

Online-Supermarkt Oda beliefert jetzt ganz Berlin

oda



Odas Führungsteam in Deutschland v.l.n.r.: Eberhard Wirtz (Commercial Director), Ulrike Kürschner (Finance Director),
Malte Nusch (Managing Director), Steffen Christ (Operations Director), Maja Däumig (Head of Customer Service)
Nicht abgebildet: Lars Burkhardt (Growth Director), Felix Berghöfer (People Director)

oda.de

Berlin, 16.02.2022 – Der norwegische Online-Supermarkt Oda bringt ab sofort noch mehr Vielfalt in die Hauptstadt: Berliner:innen können zum Start aus über 9.000 Produkten wählen und so ihren gesamten Wocheneinkauf einfach online erledigen. Von regionalen bis hin zu Bio- Produkten ist alles dabei - viele auch zum Discountpreis. Unter anderem auch ein großes Angebot an Produkten der Bio Company Eigenmarke. Vom Logistikstandort im brandenburgischen Ragow Mittenwalde aus beliefert Oda alle zwölf Bezirke der Bundeshauptstadt. Neukund:innen dürfen sich im ersten Monat ab einem Bestellwert von 40 Euro zudem über Gratis-Lieferungen freuen.

Rund drei Stunden verbringen Berliner:innen mit dem Wocheneinkauf, nur 11 Prozent nutzen regelmäßig Online-Supermärkte^{*}. „Das wollen wir ändern“, sagt **Malte Nusch**, Managing Director von Oda Deutschland. „Unser Ziel ist es, mit einem vielfältigen Sortiment und einem kompromisslos guten Service das Alltagsleben aller Berliner:innen zu erleichtern und ihnen mehr Zeit für die schönen Dinge im Leben zu schenken – ganz gleich ob Single-Haushalt, WG oder Großfamilie. Denn die drei Stunden, die Berliner:innen jede Woche für den Wocheneinkauf im Supermarkt aufbringen, könnten sie genauso gut mit ihren Liebsten verbringen.“

Von regional über vegan bis Bio: Umfangreiches Sortiment für mehr Vielfalt

Odas Produktsortiment bedient die vielfältigen Ansprüche der Berliner:innen. Zum Start können Kund:innen aus 9.000 Artikeln wählen. Für den Wocheneinkauf ist alles dabei: Frische Produkte wie Obst und Gemüse, Milch und Tiefkühlprodukte, Fleisch- und Backwaren, Getränkeboxen, vegane und vegetarische Lebensmittel sowie Haushaltsartikel. Das Sortiment wird in den kommenden Monaten auf bis zu 12.000 Artikel anwachsen. Aktuell sind etwa 12 Prozent des Gesamtsortiments im Preiseinstieg angesiedelt, 11 Prozent sind Bio-Produkte.

„Wir möchten unseren Kundinnen und Kunden ein möglichst umfangreiches, preiswertes Gesamtsortiment bieten. Als reiner Online-Supermarkt sind unsere Prozesse zudem darauf ausgelegt, Ressourcen zu schonen und Bestellungen effizient abzuwickeln. Das erreichen wir durch den gezielten Einsatz von Automatisierung sowie eine optimierte Nachfrage- und Lieferroutenplanung. Dank unserer verkürzten Lieferketten können wir außerdem direkt mit regionalen Erzeugerinnen und Erzeugern zusammenarbeiten“, so **Malte Nousch** zum Konzept.

Etwa ein Viertel der Lieferant:innen sind regionale und lokale Erzeuger:innen. Neben dem Hauptlieferanten Bunting, bezieht Oda seine Produkte unter anderem von Werder Frucht, der Märkischen Agrargenossenschaft, der Hofmolkerei Hemme-Milch in der Uckermark und der Biomanufaktur Havelland aus Velten. Zusätzlich listet Oda als einziger Online-Supermarkt in Deutschland rund 400 Produkte der Bio Company-Eigenmarke.

Darüber hinaus kooperiert Oda mit zahlreichen innovativen Food-Startups in Berlin und bundesweit – darunter das Berliner Tiefkühlgerichte-Startup Every Foods, der vegane Käsehersteller Mondarella und das Münchener Unternehmen Happy Ocean, welches pflanzliche Shrimps-Alternativen entwickelt. Auf Wunsch vieler Testnutzer:innen fügt Oda seinem Sortiment in den nächsten Wochen noch 20 typisch norwegische Produkte hinzu.

Start nach erfolgreicher Testphase

Nach der erfolgreich abgeschlossenen Testphase mit rund zweitausend Berliner:innen schaltet Oda seinen Online-Supermarkt nun für alle Menschen in der Hauptstadt frei. „Während der Testphase konnten wir wertvolles Feedback zu unseren Abläufen, Liefergebühren sowie unserem Sortiment sammeln und gehen jetzt mit einem noch besseren Service an den Start“, betont Malte Nusch.

In den ersten Tagen operiert Oda im offenen Testbetrieb mit leicht eingeschränkten Kapazitäten und Lieferzeiten. Danach folgt der Hochlauf bis zur vollen Kapazität. Vom Logistikstandort im brandenburgischen Ragow Mittenwalde liefern rund 40 Fahrer:innen die Bestellungen von Montag bis Samstag aus – zunächst zwischen 9 und 22 Uhr und langfristig zwischen 6 und 22 Uhr.

Lieferungen in ganz Berlin

Oda beliefert das komplette Berliner Stadtgebiet. „Berlin hört für uns nicht am Ring auf. Deshalb decken wir direkt zum Start ganz Berlin ab – von Spandau bis Köpenick“, sagt **Malte Nusch**. Zunächst erhalten die Berliner:innen ihre Einkäufe frühestens am Folgetag, später will Oda auch Same-Day-Lieferungen anbieten. Die Kosten für die Lieferung betragen je nach gewähltem Zeitfenster und Bestellwert zwischen 0 und 3,99 Euro. Im ersten Monat sind alle Lieferungen ab einem Bestellwert von 40 Euro für Neukund:innen kostenlos.

Wocheneinkauf mit einem Klick – zeitsparend, flexibel, intuitiv

In der Oda-App sowie im Webshop können Kund:innen ihren virtuellen Warenkorb schnell, einfach und intuitiv füllen. Digitale Einkaufslisten und Rezeptideen sorgen für stressfreies Einkaufen und mehr Abwechslung auf dem Esstisch. Zusätzlich finden Nutzer:innen bei Oda zahlreiche einfache Rezepte für jeden Tag – darunter vegetarische, vegane und saisonale Gerichte. Die Zutaten landen via 1-Klick-Funktion gleich in der gewünschten Portionsmenge im Warenkorb.

Expansion ins Umland als nächster Schritt

Oda plant bereits weitere Standorte in Deutschland, zunächst im Berliner Umland. Im zweiten Schritt sollen insbesondere mittelgroße Städte in einem Umkreis von bis zu 2,5 Stunden Fahrt von Berlin aus über kleinere Distributionszentren beliefert werden.

oda



Über Oda

Der Online-Supermarkt Oda (www.oda.com/de) beliefert Millionen Haushalte in Deutschland, Norwegen und Finnland mit Produkten für den gesamten Wocheneinkauf. 2013 von zehn Freunden in Norwegen gegründet, beschäftigt Oda aktuell rund 1.350 Mitarbeitende. Die Mission: das effektivste Retail-System der Welt aufzubauen. Oda setzt dafür auf eine Kombination aus datenbasierter Nachfrageplanung, automatisierter Technologie und einer unternehmenseigenen Logistik-Plattform, um Ineffizienzen in der Lieferkette für Lebensmittel zu beseitigen. Im Mittelpunkt steht dabei die Wertschätzung für Menschen und natürliche Ressourcen.

In Norwegen ist Oda der führende Online-Supermarkt mit einem Jahresumsatz von 250 Mio. Euro (2021) und einem Finanzierungsvolumen von mehr als 400 Mio. Euro von Investoren wie Kinnevik, Verdane und Summa Equity. Seit 2022 expandiert Oda international: Nach Finnland folgte Anfang 2023 der Markteintritt in Berlin mit einem vielfältigen Sortiment aus aktuell mehr als 9.000 Produkten. Weitere Standorte sind bereits in Planung.

Pressekontakte Oda

Verena Knödler / Alina Nagel

Oseon GmbH & Co.KG
Kleiner Hirschgraben 8
60311 Frankfurt am Main

0049 171 296 6393 | oda@oseon.com

Timea Rüb

Oda Germany GmbH
Zeughofstraße 1
10997 Berlin

0049 170 952 6487 | de-press@oda.com



oda.de