

REGAL zu Besuch beim ersten Mitmach-Supermarkt in Wien

Ein Markt für alle

Schon beim Betreten wird deutlich: Mila funktioniert als erster Mitmach-Markt in Wien anders als der klassische Lebensmittelhandel.



Das Frische-Sortiment hat einen besonders hohen Bio-Anteil.

VON ARIANE DUWE

Seit Oktober 2025 hat der genossenschaftlich organisierte Supermarkt in der Vivenotgasse 29 im 12. Wiener Gemeindebezirk seine Türen geöffnet. REGAL sprach mit Co-Geschäftsführerin Julianna Fehlinger über die Entwicklung und Besonderheiten des Konzepts.

Mitmach-Konzept. Was 2023 als Genossenschaft mit rund 100 Personen begann, zählt heute bereits mehr als 1.500 Mitglieder. Mila gehört dabei nicht Investor:innen oder Konzernen, sondern den Mitgliedern selbst. Wer hier einkauft, packt auch mit an: Alle vier Wochen übernehmen die Mitglieder eine dreistündige Schicht im Markt. Das stärkt nicht nur das Gemeinschaftsgefühl, sondern ermöglicht auch geringe Personalkosten, wodurch die hochwertigen Produkte günstiger angeboten werden können. „Unsere Mitglieder sind nicht ausschließlich Kund:innen, sondern gestalten den Markt aktiv mit. Dadurch entsteht eine ganz andere Beziehung zum Geschäft und zu den Produkten“, erklärt Fehlinger.

Investitionen. Insgesamt flossen rund 850.000 Euro in den 450 Quadratmeter großen Standort, davon allein

200.000 Euro in moderne Kühlregale. Finanziert wurde das Projekt vor allem durch die Genossenschaft: Rund 300 Personen stellten dafür Kapital zur Verfügung, ergänzt durch einen Bankkredit.

Sortiment. Mit rund 4.000 Artikeln, davon 800 vegan, bietet Mila ein breites Sortiment mit klarem Fokus auf Nachhaltigkeit. Eine zentrale Rolle spielt dabei der Frische-Bereich, der mittlerweile rund ein Viertel des Umsatzes ausmacht. Der Bio-Anteil des Sortiments liegt aktuell bei 75 Prozent. Beliefert wird der Markt von rund 50 Lieferant:innen, darunter regionale Produzent:innen sowie Großhändler wie Biogas und Kastner. Die Unternehmerin erklärt: „Wir ergänzen unser Sortiment laufend. Unsere Mitglieder schätzen vor allem den hohen Bio-Anteil, die veganen Produkte sowie asiatische und türkische Spezialitäten. In nächster Zeit wollen wir unser konventionelles Fleischsortiment weiter ausbauen und

somit mehr Kund:innen ansprechen. Auch unser Non-Food-Sortiment wurde zuletzt um einen Büchermeter ergänzt.“

Ziele. Nach den ersten Monaten liegt der Fokus nun auf stabilem Wachstum. Langfristig benötigt Mila rund 2.000 aktive Mitglieder, um nachhaltig wirtschaften zu können. Das Jahresumsatzziel liegt derzeit bei 2,7 Mio. Euro. Auch auf Lieferantenseite soll das Netzwerk laufend erweitert werden: „Gesucht werden Partner, die eine ausreichende Sortimentsbreite sowie praktikable Logistikmöglichkeiten mitbringen.“ Fehlinger sieht auch Potenzial für ähnliche Konzepte im österreichischen Handel: „Es gibt ein großes Bedürfnis nach hochwertigen Lebensmitteln, Transparenz und einem stärkeren Bezug zu Produzent:innen.“ Mila versteht sich dabei nicht als Gegenentwurf zum klassischen Handel, sondern als Beispiel dafür, wie gemeinschaftliches Wirtschaften anders funktionieren kann.



Das Geschäftsführungs-Duo: Julianna Fehlinger und David Jelinek