das Moment der qualitativen Gestaltung spürbar ist und viele dieser dezentralen Orte aus raumplanerischen Gründen als problematisch einzustufen sind. In ihnen dominiert meist das reine Effizienz- und Kostenargument, das sich vor allem auf die Lage, die Architektur wie die Innenraumatmosphäre auswirkt und den Konsumenten nur eindimensional über den Preis zu binden versucht. Das Preisschild wird zum alles bestimmenden Argument und der Raum zum „billigen“ Etui von Waren.

Als Tiroler Familienunternehmen entwickelte MPREIS in den letzten zwei Jahrzehnten demgegenüber eine für eine Supermarktkette ungewöhnliche Strategie, da sie einerseits auf eine Corporate Architecture verzichtet, um stattdessen die einzelnen Märkte – derzeit etwa 150 hauptsächlich in Tirol mit Verkaufsflächen von 400 bis 1.200 Quadratmetern – je nach Größe und Standort – von unterschiedlichen Architekten individuell planen zu lassen, und andererseits die Strategie verfolgt, Märkte auch in unterversorgten oder entlegenen Regionen sowie in dörflichen Kontexten zu errichten, um auch eine ressourcensparende Nahversorgung der Bevölkerung sicher zu stellen. MPREIS-Märkte sind architektonisch präzise gestaltete Etuis für den Alltag, funktionale Räume und zugleich sinnliche Orte, die mit dem baulichen Kontext und der Landschaft im Dialog stehen. Gleichzeitig entwickeln diese Märkte, aufgrund ihrer gestalterischen Individualität sowie der angeschlossenen Cafés, soziale Funktionen im Leben eines Kollektivs, da sie als Treffpunkt im Alltag und mentaler Identifikationsort dienen. In diesem Sinne erfüllen diese Märkte nicht nur eine pragmatische Rolle, sondern aufgrund ihrer Gestaltung sowie hohen „Lebensraumqualität“ eine konzeptionelle, architektonische und auch umweltschonende Vorbildfunktion.

Vor einigen Jahren begann MPREIS verstärkt Produkte aus der Region sowie Bioprodukte in ihr Sortiment aufzunehmen, um einerseits die lokalen Produzenten zu unterstützen und andererseits das Warenangebot auf die Bedürfnisse der Bevölkerung abzustimmen. Dies führte auch zu einer Veränderung des Kaufverhaltens, zu einer verstärkten Bindung der Kunden an regionale Produkte und letztendlich zu einer besseren Ökobilanz. Darüber hinaus wurden auch selbständige UnternehmerInnen – wie Fleischhauer, Floristen, Friseure etc. – in MPREIS-Märkte integriert, was zu einer Erweiterung der Funktion der Märkte führte. Sie entwickelten sich zu kleinen Dorfzentren und Kommunikationsorten im kollektiven Alltag von vielen Gemeinden in Tirol.

MPREIS steht als wohl vollständigstes und weitreichendstes Beispiel für den architektonischen Aufschwung innerhalb von Gewerbe, Handel und Industrie seit 1990. Die Szene wirkt in Westösterreich mit seiner kleinkörnigen, innovativen Unternehmensstruktur und einem Schwerpunkt in der Holzwirtschaft vitaler als in der östlichen Region, wo traditionell die großen, staatlichen Betriebsformen dominierten. Ein gutes Barometer der einschlägigen Trends und Spitzenleistungen bilden die jährlich vergebenen „Bauherrenpreise“ der Zentralvereinigung der Architekten sowie die in allen Bundesländern separat vergebenen Landesbaupreise.



Bürohochhaus SIE
Lustenau 2002
Marte Marte



Druckerei und Medienfirma Gugler
Kombination von Lehm- und Holzbau
Pielach 2000
Ablinger, Vedral & Partner



Vetterhof
Neudefinition landwirtschaftlicher Betriebsführung
Lustenau 1996
Roland Gnaiger

PRODUKTION & DISTRIBUTION



136 MPREIS Stadtteilzentrum Olympisches Dorf Innsbruck
Fröscher Lichtenwagner

PRODUKTION & DISTRIBUTION