

MPREIS

LEBENSMITTELMARKT | SUPERMARKET, WENNS
RAINER KÖBERL AND ASTRID TSCHAPPELLER, 2001



01 Der MPREIS Supermarkt in Wenns stellt mit seiner klaren Kubatur einen Beitrag zur neuen Architektur in Tirol dar.

02 Aufgrund des Gefälles befinden sich die Parkplätze direkt unter dem Supermarkt.

01 With its clear volume, the MPREIS supermarket in Wenns contributes to the new Tirol architecture.

02 Because of the slope, the parking places are directly under the supermarket.



02

Regionale Verbundenheit und visionäre Gestaltung

„Supermärkte gehören zu den am meisten frequentierten öffentlichen Räumen. Es ist nicht gleichgültig, wie sie aussehen“, so Hansjörg Mölk, geschäftsführender Gesellschafter des österreichischen Familienunternehmens MPREIS. Es scheint, als sei diese Erkenntnis bislang an der gesamten Lebensmittelbranche vorbeigegangen. Supermärkte und Einzelhändler bedienen ihre Kundschaft in diesem Marktsegment meist in belanglosen Gewerbehallen und Innenräumen, bei deren Gestaltung allenfalls uniforme Elemente des Corporate Design im Vordergrund stehen. Eine Abstimmung dieser Verkaufskonzepte auf räumliche Gegebenheiten vor Ort und das gesamte regionale Erscheinungsbild findet in der Regel nicht statt.

Die Tiroler Supermarktkette MPREIS verfolgt mit ihren über 120 Filialen rund um Innsbruck eine Strategie, in der die Raumqualität und der individuelle Standort zentrale Elemente im Gesamtkonzept sind. Das Unternehmen schafft damit den Spagat zwischen einer regional abgestimmten Architektur und der Identifikation und Wiedererkennbarkeit der Marke MPREIS. „Generell wird die Wiedererkennbarkeit einer Marke über Gleichförmigkeit erreicht. Bei MPREIS gehen wir einen gänzlich anderen Weg: unser Markenzeichen ist die Vielfalt der architektonischen Formensprache – jeder Markt ist für den konkreten Ort erfunden und trotzdem als MPREIS wiedererkennbar“ heißt es in der Beschreibung der Werte des Unternehmens.

Im Pitztal, einem Seitental des Inns, haben die Architekten Rainer Köberl und Astrid Tschapeller einen selbstbewussten Baukörper mit scharf geschnittener Kubatur für MPREIS realisiert. Die Architektur hebt sich wohltuend von den volkstümlichen Adaptionen bäuerlicher Bauformen in der stark touristisch geprägten Region Tirol ab. Wenns ist ein kleiner Ort mit 1.896 Einwohnern. Der Supermarkt übernimmt hier durch die integrierte Gastronomie neben der Funktion des Nahversorgers auch die Rolle des mittlerweile im Aussterben begriffenen Dorfgasthauses. Zur Straße hin markiert der rote Würfel mit dem Firmenlogo die Präsenz des Marktes. Zwei massive Sichtbetonwände bilden zusammen mit der Bodenplatte des Gebäudes ein charakteristisches U-Profil, das zu beiden Stirnseiten vollständig verglast ist. Parallel zur Hangkante gestellt, ergibt sich zwangsläufig eine Fläche unter dem Baukörper, die als Parkplatz genutzt wird. Die Erschließung des Supermarktes per Auto hat hier eine eigene Erlebnisqualität und bildet Assoziationen zu „Drive-in“-Konzepten nach amerikanischem Muster. Organisch geformte Aussparungen in den Seitenwänden ermöglichen spannende Ein- und Ausblicke. Im Innern hat der Kunde durch diese „Fenster“ immer einen Bezug zur Umgebung, was bei

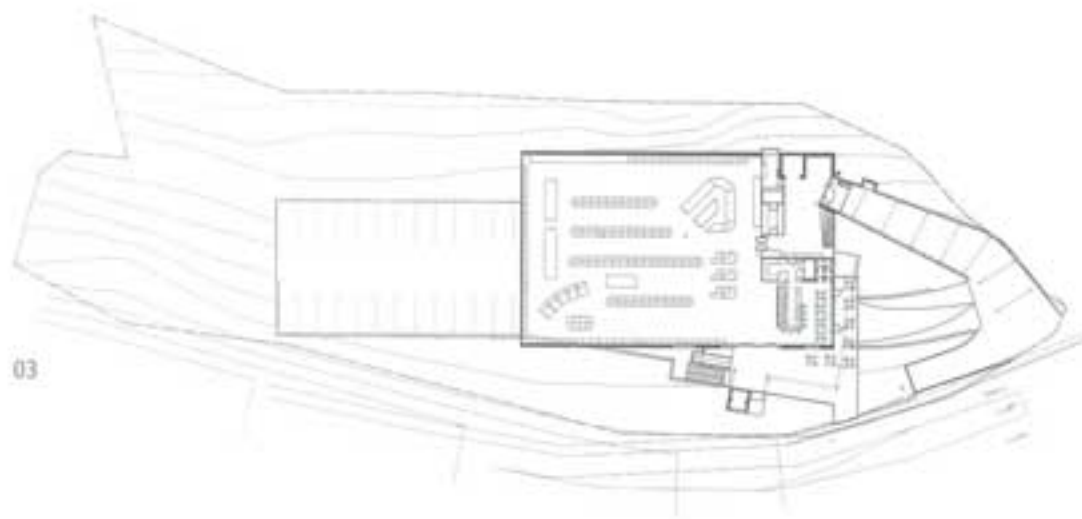
Regional Connections and Visionary Design

“Supermarkets are among the most highly frequented public spaces. Their appearance is not unimportant”, according to Hansjörg Mölk, the leading business partner of the Austrian family concern, MPREIS. It would seem that this realization has escaped the entire food industry until now. Supermarkets and retailers usually serve their customers, within this market segment, in mundane salesrooms and interiors where the consistency of the elements of corporate design tend to stand to the fore. A correspondence between the sales concepts and the particular spatial context on site and the entire regional appearance does not normally occur.

The MPREIS supermarket chain, from Tirol, has pursued a strategy for their 120-plus branches in and around Innsbruck, where the spatial quality and the uniqueness of the location are the core elements of the overall concept. The company manages to achieve a balance between a regionally appropriate architecture and the identification and recognisability of the MPREIS brand. An excerpt from the company's mission statement is that “Generally the recognisability of a brand is achieved through uniformity. With MPREIS, we go in an entirely different direction: our trademark is the variety of architectural expression – each store is designed especially for the location and is nevertheless recognisable as MPREIS”.

Architects Rainer Köberl and Astrid Tschapeller produced a confident building with a sharply defined volume for MPREIS in the Pitztal, a secondary valley to the Inn. The architecture positively sets itself apart from the kitsch interpretations of vernacular designs within the region of Tirol, which is heavily influenced by tourism. Wenns is a small village with 1896 inhabitants. Here, through the integrated gastronomy, the supermarket serves not only as the local supplier, but also provides the function of the village inn, which is gradually becoming extinct. On the street-front the red cube with the company logo signifies the presence of the store. Two solid exposed concrete walls, together with the floor plate of the building, generate a characteristic u-form that is completely glazed at both ends. Positioned parallel to the slope of the hillside, the inevitable volume below the building is used as a parking lot. The accessibility of the supermarket by car has achieved an individual quality here, and it forms associations to “drive-in” concepts from America. Free-form openings in the flanking-walls present exciting views. Internally, the customer always has contact with the external surroundings through these “windows”, which is not normally possible in typical hermetically closed supermarket

03



04



den ansonsten meist hermetisch geschlossenen Innenräumen von Supermärkten nicht möglich ist. Die leichte Metaldecke und die transparent gehaltenen Regale verstärken diesen Eindruck im Innern. Gemäß dem Wunsch des Unternehmens bietet der Supermarkt in Wennis den Kunden Licht, Luft und die Möglichkeit zur Kommunikation. Nach außen wird dies durch die Verglasung der Stirnseiten, die das Sortiment in den Regalen sichtbar machen, und die vorgelagerte Terrasse signalisiert.

Im Dezember 2002 wurde ein weiterer MPREIS Supermarkt in Weißenbach am Lech eröffnet. Hier haben die Architekten Giner und Wucherer einen elegant geschwungenen Bogen entworfen, der von einer schwarzen Kunststoffhaut überzogen ist. Die Liste der Architekten, die für MPREIS gearbeitet haben, spiegelt das gestalterische Potential der jüngeren Tiroler Architektenschaft wider. Die einzige Ausnahme bildet der MPREIS-Markt in Wattens des Franzosen Dominique Perrault, der allerdings durch den Bau des Rathauses von Innsbruck einen regionalen Bezug hat.

Die Supermärkte von MPREIS erregten von Anfang an Aufsehen und werden vom Publikum mittlerweile gut angenommen. Nach Angaben des Unternehmens sind die Gebäude nicht wesentlich teurer als vergleichbare Konzepte, bei denen ein und derselbe Bautypus immer wieder zum Einsatz kommt. Die Architekten haben einen engen Kostenrahmen zur Verfügung, der eine Reduktion auf Wesentliches fordert. Es hat sich gezeigt, dass zeitgemäße Architektur auch in dieser oft architektonisch vernachlässigten Branche einen Beitrag zum wirtschaftlichen Erfolg leisten kann. Die zahlreichen Auszeichnungen und das internationale Interesse bilden einen zusätzlichen Mehrwert. Das Unternehmen MPREIS wurde 2004 von Marta Schreieck ausgewählt, um Österreich bei der 9. Architekturbiennale in Venedig zu vertreten. Das Unternehmen hat bewiesen, dass Corporate Architecture durchaus regional und individuell funktionieren kann.

interiors. The suspended aluminium ceiling and the shelves, which are kept transparent, reinforce this impression in the interior. In accordance with the company's desire, the supermarket in Wennis offers the customer light, air and the possibility for communication. This is signalled externally by the terraces and the glazed gable ends, which present the selection within.

In December 2002, another MPREIS supermarket was opened at Weißenbach am Lech. Here, architects Giner and Wucherer designed an elegantly curved arch, which is covered with a black plastic skin. The list of the architects who have worked for MPREIS reflects the creative potential of the younger Tirolean architectural community. The only exception is the MPREIS store in Wattens by the French architect Dominique Perrault, who however has a regional significance through the construction of Innsbruck's town hall.

The supermarkets of MPREIS caused a stir from the beginning and they have in the meantime been well received by the public. According to company statements, the buildings are not much more expensive than comparable concepts, where the same building type is repeatedly used. The architects have a tight budget at their disposal, which requires a reduction to essentials. It has been shown that contemporary architecture can also contribute to economic success, even in this branch which is often ignored architecturally. Numerous awards and international interest generate further added value. The company MPREIS was selected by Marta Schreieck in 2004 to represent Austria in the 9th Architecture Biennale in Venice. The company has demonstrated that corporate architecture can work on an individual and regional level.

03 Grundriss Erdgeschoss

03 Main floor plan

04 Westansicht

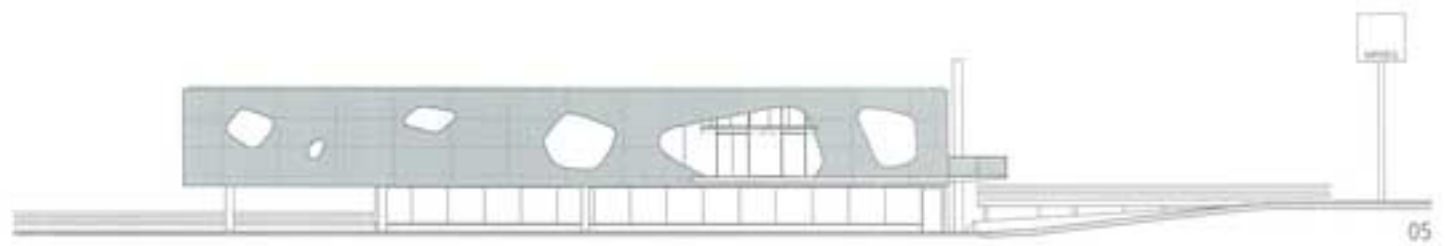
04 West elevation

05 Nordansicht

05 North elevation

06 Die Hangseite des aufgeständerten Baukörpers gibt sich geschlossen.

06 The valley side of the raised building presents itself in a closed manner.



217





07 Es bieten sich überraschende Ausblicke, die einen Bezug zur Landschaft herstellen.

08 Die luftige Atmosphäre im Innenraum ist durch die leichte Metalldecke und die transparente Warenpräsentation geprägt.

09 Die Regale und Waren filtern Ein- und Ausblicke durch die dahinterliegenden Öffnungen.

10 Der Gastronomiebereich lädt zum Verweilen ein und ersetzt den selten gewordenen Dorfgasthof.

07 Surprising views are offered that generate a relationship with the surrounding landscape.

08 The airy atmosphere in the interior is characterised by the aluminium ceiling and the transparent presentation of merchandise.

09 The shelves and products filter views in and out, through the openings behind.

10 The gastronomy section invites one to linger and replaces the virtually extinct village inn.



09



10