

Start-up aus Bremen will Online-Lebensmittelhandel revolutionieren

Neues Konzept für den Online-Supermarkt der Zukunft / Vollsortiment mit 100.000 Produkten geplant / Kunden können sich beteiligen

Bremen, 7. November 2017 – Viele Handelsunternehmen und Start-ups versuchen derzeit, den Milliardenmarkt für Online-Lebensmittel zu erschließen, doch die Nachfrage der Verbraucher ist noch gering. Das Start-up [myEnso](#) hat sich deshalb gemeinsam mit dem renommierten Marktforschungsunternehmen Kantar TNS mit der Frage beschäftigt, wie ein Online-Shop für Lebensmittel aussehen muss, damit die Deutschen in Zukunft mehr im Netz kaufen.

Daraus entstanden ist ein Konzept für den Online-Supermarkt der Zukunft, den sieben Millionen* deutsche Haushalte gern für einen Online-Einkauf ausprobieren würden. Seit Herbst 2017 befindet sich das bestätigte Konzept für den Online-Supermarkt myEnso in der Realisierungsphase. In Bremen werden seit Mai die ersten Testkunden beliefert. Der bundesweite Rollout von myEnso – bestehend aus einem Basissortiment und regionalen- sowie Spezial-Produkten – beginnt im Frühjahr 2018. myEnso baut das Sortiment von ungefähr 30.000 Produkten bis Ende 2019 auf etwa 100.000 Produkte nach und nach aus. Damit ist myEnso zentrale Anlaufstelle für alle Lebensmittelprodukte.

Mit myEnso setzen die Bremer Kaufleute Norbert Hegmann (44) und Thorsten Bausch (55) als Gründer und Investoren auf ein Konzept, das Kunden und Hersteller wieder in einen direkten Dialog bringt. „Die Einkaufskonditionen des Handels bestimmen heute überwiegend, was wir konsumieren. Wir wollen, dass der Konsument wieder bestimmt, was es zu kaufen gibt. Das ist auch im Interesse der Hersteller, die über myEnso erstmals einen direkten Zugang zu den Menschen bekommen und viel lernen können“, erklärt **Geschäftsführer und Gründer Norbert Hegmann**. „Dieser Paradigmenwechsel wird den Markt entscheidend verändern.“ Bisher bestimmen die Händler, welche Produkte in den Supermarktregalen gelistet werden.

„Wir haben den Leuten ein Jahr lang zugehört und daraus entscheidende Verbesserungen für den Online-Lebensmittelhandel abgeleitet“, **ergänzt Thorsten Bausch, Mit-Gründer und CMO**. „Die aktuellen Online-Supermärkte spiegeln vor allem nicht richtig die Art und Weise wider, wie Konsumenten einkaufen wollen – nämlich Anlass-bezogen und nicht auf Einzelproduktebene. Die derzeitigen Online-Supermärkte sind lediglich Produktkataloge, sie bieten keinerlei Inspiration und Käuferlebnis“, weiß Bausch.

Dies will und kann myEnso ändern, denn das Unternehmen tritt ohne Konzernzwänge und althergebrachte Handelsprinzipien an. Um das Konzept zu prüfen, wurden von myEnso und vom Partner Kantar TNS bislang über 1,5 Millionen Euro in Marktforschung investiert. Der 100-prozentige Kundenfokus soll dem Online-Lebensmittelhandel zum Durchbruch in Deutschland verhelfen. Zentrales Element des myEnso-Konzepts ist daher der „Wünsch-dir-was-Button“. „Wir werden permanent in einem eigens entwickelten Programm gemeinsam mit den Herstellern und den Kunden Ideen testen und diese bei Bestätigung durch die Kunden

Pressemitteilung

ausrollen“, verspricht Bausch. Bei 1.000 Likes landen Produkte dann tatsächlich im Sortiment. Kundenfokus in aller Konsequenz bedeutet bei myEnso auch die unmittelbare Beteiligung der Deutschen an dem Unternehmen. Ein Genossenschaftsmodell erlaubt allen eine direkte Teilhabe. Jeder kann für einmalig 100 bis 10.000 Euro einen Anteil an myEnso erwerben und kommt damit in den Genuss eines Vorteilsprogramms. Diese Genossen stellen darüber hinaus einen Geschäftsführer und erhalten auch einen Sitz im Beirat von myEnso. Somit ist der Kundenfokus bei myEnso gesichert.

Investoren von myEnso sind zunächst die beiden Gründer sowie zahlreiche Industrie- und Logistikpartner, die das Konzept über individuelle Partnerverträge unterstützen. Als Partner an Bord sind unter anderem MR PlanFabrik, Pilot, Kantar TNS, Grenzebach, Vollers, Team Neusta und Convivo. Der Investitionsbedarf beläuft sich nach Schätzungen der Gründer bis Ende 2019 auf 95 Millionen Euro.

*) Quelle: Kantar TNS, Hochrechnung aus Konzepttest mit 800 Befragten, 2016

Zum Erklärvideo: <https://youtu.be/SOeLluJBFN8>

Pressemappe zum Download: http://bit.ly/2017_Pressemappe_myEnso

Logo zum Download: <http://www.myenso.de/presse/>

Über myEnso

myEnso ist ein Online-Marktplatz für Lebensmittel und One-Stop-Shop für mehr als 100.000 Supermarktprodukte, der Kunden und Hersteller erstmals direkt zusammenbringt. myEnso wurde 2016 von der Enso eCommerce GmbH in Bremen, gegründet. Die Geschäftsführung teilen sich Norbert Hegmann (CEO und Gründer) und Thorsten Bausch (CMO und Mit-Gründer). Als Partner an Bord sind unter anderem MR PlanFabrik, Pilot, Kantar TNS, Grenzebach, Vollers, Team Neusta und Convivo. Die Pflegeeinrichtungen der Convivo Unternehmensgruppe werden seit Mai mit Lebensmitteln beliefert, bundesweit wird myEnso ab Frühjahr 2018 verfügbar sein. Das Logistikzentrum von myEnso ist der Speicherhof in Bremen, der gemeinsam mit der Bremer Firma Vollers, der Grenzebach Maschinen GmbH sowie der MR PlanFabrik ausgebaut wird. www.myenso.de

Pressekontakt für Interviewanfragen und Hintergründe:

Agentur Frau Wenk +++ GmbH

Tel.: +49 40 329047380

E-Mail: myenso@frauwenk.de