

Preiswürdige

Von außen nach innen und umgekehrt: Die Schwazer Großfläche lässt weit blicken (links, rechts und unten).



Interspar Schwaz

Heimlane-Berghofer-Straße, A-6130 Schwaz

Verkaufsfläche:	5.000 qm
Investition:	24 Mio. Euro
Eröffnung:	März 2006
Mitarbeiter:	160
Sortiment:	40.000 Artikel, Food und Nonfood
Architektur:	Achammer-Trithart & Partner (ATP), Innsbruck
Konzept:	Ladenbauer, Händler, Architekten
Lichttechnik:	Barthenbach Lichtlabor
Gesamtumsatz der Interspar-Gruppe 2006:	1,2 Mrd. Euro (inklusive Maximärkte)

In Österreich beschränken Händler ihre gestalterischen Ambitionen nicht auf das Innenleben. Die Spar wetteifert mit dem Tiroler Lokalmatador M-Preis um die einfallreichste Architektur.

Im warmen Winter 2007 reckten sich die Berge dunkel zum Himmel. Nur ihre Spitzen sind leicht gepudert. Der Anblick beeindruckt auch ohne viel Schnee. Und wer den Interspar in Schwaz betritt, muss auf das Alpenpanorama vor der Tür nicht verzichten. Denn ein überdimensionales Schaukasten lässt dem Besucher freie Sicht. Die knallrot gerahmte Eingangstür ist eines der wenigen Elemente mit rechten Winkeln. Ansonsten vermeidet die Konstruktion gerade Linien, wo es nur geht. So schwingt sich das Holzdach in leichtem Bogen über die 5.000 Quadratmeter große Handelsfläche. Seine silberne Einfassung führt in einer fließenden Bewegung seitwärts bis zum Boden. Die andere Seite bildet eine abgerundete Wand aus Metall, deren Gitter im Tagesverlauf mal mehr, mal weniger Sonnenstrahlen hereinlässt. Mittlerweile verfügt der Händler über die nötige Erfahrung mit lichten Fas-

saden. Noch bei der ersten Glasfront „schmolz uns im Sommer die Schokolade weg“, blickt Pressechefin Nicole Berkmann zurück. Heute verhindern ausgeklügelte Schutzsysteme in den Scheiben solche Schäden. Sie regulieren Helligkeit und Raumklima. Neue Dämmtechniken sorgen außerdem dafür, dass Energiekosten nicht ausufern. Denn neben großen Schaufenstern sind hohe Räume typisch für Interspar. Auf nur wenigen Y-Trägern schwebt die Decke in elf Metern Höhe; „eine Herausforderung an die Statiker“, wie Berkmann weiß. Unter dem geschwungenen Dach ist kaum Technik zu sehen, so dass der befreienden Wirkung nichts entgegensteht. Unwillkürlich fallen einem die bedrückenden Niedrigkisten der siebziger Jahre ein, die in deutschen Landen noch weit verbreitet sind. „Die Menschen fühlen sich einfach wohler in solchen Gebäuden“, lautet die schlichte Begründung, warum sich

Pilgerstätten



Spar Österreich von den üblichen „Schuhkartons“ verabschiedet hat. Auch und gerade im Innern macht sich die mutige Konzeption positiv bemerkbar. Die luftige Höhe, der weite Blick, viel Holz und Glas. Der verschwenderische Umgang mit Platz. Frischeinseln unter naturfarbenen Segeln. Teile der Wand in warmem Rot. In Mint dagegen hebt sich Nonfood ab. Die Umkleidekabinen in Pink und Orange erinnern an kleine Zirkuszeltel. Riesige Schwarzweißfotos zeigen animierende Details und weisen auf entsprechende Abteilungen hin: Hände, die einen Brotteig kneten, Hände, die Gemüse schnippeln. Immer wieder finden sich gerundete Ecken, geschwungene Formen, im Rondell angeordnete Theken. Vom Selbstbedienungsrestaurant auf einer Empore hat der Besucher einen guten Überblick über das Angebot, das etwa 40.000 Artikel umfasst. Gleichzeitig kann er die Bergkulisse genießen. „Architektur ist kein Selbstzweck“, führt Monika Zieger aus. Sie ist Bereichsleiterin für Bau und Energie bei der Grazer Spar. In dieser Region sind besonders viele Märkte neuen Zuschnitts entstanden. Besucher sollen sehen, was sie erwartet. „Früher hat

man die Menschen mit den Produkten eingeschlossen, von der Außenwelt abgeriegelt. Heute wollen wir den Kontakt – von außen nach innen und umgekehrt.“ Zudem sei man sich bewusst, dass Läden öffentlichen Raum gestalten. „Unser Anliegen ist es, hier positive Signale zu setzen.“ So erhalten nicht nur Prestigeobjekte der Großflächenszene ein individuelles Gesicht, sondern auch die kleineren Vertriebs-typen. Als vorbildlich gelten in der Steiermark der Eurospar Leibnitz – er gewann 2005 den österreichischen Bauherrenpreis – oder der Supermarkt in Oberschützen, der eine markante Stellung im Ort einnimmt. Die Gemeinden schätzen die Qualität der entstandenen Gebäude. Sie legen zunehmend Wert darauf, dass neue Projekte ihr Erscheinungsbild verbessern statt verhandeln. Auch die Fachwelt hat reagiert. Während es früher in Architektenkreisen nahezu verpönt war, einen Lebensmittelladen zu gestalten, reißen sich junge Talente heute um Aufträge. „Wir stellen einen absoluten Imagewandel fest“, freut sich Zieger. Andere Branchen profitieren längst von der Sogwirkung spektakulärer Immobilien. So der Tourismus. Seit Stararchitekt Peter Zumthor im

Lohnende Ziele



Eurospar in Prutz (ganz oben) und in Leibnitz/Steiermark (oben).



Interspar in Hallein bei Salzburg.

Außerdem interessant: Spar-Märkte in Wartberg/Krems, in Oberschützen und am Grazer Bahnhof, Interspar in Graz, Sandteufelgasse.

Die Supermärkte des Tiroler Händlers sind ein Hingucker. Auch ihre Einrichtung fällt aus dem Rahmen (unten).



Pionier M-Preis

Unternehmenssitz: Völs, Tirol

Umsatz: 430 Mio. Euro
 Verkaufsstellen: 142 Supermärkte
 Durchschnittliche
 Flächengröße: 600 qm
 Sortiment: 8.000 Artikel,
 davon 1.200
 Regionalprodukte

Preisgekrönte
 Märkte: Innsbruck Hbf ·
 Kempten · Niederndorf
 Tannheim · Wattens ·
 Weißenbach · Wöns ·
 Wildschönau · Zirl



Schweizer Vals eine futuristische Felsenherme in den Berg hauen ließ, pilgern die Menschen scharenweise dorthin – nicht nur zum Relaxen. Nur der Handel, so schien es, kam mit schlichten Flachbauten aus. In Österreich jedoch geht der Wettkampf um die schönste Fassade bereits in die zweite Runde. Ende der Neunziger baute die österreichische Spar ihre ersten Hingucker. Nun hat auch Billa mit Facelifting begonnen. Selbst auf die Discounter ist der Funke übergesprungen. Absoluter Vorreiter aber ist ein kleiner Lebensmittelfilialist aus Tirol namens M-Preis. Angeregt durch einen befreundeten Architekten ließ sich Inhaber Hansjörg Mölz bereits zu Beginn der achtziger Jahre eine Filiale von ei-

nem Profi designen. Von dem Resultat war er offenbar so angetan, dass daraus ein Programm wurde. Seither baut M-Preis einen Markt nach dem anderen, dessen Äußeres aus dem Rahmen fällt. Und radikaler als der größere Wettbewerber setzt der Händler sogar im Innern seiner Outlets auf stete Veränderung. Jede Filiale ist ein Unikat. Und genau darin besteht die Identität von M-Preis seither, Vielseitigkeit als Markenzeichen. Mölz sieht seine Läden als Ort der Begegnung. Er möchte, dass Menschen sich gerne dort aufhalten. Denn in vielen Dörfern Österreichs gibt es heute keine Gasthäuser und Cafés mehr. Da habe der Supermarkt die einmalige Chance, diese Rolle zu übernehmen,

meint er. Mit seelenlosen Nachkriegsbauten sei das nicht machbar. „Genuss kann unter solchen Voraussetzungen nicht aufkommen“, heißt es auf der Homepage. In Wattens legte ein Niche-Österreicher mit Hand an. Dort entstand ein Objekt nach einer Idee von Dominique Perrault, dem Erbauer der französischen Nationalbibliothek. Er integrierte lebende Bäume ins Bauwerk. Ansonsten haben regionale Architekten die Pläne entworfen. M-Preis versteht seine Läden als Teil der Landschaft – und als solcher sollten sie sich harmonisch in die Natur einfügen. Was Modernität keineswegs ausschließt, wie die Ergebnisse vielerorts zeigen. Beispielsweise in Wöns, wo ein riesiger Qua-



Stararchitekt Dominique Perrault entwarf den prämierten Markt in Wattens. Besonderes Merkmal: die in das Bauwerk integrierten Bäume (unten).



M-Preis möchte, dass sich seine Läden harmonisch in die Umgebung einfügen. Das schließt Modernität nicht aus, wie das Beispiel in Wöns zeigt.

der aus Glas und Stein über einem Parkdeck schwebt. Dafür kassierte der Tiroler Händler zahlreiche Preise. Die Resonanz reichte sogar bis nach Übersee. Auch andere Gebäude erhielten offiziell Anerkennung. Die Liste der Trophäen ist inzwischen lang. Wer nun glaubt, die Österreicher könnten nicht rechnen, der irrt. Sowohl M-Preis als auch Spar beteuern, dass ihr Bemühen um Schönheit am Bau von den Kunden belohnt wird. Immerhin prosperieren beide Unternehmen und schreiben schwarze Zahlen. Ihre kreativen Köpfe arbeiten nicht im luftleeren Raum, sie müssen sich an strenge Budgetvorgaben halten. Und offensichtlich wird solches Bemühen noch auf andere Weise honoriert. Vor kurzem schrieb die Lebensmittel Zeitung, dass im Alpenland gelingt, wovon hiesige Händler bisher nur träumen: Man darf die Preisspirale nach oben drehen und wird dafür nicht abgestraft. Lebensmittel steigen in Wert und Ansehen. Monika Zieger ist skeptisch, ob „die Deutschen auf das kleine Österreich schauen“. Doch etwas von dieser Verkaufskultur täte hierzulande gut. Und siehe da, in Ingolstadt hat im Januar ein imposantes E-Center eröffnet. Seine Konstrukteure sind der Interspar wohl bekannt – die Architekten von ATP. Sie zeichneten auch die Konstruktionspläne für Schwaz.

ULLA BOSSHAMMER
 ulla.bosshammer@tz-net.de