



Architektur als Corporate Identity: Die Tiroler Supermarktkette MPreis setzt dieses Konzept erfolgreich um.

VON PETER MATZANETZ

Märkte mit Design

VIelfalt Täglich werden wir von Postwürfen großer Supermärkte mit besonderen Angeboten überschwemmt. Eine Tiroler Supermarktkette wirbt hingegen mit herausragender Architektur. Beim Familienunternehmen MPreis wird großer Wert auf die individuelle Gestaltung jeder einzelnen Filialen gelegt. Die 133 Geschäfte wurden von mehr als 30 Architekten geplant.

Mit der neuen Lage der heutigen Supermärkte außerhalb der historischen Ortskerne ist auch eine neue architektonische Eigenständigkeit gefragt. Das hat man bei MPreis erkannt und andere Supermarktketten nehmen sich bereits ein Beispiel daran.

UNVERWECHSELBAR Der Wiedererkennungseffekt der Filialen ist dennoch gegeben. Mit spektakulären Dach- und Gebäudeformationen setzt MPreis unverwechselbarere Zeichen und be-



Der Markt in Kematen im Inntal bietet als besondere Attraktion eine lange Glasfront, die einen spektakulären Blick auf die Martinswand erlaubt.

ERFOLG Mit jedem einzelnen Gebäude wird für die Kunden ein eigener Marktplatz kreiert. Ingrid Huter, Pressesprecherin von MPreis: „Wir wollen mit großzügiger Raumgestaltung eine Wohlfühl-Atmosphäre schaffen. So wird in unseren Filialen nicht nur eingekauft, sondern auch kommuniziert.“

Die Strategie geht auf. Immerhin ist MPreis das führende Einzelhandelsunternehmen Tirols. Die prägnante Architektur zeigt, dass MPreis trotz seiner langjährigen Geschichte am Puls der Zeit liegt. Tradition im Unternehmen und Moderne im Design stellen hier eine geglückte Kombination dar.

zeichnet diese als ihre Corporate Identity.

Das individuelle Gebäudedesign bietet aber auch die Möglichkeit, auf die Eigenheiten des Bauplatzes

und der Lage Rücksicht zu nehmen. „Das Investieren in Problemlösungen zahlt sich aus.“, sagt Architekt Hans Peter Machné über seinen Beitrag in Matrei (Osttirol).

► www.mpreis.at

FOTOS: PAUL VITL, THOMAS JÄGERLEITER, LUKAS DUBELER