



MPREIS Warenvertriebs GmbH - OSINT Research Report

Open Source Intelligence

Autor: Christos Kapodistrias
Kategorie: OSINT Research
Kunde: MPREIS Warenvertriebs GmbH
Datum: 19.02.2026
Version: 1.0
Klassifikation: **CUSTOMER OPEN ANALYSIS**

Inhaltsverzeichnis

MPREIS Warenvertriebs GmbH - OSINT Research Report	3
1. Unternehmensprofil und Geschichte	3
1.1 Stammdaten	3
1.2 Gruendung und Meilensteine	3
1.3 Familie Moelk als Eigentuerer	4
2. Konzernstruktur und Tochtergesellschaften	4
2.1 Geschaeftsbereiche und Vertriebslinien	4
2.2 Eigenproduktion	4
2.3 Eigenmarken-Portfolio	5
2.4 Regionale Verankerung	5
3. News und Pressemitteilungen (2024-2026)	5
3.1 Wirtschaftliche Entwicklung und Restrukturierung	5
3.2 Geschaeftsfuehrungs-Aenderungen (2022-2025)	6
3.3 Filialentwicklung 2024-2026	6
3.4 Neue Eigenmarke „M“ (April 2025)	6
4. Digitalisierungsstrategie und Innovation	6
4.1 Digitales Schaufenster und Online-Shop	6
4.2 MPREIS Kunden-App (seit Februar 2024)	7
4.3 Interne Digitalisierung – Microsoft-Partnerschaft	7
4.4 Architektur als Innovationsmarkenzeichen	7
4.5 Nachhaltigkeit und Energie-Innovation	7
5. Partnerschaften mit Tech-Unternehmen	8
5.1 Bekannte Technologie-Partnerschaften	8
5.2 IT-Infrastruktur (abgeleitete Erkenntnisse)	8
6. Marktposition in der Branche	9
6.1 Oesterreichischer Lebensmitteleinzelhandel – Marktanteile 2024/2025	9
6.2 Regionale Staerken	9
6.3 Positionierung vs. Wettbewerb	10
6.4 SWOT-Kurzanalyse	10
Quellen	10

MPREIS Warenvertriebs GmbH - OSINT Research Report

Research-Task: MPREIS-R1 Stand: Februar 2026 Status: Abgeschlossen

1. Unternehmensprofil und Geschichte

1.1 Stammdaten

Merkmal	Detail
Firmenname	MPREIS Warenvertriebs GmbH
Firmenbuchnummer	FN 043603y
Sitz	Landesstrasse 16, A-6176 Voels bei Innsbruck, Tirol
Gruendung	1920
Rechtsform	GmbH (Familienunternehmen, 4. Generation)
Eigentuermer	Familie Moelk
Branche	Lebensmitteleinzelhandel (LEH)
Umsatz (2023)	ueber 1 Mrd. EUR
Mitarbeiter	ca. 6.000 aus rund 80 Nationen
Filialen gesamt	ca. 280 MPREIS-Maerkte, 155 Baguette-Bistros, 35+ T&G-Maerkte, 50 miniM-Geschaefte
Regionen	Tirol, Vorarlberg, Salzburg, Kaernten, Oberoesterreich, Suedtirol (Italien)
Website	www.mpreis.at

1.2 Gruendung und Meilensteine

- **1920:** Therese und Johann Moelk eroeffnen das erste Lebensmittelgeschaef in Innsbruck. Im Sortiment: Schweinefett, Zucker, Mehl, Milch, Kaese und Seife.
- **1929:** Bereits elf Therese-Moelk-Geschaefte, eine Baeckerei sowie eine Molkerei.
- **1946:** Ueberschreitung der 100-Mitarbeiter-Marke.
- **1970er Jahre:** Einfuehrung der Marke „MPREIS“ – das „M“ steht fuer Moelk. Fast alle groesseren Therese-Moelk-Laeden werden an die neue Vertriebslinie angepasst.
- **1980er Jahre:** Beginn der Zusammenarbeit mit renommierten Architekten – Abkehr von der Zweckarchitektur.
- **1997:** Eroeffnung des ersten T&G Tiefkuehl- und Getraenkemarkts.
- **2009:** Start der Photovoltaik-Initiative auf MPREIS-Daechern.
- **2013:** Inbetriebnahme der Baeckerei Therese Moelk und der Alpenmetzgerei am Standort Voels.
- **2020:** Launch des „digitalen Schaufensters“ auf mpreis.at; 100-jaehriges Firmenjubilaeum.
- **2021:** Start des Online-Shops mit Lieferservice.

- **2022:** MPREIS knackt die Umsatz-Milliarde (vor Weihnachten 2022 erstmals ueber 1 Mrd. EUR Jahresumsatz); Inbetriebnahme des groessten Single-Stack-Elektrolyseurs Europas fuer gruenen Wasserstoff in Voels.
- **2024:** Launch der MPREIS Kunden-App (Februar); ueber 100.000 App-User innerhalb des ersten Jahres.
- **2025:** Einfuehrung der neuen Eigenmarke „M“ (April); Vertragverlaengerung von GF Ingo Panknin bis 2029.

1.3 Familie Moelk als Eigentuerer

MPREIS ist ein Familienunternehmen in der **vierten Generation** der Familie Moelk. Die Gruender Therese und Johann Moelk legten 1920 den Grundstein. Heute sind mehrere Familienmitglieder in der Geschaeftsfuehrung aktiv:

- **David Moelk** – Geschaeftsfuehrer
- **Jakob Moelk** – Geschaeftsfuehrer
- **Mathias Moelk** – Geschaeftsfuehrer

Peter Paul Moelk, der das Unternehmen lange Jahre praegte, zog sich im August 2022 aus der Geschaeftsfuehrung zurueck.

2. Konzernstruktur und Tochtergesellschaften

2.1 Geschaeftsbereiche und Vertriebslinien

Vertriebslinie	Beschreibung	Anzahl Standorte (ca.)
MPREIS Supermaerkte	Vollsortiment-Supermaerkte, regional verankert	~280
Baguette Cafe-Bistros	Gastronomie-Konzept mit Backwaren, Kaffee, warmen Speisen	~155
T&G	Tiefkuehl- und Getraenkemaerkte (Grosspackungen)	~35-44
miniM	Nahversorgung in kleinen Gemeinden, reduziertes Sortiment	~50
shopM	Supermarkt in Gutmann-Tankstellen, erweiterte Oeffnungszeiten	mehrere

2.2 Eigenproduktion

MPREIS verfuegt ueber eigene Produktionsbetriebe am Standort Voels bei Innsbruck:

Baekerei Therese Moelk: - Groesste Baekerei Tirols - Rund 180 Mitarbeiter - Ca. 12.000 Tonnen Brot und Gebaeck pro Jahr - Beliefert alle ~300 MPREIS- und ~170 Baguette-Filialen - 92% der Rohstoffe aus Oesterreich, 34% in Bio-Qualitaet - Eigener Bio-Getreide-Anbau am Baekerei-Standort seit 2020 - IFS Food Zertifizierung (Higher Level, seit 2023) - Website: www.therese-moelk.at

Alpenmetzgerei: - Hauseigene Fleisch- und Wurstproduktion - Produktion von regionalen Fleisch- und Wurstwaren - Basis fuer die neue Eigenmarke „M BBQ“ - Fokus auf regionale Wertschoepfung und Rueckverfolgbarkeit

2.3 Eigenmarken-Portfolio

Eigenmarke	Positionierung	Kategorie
M (neu, seit April 2025)	Preis-Leistung (zwischen Diskont und Premium)	Fleisch, Backwaren, kuenftig Molkerei, Obst/Gemuese, Convenience
M BBQ	Grillspezialitaeten aus der Alpenmetzgerei	Fleisch
M BIO (geplant)	Bio-Produkte unter Dachmarke M	Diverse
Therese Moelk	Premium-Backwaren	Brot, Gebaeck
Bio vom Berg	Premium-Bio, regional	Diverse
Alpenmetzgerei	Regionale Fleisch- und Wurstwaren	Fleisch, Wurst
Jeden Tag	Diskont-Eigenmarke	Diverse

Die Eigenmarkenquote liegt aktuell unter 10% – MPREIS plant, diese mit der neuen Dachmarke „M“ deutlich zu erhoehen.

2.4 Regionale Verankerung

MPREIS ist tief in der westoesterreichischen Nahversorgung verwurzelt: - **Kernmarkt Tirol:** Mit Abstand staerkste Praesenz, Marktfuehrer in vielen Tiroler Tälern - **Vorarlberg, Salzburg, Kaernten:** Starke regionale Praesenz - **Oberoesterreich:** Fuenf Filialen (wirtschaftlich unter Druck) - **Suedtirol (Italien):** Grenzueberschreitende Expansion

3. News und Pressemitteilungen (2024-2026)

3.1 Wirtschaftliche Entwicklung und Restrukturierung

- **Drei aufeinanderfolgende Verlustjahre (2021-2023):** MPREIS verzeichnete im Geschaeftsjahr 2022 (Feb.-Dez.) einen Verlust von 15,2 Mio. EUR bei 801 Mio. EUR Umsatz. Auch 2023 wurden erneut Millionenverluste geschrieben.
- **Ursachen:** Hoehere Einkaufspreise durch harten Wettbewerb, die nur teilweise an Kunden weitergegeben werden konnten; sinkende Umsaetze mit Bio- und Regional-Ware; hoehere Energie- und Transportkosten.
- **Stellenabbau-Debatte (Sommer 2024):** Medienberichte ueber geplanten Abbau von 200-300 Stellen; besonders betroffen sollten fuenf OOE-Filialen sein. Nach Intervention des Landes Tirol: Entwarnung – kein Stellenabbau, stattdessen Reduktion durch „natuerliche Fluktuation“.
- **2025: Aufwind:** MPREIS spuert laut Medienberichten wieder Aufwind. Vertragverlaengerung von GF Ingo Panknin bis 2029 signalisiert Stabilitaet.

3.2 Geschäftsführungs-Änderungen (2022-2025)

Zeitraum	Änderung
August 2022	Peter Paul Moelk zieht sich aus der GF zurück
August 2023	Ingo Panknin wird dritter GF neben Martina Dutzler und David Moelk
Mai 2024	Stefan Gros als kaufmännischer GF und Transformationsexperte; verlässt nach knapp einem Jahr
2025	Aktuelle GF: David Moelk, Jakob Moelk, Mathias Moelk, Ingo Panknin, Gerhard Gocek

3.3 Filialentwicklung 2024-2026

- **Neueröffnung:** Neustift im Stubaital (Ende 2024/Anfang 2025) – mit allen aktuellen Ladenbau-Innovationen
- **Neuer Markt:** Aschau im Zillertal
- **Modernisierungen:** Pfunds, Velden
- **Schließung angekündigt:** MPREIS Jenbach (Ende 2026)
- **Baguette-Reduktion:** 14 Baguette-Standorte wurden geschlossen

3.4 Neue Eigenmarke „M“ (April 2025)

MPREIS lancierte die neue Dachmarke „M“ in allen MPREIS- und miniM-Filialen. Start mit Grillspezialitäten aus der Alpenmetzgerei („M BBQ“). Geplante Erweiterung auf Backwaren, Obst/Gemüse, Molkerei, Convenience und Bio („M BIO“). Positionierung zwischen der Diskontmarke „Jeden Tag“ und Premium-Marken wie „Therese Moelk“ und „Bio vom Berg“.

4. Digitalisierungsstrategie und Innovation

4.1 Digitales Schaufenster und Online-Shop

Meilenstein	Jahr	Detail
Digitales Schaufenster	Juli 2020	Sortimentsübersicht, Produktverfügbarkeit, Aktionen, Einkaufslisten digital auf mpreis.at
Online-Shop Launch	Juli 2021	Gesamtes Sortiment online verfügbar mit Lieferservice
Liefergebiet	2021+	115 Gemeinden in Tirol; später auch Salzburg und Oberösterreich
E-Commerce-Lehrlinge	laufend	5 Lehrlinge im neuen Beruf „E-Commerce“

Innovative Features: - Digitale Einkaufsliste mit automatischer Berechnung - Echtzeit-Verfügbarkeitsprüfung pro Filiale - Wenn ein Artikel nicht verfügbar ist, wird die nächste Filiale mit Verfügbarkeit angezeigt

4.2 MPREIS Kunden-App (seit Februar 2024)

KPI	Wert
Launch	Februar 2024
Registrierte User (1. Jahr)	ueber 100.000
Getaetigte Einkaufe	ca. 900.000
Durchschn. Warenkorb App-Kunden	120% vs. Normalkunde
App-Bewertung	4,6 Sterne
App Store Ranking	Platz 1 (Kategorie Shopping, iOS, Oesterreich)

Funktionen: - Exklusive woechentliche Gutscheine und Aktionen (nur in der App) - Digitaler Einkaufs-assistent mit Einkaufslistenplanung - Rezeptfunktion - Online-Shopping Integration - Geplant fuer 2025: digitale Rabattsticker, Integration der Oesterreichischen Post fuer App-Bestellungen, KI-gestuetzte Features

4.3 Interne Digitalisierung – Microsoft-Partnerschaft

MPREIS setzt auf **Microsoft 365** fuer die interne Kommunikation:

- **MIA-App** (Mitarbeiter-App): Seit Anfang 2022 im Einsatz, basierend auf Microsoft-Technologie
- Erreicht alle 6.000 Mitarbeiter direkt – besonders relevant fuer Frontline-Worker in den Filialen
- **Adoptionsrate:** Innerhalb der ersten Wochen 50% aktive Nutzer, spaeter 65%, aktuell ueber 76% aller oesterreichischen Mitarbeiter aktiv
- Digitale Kommunikationskanaele ersetzen traditionelle Wege (Aushang, Rundschreiben)

4.4 Architektur als Innovationsmarkenzeichen

MPREIS ist weltweit einzigartig im LEH durch seinen Architektur-Ansatz:

- **Seit den 1980er Jahren:** Jeder MPREIS-Markt wird individuell fuer seinen Standort designt
- **Zusammenarbeit** mit renommierten Architekten, Kuenstlern und Designern
- **Ueber 100.000 Tiroler** erleben taeglich Architektur beim Einkaufen

Auszeichnungen:

Jahr	Preis	Projekt/Anlass
2002	Architekturpreis des Landes Tirol	MPREIS Wenns
2006	Preis fuer Neues Bauen in den Alpen	MPREIS Wenns
2014	Lifetime Architecture Achievement Award (MONOCLE Magazin)	Gesamtkonzept
2018	Staatspreis fuer Architektur (Oesterreich)	M1 Einkaufszentrum Mittersill

4.5 Nachhaltigkeit und Energie-Innovation

Photovoltaik: - Seit 2009 aktiv, heute 50 PV-Anlagen auf MPREIS-Daechern - Jaehrlicher Energieertrag: ca. 5.000 MWh - MPREIS zaehlt zu Oesterreichs groessten PV-Betreibern - Ausgezeichnet mit dem Oesterreichischen Solarpreis und dem Preis fuer Bauwerkintegrierte Photovoltaik

Gruener Wasserstoff: - Seit 2022: Groesster Single-Stack-Elektrolyseur Europas am Standort Voels
 - Produktion von gruenem Wasserstoff aus 100% erneuerbarer Energie - Schrittweise Umstellung der LKW-Flotte auf Brennstoffzellen-Fahrzeuge - Ziel: Erstes mittelstaendisches Unternehmen Oesterreichs mit CO2-neutraler und emissionsfreier Auslieferung - Erster Wasserstoff-LKW Oesterreichs faehrt fuer MPREIS in Tirol - Ausgezeichnet mit dem Energie Globe Award Tirol

Weitere Massnahmen: - 100% Oekostrom aus Tiroler Wasserkraft fuer alle ~300 Filialen - Supermaerkte im Passivhausstandard - Nachhaltigkeitsinitiativen seit den 1980er Jahren

5. Partnerschaften mit Tech-Unternehmen

5.1 Bekannte Technologie-Partnerschaften

Partner	Bereich	Detail
Microsoft	Interne Kommunikation, M365	MIA Mitarbeiter-App auf Basis Microsoft 365; Digitalisierung der internen Kommunikation fuer 6.000 Mitarbeiter
Gutmann Tankstellen	Vertrieb/Standorte	shopM-Konzept: MPREIS-Supermarkt in Gutmann-Tankstellen mit erweiterten Oeffnungszeiten
Oesterreichische Post	Logistik/Zustellung	Geplante Integration fuer App-basierte Bestellungen (2025)
Diverse Architekturbüros	Filialdesign	Individuelle Architektur fuer jeden Standort

5.2 IT-Infrastruktur (abgeleitete Erkenntnisse)

Aus den oeffentlich verfuegbaren Informationen laesst sich Folgendes ableiten: - **Cloud/Kommunikation:** Microsoft 365 Oekosystem (belegt) - **E-Commerce:** Eigene Online-Shop-Plattform auf mpreis.at - **Kunden-App:** Native App fuer iOS und Android mit hoher Bewertung - **Kassensysteme/ERP:** Keine spezifischen oeffentlichen Informationen gefunden – hier besteht Research-Bedarf im Rahmen von Gespraechen - **Logistik:** Wasserstoff-LKW-Flotte deutet auf moderne Logistik-IT hin

6. Marktposition in der Branche

6.1 Oesterreichischer Lebensmitteleinzelhandel – Marktanteile 2024/2025

Haendler	Marktanteil 2024	Marktanteil Okt. 2025	Trend
Spar-Gruppe	36,9%	38,1% (Dez.)	steigend
Rewe (Billa/Penny)	33,9%	32,5% (Dez.)	leicht sinkend
Hofer	~17%	Teil von 25,6% (mit Lidl)	steigend
Lidl	~6%	Teil von 25,6% (mit Hofer)	steigend
MPREIS	3,6%	3,4%	stabil bis leicht sinkend
Sonstige	~3%	~1%	sinkend

Marktkonzentration: Die Top 4 (Spar, Rewe, Hofer, Lidl) halten zusammen 75% der Standorte und 92% des Umsatzes. Mit MPREIS sind es 95% des Gesamtmarktes.

6.2 Regionale Staerken

Region	MPREIS-Position	Anmerkung
Tirol	Marktfuehrer / staerkster regionaler Player	Dichtestes Filialnetz, tiefe Verankerung in Taelern
Vorarlberg	Starke Praesenz	Regionale Nahversorgung
Salzburg	Solide Praesenz	T&G-Expansion, Liefergebiet Online-Shop
Kaernten	Wachsend	T&G- und MPREIS-Filialen
Oberoesterreich	Unter Druck	5 Filialen, wirtschaftlich herausfordernd
Suedtirol	Nischenposition	Grenzueberschreitende Expansion nach Italien

6.3 Positionierung vs. Wettbewerb

Dimension	MPREIS	SPAR	REWE (Billa)	Hofer
Typ	Regionaler Vollsortimenter	Nationaler Vollsortimenter	Nationaler Vollsortimenter	Diskounter
Eigentümer	Familie Moelk (privat)	Familie Drexel (privat)	Rewe Group (DE)	Aldi Sued (DE)
Fokus	Regionalität, Architektur, Nachhaltigkeit	Breite, Innovation	Convenience, staedtisch	Preis
Stärke	Tirol-Dominanz, Eigenproduktion, Architektur, Wasserstoff-Pionier	Groesse, Interspar	Billa Plus, Penny-Diskont	Preisführerschaft
Schwäche	Kleine Marktanteile national, Verlustjahre	-	-	Begrenztes Sortiment
Eigenmarkenquote	<10% (im Aufbau)	>30%	>30%	>90%

6.4 SWOT-Kurzanalyse

Stärken: - Tiefer regionaler Anker in Tirol und Westösterreich - Einzigartige Architektur als Differenzierungsmerkmal - Eigene Produktion (Bäckerei, Metzgerei) sichert Qualität und Marge - Vorreiterrolle bei grünem Wasserstoff und Nachhaltigkeit - Starke Arbeitgebermarke in der Region (80 Nationen) - Familienunternehmen mit langfristiger Perspektive

Schwächen: - Drei aufeinanderfolgende Verlustjahre (2021-2023) - Geringer nationaler Marktanteil (~3,5%) - Niedrige Eigenmarkenquote (<10%) - Häufige Wechsel in der Geschäftsführung - Expansion ausserhalb Tirols wirtschaftlich schwierig

Chancen: - Neue Eigenmarke „M“ kann Marge verbessern - Kunden-App als digitaler Wachstumstreiber (120% Warenkorb) - KI-Integration in App und Prozesse (geplant fuer 2025) - Wasserstoff-Kompetenz als USP und Kostensenker - Post-Kooperation fuer erweiterte Zustellung

Risiken: - Weiter steigende Marktkonzentration (Spar/Rewe dominieren) - Preisdruck durch Diskonter (Hofer/Lidl wachsen) - Sinkende Bio- und Regional-Nachfrage bei Konsumenten - Hohe Investitionskosten (Wasserstoff, Digitalisierung, Filialumbau) - Demografischer Wandel in alpinen Regionen

Quellen

- [MPREIS Unternehmensseite](#)
- [MPREIS Pressemitteilungen](#)
- [MPREIS Architektur](#)

- [MPREIS Wasserstoff](#)
- [MPREIS Energie & Verantwortung](#)
- [Baeckerei Therese Moelk](#)
- [MPreis Wikipedia](#)
- [MPreis AustriaWiki](#)
- [TOP Tirol - MPREIS Profil](#)
- [WKO Firmen A-Z - MPREIS](#)
- [MPREIS LinkedIn](#)
- [Leadersnet - Marktanteile LEH 2024](#)
- [Leadersnet - Marktanteile LEH 2025](#)
- [Supermarktblog - LEH Oesterreich 2024](#)
- [RegioData - Handelsstandorte 2026](#)
- [medianet - MPreis spuert Aufwind](#)
- [medianet - MPreis neue Eigenmarke](#)
- [medianet - MPreis App Jubilaem](#)
- [stores+shops - Kundenbindung mit App](#)
- [Microsoft News - MPREIS Digitalisierung](#)
- [SN.at - MPreis nach Millionenverlusten](#)
- [nachrichten.at - MPreis Stellenabbau](#)
- [cash.at - Eigenmarke M](#)
- [Leadersnet - Eigenmarke M](#)
- [aut. architektur und tirol - MPREIS](#)
- [trend.at - MPreis Tiroler Befreiungskampf](#)
- [TOP Tirol - T&G](#)
- [MPREIS - shopM Gutmann](#)

Report erstellt im Rahmen der A1 AI Stack Kundenanalyse. Naechster Schritt: MPREIS-R2 (People Research) und MPREIS-R3 (IT-Landschaft)