

Internationale Pressestimmen

The New York Times, Artikel von Tyler Brulé: „...management would do well to jump a flight to Austria and borrow a few ideas from the MPREIS chain“.

World up - scale super-markets, japanische Architekturzeitschrift: ein MPREIS-Markt wird beschrieben.

Detail, internationale Architekturfachzeitschrift: Liesbeth Waechter-Böhm verfasst mehrere, ausführliche Beiträge über die MPREIS-Märkte und der Unternehmenskultur.

The Guardian, Artikel von James Paul: „Happy shopper: They have glass walls, smart terraces and spectacular views of the Austrian mountains. James Paul on a revolutionary chain of super-markets that puts British stores to shame“.

Wallpaper, englisches Lifestyle-Magazin: „Es gibt Supermärkte, super Märkte und MPREIS“, lautet ein Zitat. Darüber hinaus werden die MPREIS-Märkte als „seriously sexy supermarkets“ ausgezeichnet.

Adresseavisen Trondheim, norwegische Tageszeitung: Unter der Rubrik „Style of Building“ wird die vorbildliche MPREIS-Baukultur vorgestellt.

Bayerisches Fernsehen, TV-Reportage: Die wichtigen Aufgaben eines modernen Lebensmittelgeschäfts zur Erhaltung einer intakten, regionalen Struktur unter Berücksichtigung von verantwortungsvoller, architektonischer Gestaltung wurden anhand von Wenns, Kematen und Leutasch ausführlich dokumentiert.

Baumuster, deutsche Architekturfachzeitschrift: Die Unternehmenskultur von MPREIS wird, neben den bekannten, internationalen Marken Volkswaren, Bang & Olufsen und Prada im neunseitigen Leitartikel ausführlich vorgestellt.

Süddeutsche Zeitung, Wochenmagazin: In einer sechsstufigen Foto-Dokumentation wird die attraktive Gestaltung der MPREIS-Märkte vorgestellt.

Journal, deutsche Fachzeitschrift für den Handel: „Erlebnis-Räume statt Ladenkisten: Die Supermärkte des Regionalaffiliaten MPREIS im österreichischen Tirol fallen durch architektonische Besonderheiten auf. Die Mitbewerber ziehen nach.“

Neue Zürcher Zeitung: „Erwähnt seien etwa die Aufträge der Supermarktkette MPREIS, die ihre Neubauten von Tiroler Architekten ... errichten lies“, heißt es im Bericht in dem der Tiroler Architekturführer „Bauen in Tirol“ vorgestellt wird.

Le Matin, schweizer Tageszeitung, Sonntagsausgabe: Unter „Sexy Supermarkets“ wird ein Bericht der herausragenden MPREIS-Architektur gewidmet.



Die revolutionäre Gestaltung und das im Hinblick auf die Region behutsame Bauen erwecken international Interesse. Im Bild: MPREIS Achenkirch. Foto: Schaller

Forschungsprojekt des Bundesamtes für Bauwesen und Raumordnung in Bonn würdigt MPREIS-Märkte

MPREIS ist europaweit Trendsetter für Supermarkt-Baukultur

Im deutschen Forschungsprojekt „Best Practice“ wurde die Objektqualität von MPREIS als europäisches Vorbild für Baukultur ausgelobt.

„Das Familienunternehmen MPREIS ist dazu übergegangen, seine Supermarktfilialen mit lokalen Architekten zu entwickeln und zu bauen. So wird die Region nicht nur durch originelle Bauten bereichert, sondern profitiert gleichzeitig von einer gezielten Talentförderung. Dieses rein private Engagement für die Tiroler

Baukultur wurde durch eine Vielzahl von Preisen zuletzt als österreichischer Beitrag auf der Biennale 2004 in Venedig gewürdigt. Mit der Entscheidung für die Vielfalt singulärer, individuell entworfener Supermärkte wird einer vernachlässigten Bauaufgabe zu neuen Ehren verholfen. Es entstehen natürlich belichtete und atmosphärisch dichte Gebäude, die das gängige Modell der geschlossenen Kiste überwinden – der Kunde soll immer einen Ausblick in die Umgebung haben. Die Märkte reagieren dabei



Die architektonische Formensprache beeindruckt. Im Bild: MPREIS Weißenbach. Foto: Wett

AUSZEICHNUNGEN

- Auszeichnung des Landes Tirol für „Neues Bauen“ 1993
- Österreichischer Bauherrenpreis 1999, verliehen von der Zentralvereinigung der Architekten Österreichs
- Goldener Merkur 2001 für die architektonische Gesamtgestaltung
- Österreichischer Bauherrenpreis 2001, verliehen von der Zentralvereinigung der Architekten Österreichs
- Architekturpreis des Landes Tirol 2002
- Nominierung zum European Union Prize for Contemporary Architecture Mies van der Rohe Award 2003, Architekt Rainer Köberl mit MPREIS-Markt Wenns
- BTV Bauherrenpreis für Tirol 2003
- Internationale Architektur-Biennale Venedig 2004 erstmals wird im Österreich-Pavillon ein Bauherr mit 15 MPREIS-Märkten neben 4 Architekten-Teams präsentiert.

in differenzierter Weise auf die örtlichen Gegebenheiten und die alpine Landschaft Tirols. Oft werden zusätzliche Nutzungen wie Cafés, eine Bankfiliale oder eine Polizeistation in die einzelnen Märkte integriert, die so auch das sozial-räumliche Netz der Gemeinden stärken. In einer mehr als zwanzigjährigen Tradition hat sich innerhalb des Unternehmens eine Kultur des Austausches entwickelt. Jüngeren Architekten wird der Planer eines schon realisierten Marktes als ‚Pat‘

zur Seite gestellt und so Erfahrungen unmittelbar weitergegeben und fruchtbar gemacht. Das Beispiel MPREIS illustriert, welche Möglichkeiten sich durch eine engagierte und qualitätsbewusste Bauherrenschaft auch für scheinbar unattraktive Bauaufgaben ergeben können. Der Verzicht eines Unternehmens auf eine vorgegebene, uniforme ‚Corporate Architecture‘ zugunsten individueller ortsbezogener Bauten beflügelt die Baukultur einer Region, wertet Ortschaften auf und

zeigt, wie eine vermeintlich festgefügte Typologie neu interpretiert und programmatisch aufgeladen werden kann. Dazu kommt, dass sich durch die öffentliche Würdigung dieses Engagements für das Unternehmen ein positiver Werbeeffect ergibt, der diesen Einsatz auch wirtschaftlich rentabel macht“, lautet die Beschreibung im Best Practice-Arbeitspapier im Originaltext.

WEITERE INFORMATIONEN
www.mpreis.at

Pionier und Visionär: MPREIS setzt Maßstäbe

MPREIS ist ein Paradebeispiel für ein erfolgreiches Tiroler Familienunternehmen.

Als etablierter Nahversorger mit 134 Märkten in Tirol ist MPREIS bemüht individuelle Lösungen in vielen Bereichen anzustreben.

Vorreiterrolle

Durch verantwortungsvolles Bauen unter Berücksichtigung der Umgebung wird ein nachhaltiger Beitrag zur qualitätsvollen Baukultur in Tirol geleistet. Die Vorbildwirkung in der Architekturqualität wird nun erfreulicherweise auch von anderen Unternehmen aufgegriffen und umgesetzt.

Kulturelle Aspekte, wie der verantwortungsbewusste Umgang in der Ladengestaltung, nehmen einen hohen Stellenwert für das eigenümergeführte Unternehmen

ein. MPREIS, als moderner Lebensmittelanbieter, ist es wichtig einen Beitrag zum nachhaltigen Wirtschaften in der Region zu leisten. Dazu zählen die Vermarktung von heimischen Erzeugnissen, die Integration von unterschiedlichen kulturellen und sozialen Strukturen von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, das verantwortungsvolle Bauen unter Berücksichtigung der lokalen Umgebung und der regionale Bezug in allen Unternehmensentscheidungen.

Gelungene Symbiose

MPREIS-Märkte beweisen, dass sich ein niveauvoller Marktauftritt und ein reichhaltiges Warenangebot zu niedrigen Preisen nicht ausschließen müssen. Die Geschäfte entwickeln sich zum Ort der Begegnung und tragen zu einer guten Wohn- und Lebensqualität bei.



Die übersichtliche und großzügige Ladengestaltung mit viel Bewegungsfreiraum schafft eine niveauvolle Einkaufsatmosphäre. Im Bild: MPREIS Zirl. Foto: Jantscher