

Contest: „Freigeist-Award“

Start Up

froodies – Lebensmittel-Onlineshop

Kurzvorstellung des Teams

Lutz Preußners (GF Marketing, Vertrieb & Finanzen), Diplom-Kaufmann, 8 Jahre Erfahrung in verschiedenen Marketingpositionen, zuletzt Marketingleiter beim Heinrich Bauer Verlag

Kai-Uwe Reimers (GF IT & Produkt), Diplom-Wirtschaftsinformatiker, 10 Jahre Erfahrung in der Softwareentwicklung, zuletzt Development Manager mit Personalverantwortung bei SAP

Die Idee

Kein mühsames Schleppen, kein Einkaufsstress mehr, mehr Zeit für die wirklich wichtigen Dinge im Leben. Auf www.froodies.de können Sie Lebensmittel, Getränke und Non-Food-Produkte einfach und bequem rund um die Uhr online bestellen und sich zur Wunschzeit nach Hause oder ins Büro liefern lassen. Alles in gleicher Qualität und zu gleichen Preisen wie im herkömmlichen Supermarkt. So geht Einkaufen heute!

Entwicklungsstand / Umsetzung

Wir sind mit dem froodies Online Shop am 01.03.2009 nach einer umfangreichen Testphase online gegangen. Das Sortiment besteht derzeit aus über 5.000 Waren des täglichen Bedarfs. Der Proof of Concept erfolgte zunächst ausschließlich mit Eigenmitteln, im April 2010 haben wir die erste Finanzierungsrunde erfolgreich mit Sirius Venture Partners abgeschlossen. Ebenfalls im April 2010 haben wir den Internet-Supermarkt LILA-SE übernommen, mit dem wir nun der Versand ins europäische Ausland und nach Übersee forcieren wollen.

Vision

Wir streben die Etablierung des Internets als neuen Absatzkanal für Lebensmittel des täglichen Bedarfs an. Unsere Vision ist es, in den kommenden Jahren das letzte große E-Commerce-Potenzial, den Handel mit Lebensmitteln über das Internet, abzuschöpfen.

Einnahmemodell

Klassisches E-Commerce Transaktionsmodell: Erlösgenerierung über die Handelsmarge sowie Liefergebühren. Mittelfristig sind weitere Erlöse aus Vermarktung der Liefermaterialien und des Shops in Analogie zum stationären Handel realistisch. Das Geschäftsmodell ist über die Ausweitung der Liefergebiete in deutsche Großstädte und Ballungszentren optimal skalierbar.

Contest: „Freigeist-Award“