

Pressemappe: Agrar-PR

18.01.2023 | 09:41:00 | ID: 35195 | Ressort: [Ernährung](#) | [Bioprodukte](#)

Berlin testet jetzt neuen Lebensmittel-Lieferdienst

[Berlin](#) (agrar-PR) - *Online-Supermarkt Oda listet BIO COMPANY Eigenmarke*

Der Anfang 2023 in Deutschland neu auf den Markt tretende norwegische Online-Supermarkt Oda kooperiert mit der BIO COMPANY. Mit Beginn des Testbetriebs in Berlin am 23. Januar können vorangemeldete Testnutzer:innen bei Oda Produkte der BIO COMPANY-Eigenmarke im Bio-Preiseinstieg sowie eine Vielzahl weiterer preiswerter Lebensmittel und Artikel des täglichen Bedarfs online einkaufen. Die Zusammenarbeit mit der BIO COMPANY ist für Oda der nächste Meilenstein im Ausbau seines Netzwerks an hochkarätigen Handelspartnern in Deutschland: Sie erhöht den Anteil der biologisch erzeugten Produkte am Gesamtsortiment auf über 11 Prozent und folgt auf eine im letzten Sommer geschlossene Handelspartnerschaft mit der Bunting Unternehmensgruppe als Hauptlieferant hierzulande.

„Ziel der Partnerschaft ist es, mit einem möglichst vielfältigen Gesamtsortiment an preiswerten Lebensmitteln an den Start zu gehen: Zusätzlich zu unserem umfassenden regulären Sortiment wollen wir Kund:innen auch eine breite Auswahl an bezahlbaren, zertifiziert nachhaltigen Produkten zur Verfügung stellen. Damit wird das Sortiment von Oda in Deutschland perfekt abgerundet“, sagt Eberhard Wirtz, Commercial Director von Oda Deutschland. „Wir freuen uns, mit der BIO COMPANY den führenden Bio-Supermarkt in der Hauptstadtregion als Lieferanten gewonnen zu haben. So bringen wir den Berliner:innen auch die große Vielfalt der erschwinglichen BIO COMPANY-Eigenmarke direkt an die Haustür.“

Odas Online-Supermarkt ist zunächst nur für vorangemeldete Berliner Testnutzer:innen verfügbar. Nach erfolgter Testphase kann ab Februar ganz Berlin im Oda-Webshop und über die App einkaufen. Odas Sortiment umfasst inklusive der BIO COMPANY-Produkte in der Testphase rund 8.000 Artikel. Bis zum offiziellen Launch wird es auf über 9.000, und in den folgenden Monaten auf bis zu 12.000 Artikel anwachsen.

Das BIO COMPANY-Portfolio bei Oda umfasst insgesamt rund 400 Produkte. Gelistet werden ausschließlich Produkte der BIO COMPANY-Eigenmarke, darunter Trockenwaren, Molkereiprodukte, Konserven und Fertiggerichte, Kaffee und Tee sowie vegane Spezialitäten. Alle Produkte sind im Bio-Preiseinstieg angesiedelt.

„Mit Oda eint uns ein starkes Nachhaltigkeitsstreben, sodass diese Kooperation auch gut zu unserer Unternehmensphilosophie passt. Mit der segmentierten Öffnung zum Online-Handel hin können wir fortan Kundenwünsche nach unserer Eigenmarke auch außerhalb unseres Einzugsgebietes bedienen“, unterstreicht Christopher Vorweg, Leiter Eigene Marken der BIO COMPANY.

Nachhaltigkeit als gemeinsamer Antrieb

Die Kooperation baut auf einem starken Nachhaltigkeitsfokus beider Unternehmen auf. Odas Ziel ist es, Ineffizienzen in der Lieferkette für Lebensmittel zu beseitigen. Als reiner Online-Supermarkt sind alle Prozesse des norwegischen Online-Supermarkts darauf ausgelegt, Ressourcen zu schonen: Mit kurzen Lieferketten sowie einer optimierten Nachfrage- und Lieferrouthenplanung fallen bei Oda bis zu dreimal weniger Lebensmittelabfälle als im stationären Einzelhandel an (1). Gleichzeitig treibt Oda im norwegischen Heimatmarkt durch Initiativen wie die „Climate Receipt“ – ein App-Feature, mit dem Kund:innen den CO₂-Fußabdruck ihrer Einkäufe einsehen können – nachhaltige Kaufentscheidungen voran. Ähnliche Initiativen sind über Zeit auch für den deutschen Markt geplant.

Auch die BIO COMPANY verfolgt seit ihrer Gründung eine ambitionierte Nachhaltigkeitsstrategie. Den Schwerpunkt legt sie dabei auf Regionalität. Um die bestmögliche Frische der Produkte zu gewährleisten und auf den Lieferwegen so viel CO₂ wie möglich einzusparen, bezieht das Bio-Unternehmen seine Waren bevorzugt aus dem lokalen Umkreis. In der Metropolregion Berlin wird es von über 100 Lieferant:innen aus Berlin-Brandenburg beliefert. Mit den Eigenmarke-Produkten macht der Bio-Filialist den bewussten Lebensmitteleinkauf zudem besonders leicht zugänglich: Im Bio-Preiseinstieg angesiedelt, sind die Produkte nicht nur erschwinglich, sondern auch im Hinblick auf Verpackungen und Rezepturen möglichst umweltfreundlich und ressourcenschonend produziert.

(1) Lebensmittelabfälle (gemessen als Umsatzanteil in Norwegen) bei Oda = <0,5 % Vergleich: Durchschnitt im deutschen Lebensmitteleinzelhandel = 1,5 %; Quelle: Heinrich M, Orr L, Bru?ggemann N, Schmidt TG (2022): Monitoring der Lebensmittelabfälle im Groß- und Einzelhandel in Deutschland 2019: Daten des Lebensmitteleinzelhandels

Über Oda

Der Online-Supermarkt Oda hat den Code geknackt, um eine riesige Auswahl an preiswerten und hochwertigen Lebensmitteln direkt an Millionen Haushalte zu liefern. Dabei setzt Oda auf eine Kombination aus datenbasierter Nachfrageplanung, automatisierter Technologie und einer unternehmenseigenen Logistik-Plattform, um Ineffizienzen in der Lieferkette für Lebensmittel zu beseitigen. Bei Oda erledigen Kund:innen ihren Wocheneinkauf bequem und unkompliziert von zuhause aus und profitieren von flexiblen Lieferzeitfenstern sowie einem umfassenden Sortiment aus mehr als 9.000 Produkten. Dazu gehören frisches Obst und Gemüse, Milchprodukte, Fleisch- und Backwaren, aber auch Tiefkühlprodukte und Haushaltsartikel.

2013 von zehn Freunden in Norwegen gegründet, ist es Odas Mission, das effektivste Retail-System der Welt aufzubauen. Im Mittelpunkt steht dabei die Wertschätzung für Menschen und natürliche Ressourcen. Heute ist Oda Norwegens führender 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 dem erfolgreichen Start in Finnland folgte Anfang 2023 der deutsche Markteintritt. Aktuell beliefert Oda erste Testnutzer:innen in Berlin vom Logistik-Standort Ragow Mittenwalde aus.

Über die BIO COMPANY

Gegründet 1999 ist die BIO COMPANY heute Marktführer in Berlin/Brandenburg und deutschlandweit die Nr. 3 unter den Bio-Supermarktfilialisten. Ihr Konzept ist seit der Gründung ein fundiertes Regionalitätsprinzip sowie eine stetige, ambitionierte Nachhaltigkeitsstrategie.

So wurde sie für ihr nachhaltiges Engagement mit dem GREEN BRANDS Gütesiegel 2021/2022 für Deutschland ausgezeichnet. Bereits 2018 erhielt sie den „Regionalstar“ für das Konzept „Tief verwurzelt in der Region“, verliehen von der Lebensmittelpraxis und der Grünen Woche. Auch Stiftung Warentest nannte BIO COMPANY bereits als besonders positives Beispiel für regionale Lebensmittel. Neben der Frische, kurzen Lieferwegen und CO₂-Einsparungen will man besonders auch die regionalen Wertschöpfungskreisläufe stärken. Die BIO COMPANY beschäftigte Ende Dezember 2022 1.628 Mitarbeiter, davon 107 Auszubildende.

Pressekontakte:

Oda Germany GmbH

Zeughofstraße 1

10997 Berlin

BIO COMPANY SE

c/o STURM! Public Relations

10623 Berlin

Timea Rüb

E: de-press@oda.com

T: +49 (0)170 952 6487

Oseon GmbH & Co.KG

Kleiner Hirschgraben 8

60311 Frankfurt am Main

Verena Knödler / Alina Nagel

E: oda@oseon.com

T: +49 (0)171 296 6393



[Agrar-PR](#)

Postfach 131003 70068 Stuttgart Deutschland

Telefon: +49 0711 63379810

E-Mail: redaktion@agrar-presseportal.de Web: www.agrar-presseportal.de >>> [Pressefach](#)