

myEnso – meine Entscheidung

Pressemappe

Stand: März 2018

Pressekontakt:

Agentur Frau Wenk +++ GmbH
Kleine Reichenstraße 8
20457 Hamburg
Tel.: +49 40 329 047 380
E-mail: myEnso@frauwenk.de
www.frauwenk.de

Inhaltsverzeichnis

Über myEnso.....	3
Zahlen, Daten und Fakten	3
Die myEnso Milestones & Roadmap 2018	4
Die myEnso-Philosophie	5
Die Gründer.....	6
Norbert Hegmann	6
Thorsten Bausch.....	7
Interview mit den Gründern Thorsten Bausch und Norbert Hegmann	8

Pressekontakt:

Agentur Frau Wenk +++ GmbH
Kleine Reichenstraße 8
20457 Hamburg
Tel.: +49 40 329 047 380
E-mail: myEnso@frauwenk.de
www.frauwenk.de

Über myEnso

myEnso – meine Entscheidung

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 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

Zahlen, Daten und Fakten

Firmenname:	Enso eCommerce GmbH
Website:	www.myEnso.de
Gründung:	2016
Geschäftsführung:	Norbert Hegmann (CEO und Gründer) Thorsten Bausch (CMO und Gründer)
Dienstleistung	myEnso ist Deutschlands neuer Online-Marktplatz für Lebensmittel, der auf konsequente Kundenzentrierung und die Beteiligung seiner Konsumenten setzt.
Sortiment und Größe	One-Stop-Shopping für über 100.000 Supermarktprodukte vom Waschmittel über Regionales bis hin zum Honig von Hawaii
Partner	Convivo, Grenzebach Maschinen, Kantar TNS, MR PlanFabrik, Pilot, Team Neusta, Vollers
Unternehmenssitz:	An der Reeperbahn 6 28217 Bremen

Pressekontakt:

Agentur Frau Wenk +++ GmbH
Kleine Reichenstraße 8
20457 Hamburg
Tel.: +49 40 329 047 380
E-mail: myEnso@frauwenk.de
www.frauwenk.de

Die myEnso Milestones & Roadmap 2018

2016 – Idee und Konzept entstehen, Gründung der ENSO eCommerce GmbH

Mai 2017 – Erste Pflegeeinrichtungen der Convivo Unternehmensgruppe in Bremen werden mit Lebensmitteln von myEnso beliefert

Juli 2017 – 45 Senioreneinrichtungen sind bei myEnso unter Vertrag

August 2017 – Der erste myEnso-Kioskwagen ist in Bremen im Einsatz

September 2017 – Testmarkt Bremen startet, myEnso ruft Bremer auf, den Online-Supermarkt der Zukunft als Pioniere mitzugestalten

September 2017 – Das Category-Partner-Programm mit Kantar TNS und Herstellern startet

Herbst 2017 – Der über 100.000 m² große Speicherhof der Firma Vollers in Bremen wird revitalisiert und gemeinsam mit MR PlanFabrik sowie Grenzebach Maschinen zum Logistikzentrum von myEnso ausgebaut. Das Motto: „Ab hier in die Zukunft der eSupermarkt-Logistik“

Dezember 2017 – Erste Testbestellungen in Bremen sind möglich

Dezember 2017 – myEnso richtet in seinem Zentrallager eine erste Robotik-Teststrecke für „Next Generation eSupermarkt-Logistik“ ein

Dezember 2017 – myEnso hat die ersten 1.000 Pioniere für sich gewonnen

Februar 2018 – Erstes Pioniertreffen in Bremen

Februar 2018 – myEnso gründet Genossenschaft für die Pioniere

April 2018 – Die Wunschplattform meine-entscheidung.myenso.de ist online für alle Pioniere verfügbar

Ab April 2018 – myEnso wird den Online-Shop für Pioniere öffnen

Jahreswechsel 2018 / 2019 – myEnso wird bundesweit mit dem Rollout seines Online-Supermarkts unter www.myEnso.de starten

Pressekontakt:

Agentur Frau Wenk +++ GmbH
Kleine Reichenstraße 8
20457 Hamburg
Tel.: +49 40 329 047 380
E-mail: myEnso@frauwenk.de
www.frauwenk.de

Die myEnso-Philosophie

Der Unternehmensname gründet sich auf die Idee des Enso, eines kalligraphischen Kreissymbols aus dem Zen-Buddhismus. Es ist Ausdruck absoluter Konzentration auf das Hier und Jetzt – oder anders: auf das eigene Ich. Diese Fokussierung auf die Kraft jedes Einzelnen, seine Entscheidungen selbstbestimmt zu treffen, ist für myEnso das Sinnbild absoluter Customer Centricity. Und Kern der Unternehmensphilosophie.

Empowerment

Wir möchten den Menschen die Macht über sich und ihre Entscheidungen zurückgeben. Sie sollen das Sagen haben, wie der Supermarkt der Zukunft sein soll.

Wahrhaftigkeit

Wir möchten ehrlich, authentisch und nahbar sein.

myEnso wird nicht nur online, sondern auch in Form von eigenen Auslieferdiensten, eigenen Pop-up-Stores und eigenen Botschaftern verfügbar und erreichbar sein und damit zum vertrauten und vor allem verlässlichen Partner werden.

Achtsamkeit

Wir möchten auf den Menschen hören und seine Bedürfnisse erkennen.

Wenn wir höchst individuelle Einkaufsservices und Unterstützung in der Einkaufsvorbereitung liefern wollen, die begeistern, müssen wir genau hinzuhören, die Bedürfnisse des Einzelnen respektieren und sehr präzise sein.

Partizipation

Wir möchten nicht bestimmen, sondern laden alle zur Mitbestimmung und Teilhabe ein.

Kooperation ist das Prinzip von myEnso. Die Kunden sollen myEnso inspirieren, das bessere Angebot zu entwickeln. Und sie sollen partizipieren, sprich Teilhaber „ihres“ Supermarktes sein.

Pressekontakt:

Agentur Frau Wenk +++ GmbH
Kleine Reichenstraße 8
20457 Hamburg
Tel.: +49 40 329 047 380
E-mail: myEnso@frauwenk.de
www.frauwenk.de

Die Gründer



Norbert Hegmann, Gründer und Geschäftsführer



„Seit 15 Jahren höre ich als Marktforscher den Kunden zu. myEnso ist die logische Konsequenz aus diesem Wissen über die heutigen Konsumbedürfnisse des Menschen.“

Der gelernte Groß- und Außenhandelskaufmann ist studierter Betriebs- und Volkswirt und Bremer Kaufmann durch und durch.

Norbert Hegmann (Jahrgang 1973) hat für deutsche Unternehmen den Vertrieb in den USA, Japan und China aufgebaut. Bereits 1997 verwirklichte er seinen unternehmerischen Gestaltungsdrang und gründete mit der Caterva GmbH sein erstes eigenes Unternehmen für betriebliches Gesundheitsmanagement.

Seit 2003 ist Norbert Hegmann Geschäftsführer der Bonsai GmbH, die mittlerweile zur renommierten Marktforschungsgruppe Kantar TNS gehört. Bonsai hat als Marktforschungsinstitut für reale Tests bei Produkt- und Medieninnovationen einen Namen. Das Motto „Was Bremen kann, kann Deutschland“ macht sich die Bonsai GmbH zunutze: Die Stadt Bremen stellt in vielerlei Hinsicht ein kleines Abbild von Deutschland dar und eignet sich optimal als Testfeld für neue Produkte und Dienstleistungen. Im Auftrag großer Konzerne wie Beiersdorf, Dr. Oetker, Novartis oder Procter & Gamble testet das Marktforschungsunternehmen, wie neue Produkte bei Verbrauchern ankommen und welche Werbestrategien funktionieren.

In seinen fast 15 Jahren als Gründer und Gesellschafter des Marktforschungsinstitutes Bonsai hatte Norbert Hegmann die Möglichkeit unzählige Innovationsprojekte der Industrie direkt zu begleiten.

Mit der Gründung der Enso eCommerce GmbH im Dezember 2016 geht er einen Schritt weiter und führt seine Kenntnisse über Verbraucher und Hersteller zusammen.

Norbert Hegmann ist verheiratet und hat eine kleine Tochter.

Pressekontakt:

Agentur Frau Wenk +++ GmbH
Kleine Reichenstraße 8
20457 Hamburg
Tel.: +49 40 329 047 380
E-mail: myEnso@frauwenk.de
www.frauwenk.de

Thorsten Bausch, Gründer und CMO



„Marketing bedeutet im Kern, dem Markt zuzuhören. Wer dies mit aller Konsequenz tut, ist automatisch gesellschaftlich relevant und trifft mit seinem Angebot exakt die Bedürfnisse des Menschen.“

Als gelernter Werbekaufmann und studierter Fachmann für Marketing-Kommunikation hat Thorsten Bausch (Jahrgang 1962) in über 20 Jahren bei führenden Agenturen Erfahrung im Umgang mit allen wesentlichen Instrumenten der Marktstrategie und -bearbeitung für Markenunternehmen erworben. Dann nahm er auf Agenturseite die Geschäftsführungsposition ein.

Anschließend war er auf Industrieseite fünf Jahre lang verantwortlich für die integrative Markenentwicklung und -umsetzung der CTS EVENTIM AG in fast 20 europäischen Märkten. Seit 2010 ist er selbstständig und als kreativer Unternehmensberater spezialisiert auf die methodische Entwicklung von Marktstrategien in dynamischen Märkten. Bausch beschreibt sich als Verkaufsberater, dessen Ziel es ist, Unternehmen über intelligente und gleichsam kreative Marktbearbeitung zu Marktführern zu machen.

Thorsten Bausch lebt mit seiner Familie in Bremen.

Pressekontakt:

Agentur Frau Wenk +++ GmbH
Kleine Reichenstraße 8
20457 Hamburg
Tel.: +49 40 329 047 380
E-mail: myEnso@frauwenk.de
www.frauwenk.de

Interview mit den Gründern Thorsten Bausch und Nobert Hegmann

Wie sind Sie auf die Idee für myEnso gekommen?

Hegmann: „Das hat sich aus meiner Arbeit als Marktforscher ergeben. Im Testmarkt Bremen, der repräsentativ für Deutschland ist, testen und erfassen wir die Reaktion der Verbraucher auf die Angebote der Hersteller. Ich höre dem Kunden also seit über einem Jahrzehnt zu. Bei diesem Zuhören habe ich auch die Notwendigkeit eines eCommerce-Testmarkts für FMCG erkannt. Diesen gab es aber nicht und keiner der etablierten eCommerce-Betreiber war dazu befähigt. Denn keines dieser Modelle kann den Kunden absolut in den Fokus stellen. Technologisch nicht und von der Haltung kommend erst recht nicht. Da lag es für mich nahe, diesen absoluten Kundenfokus in ein Geschäftsmodell zu überführen und mit unserem Wissen über die Bedürfnisse der Menschen das Thema Lebensmittelhandel nochmal ganz neu zu denken. Das war der Ursprung, denn kein Online-Supermarkt bildet aktuell das gelernte Einkaufsverhalten der Menschen ab und berücksichtigt deren veränderten Wertekosmos. Bei myEnso hören wir den Kunden zu und setzen seine Wünsche auch konsequent um. So können wir unser Angebot in einer permanenten „Test & Learn“-Schleife immer wieder verbessern. Die Überlegung, daraus ein Beteiligungsmodell für jeden einzelnen Kunden zu machen, war dann nur noch eine logische Konsequenz.“

Sie wollen Ihre Kunden auch an myEnso beteiligen?

Bausch: „Absolut. Jeder Kunde kann Pionier bei myEnso werden. Für seine Mitgestaltung bekommt er Einkaufsgutscheine und wird je nach Engagement an myEnso beteiligt. Aber jeder Mensch kann auch direkt Teilhaber an myEnso werden, ohne Pionier zu sein. Dazu wird ein Teil von myEnso genossenschaftlich organisiert. Wir wollen die Stimme des Kunden quasi im Haus haben. Unser langfristiges Ziel ist es, dass myEnso irgendwann nahezu vollständig Deutschland gehört.“

Sind die Menschen überhaupt gewillt, sich an Unternehmen zu beteiligen und diese aktiv mitzugestalten?

Pressekontakt:

Agentur Frau Wenk +++ GmbH
Kleine Reichenstraße 8
20457 Hamburg
Tel.: +49 40 329 047 380
E-mail: myEnso@frauwenk.de
www.frauwenk.de

Bausch: „Das können wir auf Basis unserer Marktforschung definitiv bestätigen. Die vielfältigen Beispiele von Crowd-Finanzierungen zeigen eindeutig, dass Menschen in überzeugende Konzepte investieren. Es geht um Kleinbeträge und um mehr geht es bei uns ja auch nicht. Jeder kann, wenn er will, für einmalig 100 Euro einen Anteil an myEnso erwerben und kommt sofort in den Genuss eines sehr attraktiven Vorteilsprogramms. Andere Online-Lebensmittel-Anbieter verlangen jährlich fast 120 Euro ohne Vorteilsprogramm und Beteiligung. Wir haben dazu den alten Gedanken der Genossenschaft revitalisiert und modernisiert. Auch das Thema Mitgestaltung findet eine überdurchschnittliche Zustimmung in der Gesellschaft. Wir bedienen bei myEnso beide Aspekte. Die konsequente Haltung der Kundenzentrierung bedeutet für uns, dass wir den Kunden nicht nur zur Mitgestaltung einladen, sondern ihn auch zum Gesellschafter an ‚seinem‘ Supermarkt werden lassen. Damit erhalten Kunden eine entscheidende Stimme bei myEnso, die uns regulieren kann. Alle Genossenschaftler entsenden dazu mit dem von ihnen gewählten Vertreter die Stimme des Kunden in den Beirat von myEnso.“

Was ist der zentrale Unterschied zu den bisherigen Ansätzen im Online-Lebensmittelhandel?

Hegmann: „Der wichtigste Unterschied ist die Kundenzentrierung in unserem Konzept, die wir mit maximaler Konsequenz auch umsetzen werden. Bei myEnso entscheidet ausschließlich der Kunde über Innovationen, Produktlistungen oder Serviceangebote. Nichts geht ohne einen Test und die Befragung von Kunden live. Wir bringen Kunde und Hersteller also erstmals direkt zusammen und sind nur die handelsneutrale Plattform, die die Bedürfnisse und Erwartungen beider Seiten managt.“

Pressekontakt:

Agentur Frau Wenk +++ GmbH
Kleine Reichenstraße 8
20457 Hamburg
Tel.: +49 40 329 047 380
E-mail: myEnso@frauwenk.de
www.frauwenk.de

Sie wollen ein handelsneutraler Marktplatz sein. Was bedeutet das?

Bausch: „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 einen direkten Zugang zu den Menschen bekommen. Im Dialog können so bessere Produkte, das bessere Angebot oder die bessere Aktion entwickelt werden. Im Prinzip bieten wir den Herstellern an, unter Aufhebung der bisherigen Prinzipien des Lebensmitteleinzelhandels gemeinsam mit den Kunden durch permanentes Test & Learn den Supermarkt der Zukunft zu schaffen. Das wird auch auf Seiten der Hersteller sehr positiv bemerkt, wir stecken da derzeit in vielen und tiefen Gesprächen..“

Können Sie mit diesem Ansatz mehr Deutsche für den Online-Lebensmittelkauf begeistern als bisher?

Hegmann: „Davon sind wir überzeugt, weil wir uns die Zeit genommen haben, die Menschen zu fragen, was sie sich von einem Online-Shop für Supermarktprodukte wünschen. Und mit dem von uns im Konsumententest überprüften myEnso-Geschäftsmodell sprechen wir unter anderem ganz neue Zielgruppen an. Die Erkenntnisse aus der Marktforschung mit unserem Partner Kantar TNS waren extrem lehrreich. Es gibt derzeit offenbar viele Punkte und Dimensionen, mit denen die Menschen unzufrieden sind. Zuallererst lässt sich feststellen, dass der Online-Einkauf von Lebensmitteln heute das eindeutig schlechtere Angebot im Vergleich zum stationären Einkauf darstellt. Zum Beispiel mangelt es vielen online an einer anlassbezogenen, intuitiven Einkaufsnavigation, wie wir sie aus dem stationären Handel kennen. Es gibt also viele Verbesserungsmöglichkeiten für den Online-Lebensmittelhandel. Man muss nur zuhören.“

Pressekontakt:

Agentur Frau Wenk +++ GmbH
Kleine Reichenstraße 8
20457 Hamburg
Tel.: +49 40 329 047 380
E-mail: myEnso@frauwenk.de
www.frauwenk.de

Mit welchen Verbesserungen gehen Sie konkret an den Markt?

Hegmann: „Wir wollen einen Online-Supermarkt gemeinsam mit den Kunden und den Herstellern erschaffen, der nicht nur besser ist als die anderen Online-Supermärkte, sondern einen der besser ist als der kundenorientierteste stationäre Supermarkt. Dazu stellen wir eine neue Nähe zwischen Kunde und Hersteller her und ermächtigen die Kunden, myEnso permanent mit- und weiterzuentwickeln, um ihre Erwartungen an das individuelle Einkaufen zu bedienen. Daher werden wir jeden Monat gemeinsam mit den Herstellern und Kunden Ideen testen und bei Bestätigung durch die Kunden diese dann auch ausrollen. Eine der schönsten derzeitigen Ideen ist der Kioskwagen für die Pflegeheime. Hier sind wir plötzlich ein neuer Treffpunkt und Ort des Austauschs, hier kommen wir wahrhaftig mit den Menschen ins Gespräch. Die größte und gleichzeitig simpelste Innovation ist der Wunsch-Dir-Was-Button, mit dem die Kunden jederzeit ihre Wünsche an Sortiment, Lieferant und Service äußern und veröffentlichen können. myEnso verspricht: Bei mehrheitlicher Befürwortung werden wir versuchen, die Wünsche der Kunden auch umzusetzen. Es gibt sehr viele Innovationen, die teilweise beschämend naheliegen. Wie etwa ein Nachweis direkt am Produkt, mit dem der Kunde erkennen kann, dass die Kühlkette bis zu seiner Tür nicht unterbrochen wurde. Wir haben in Marktforschungsprojekten über 350 Ideen zur Verbesserung von Produktsortiment, Einkaufsorganisation, Einkaufserlebnis und weiteren Dienstleistungen gesammelt, die derzeit im Konsumententest sind und dann unsere Innovationspipeline ergeben werden.“

Erste Tests in Bremen laufen seit Herbst 2017. Wie sind die Ergebnisse?

Bausch: „Wir sind sehr zufrieden! Alle bisherigen Ergebnisse übertreffen unsere Erwartungen und jede Woche steigen unsere Kundenzahlen. Einer der wichtigsten Schlüssel ist, dass wir nicht als E-Commerce-Unternehmen wahrgenommen werden. Man sieht uns als ein neues Serviceunternehmen mit einem völlig neuen Konzept und frischem und sympathischem Gesicht. Es ist wirklich erstaunlich, wie viel Potenzial dort draußen im Markt ist und plötzlich sichtbar wird, wenn man nur eine andere Perspektive einnimmt. Und das tun wir, rund um die Uhr und jeden Tag. Denn unser Ziel ist unter anderem die permanente Wissensführerschaft.“

Pressekontakt:

Agentur Frau Wenk +++ GmbH
Kleine Reichenstraße 8
20457 Hamburg
Tel.: +49 40 329 047 380
E-mail: myEnso@frauwenk.de
www.frauwenk.de