

MPREIS

MPREIS: the seriously sexy supermarkets

„Es gibt Supermärkte, super Märkte und MPREIS“, so beschreibt das Londoner Trendmagazin Wallpaper in einer Sonderausgabe das Unternehmen. Und letztere sind nicht nur super, sondern auch noch sexy.

Die Firmenphilosophie des Nahversorgers läuft anders herum. Gilt es allgemein hin als Gesetz, dass durch Gleichförmigkeit die Wiedererkennbarkeit einer Marke erreicht wird, so gilt das nicht für MPREIS. Hier ist die Vielfalt in der architektonischen Formensprache das Markenzeichen. Jeder Markt wurde für den entsprechenden Ort erfunden und ist trotzdem – oder gerade deshalb – als ein MPREIS-Markt erkennbar.

Bei MPREIS fühlt man sich dem Reichtum der kulturellen Traditionen und den landschaftlichen Besonderheiten Tirols verpflichtet. Diese Vielfalt spiegelt sich wider in der Architektur der einzelnen Märkte. „Architektonisch anspruchsvoll gestaltete Orte schaffen Identität für die Region und die Menschen“, ist man bei MPREIS überzeugt. So erzeugen die Bauten Aufmerksamkeit, sie ziehen die Blicke auf sich. Die Filialen sorgen dafür, dass keine Langeweile aufkommt.

Aus diesem Grund haben über 30 Architekten für den Nahversorger spektakuläre Räumlichkeiten geschaffen. Sehen Sie selbst.

[Weitere Infos](#)

