

**Pressemitteilung vom 2.7.2010**

---

## **Bücher und Tomaten: Amazon wird Lebensmittelhändler**

Der Online-Einzelhändler Amazon verkauft seit 1. Juli 2010 in Deutschland auch Lebensmittel, darunter Bio-Produkte und fair gehandelte Waren. Kunden können aus 25 Kategorien wählen; auch frische Ware wie Fleisch, Gemüse und Obst sind bestellbar. Die Produkte stammen von über 60 Anbietern. Recherchen auf der Amazon-Homepage zeigen, dass die genannten Großhandels-Lieferanten bisher nicht als Bio-Spezialisten in Erscheinung getreten sind. Die Namensliste der angebotenen Bio-Hersteller- und Bio-Handelsmarken ist dennoch umfangreich. Die Kontaktaufnahme mit den Marken hat im Vorfeld offenbar nicht stattgefunden.

Die Bundesverbände Naturkost Naturwaren sind der Ansicht, dass sich ein anonymes Lieferanten-Umfeld, wie es für Amazon typisch ist, nicht eignet für die qualitativ hochwertigen, ökologisch und sozial nachhaltigen Naturkostmarken. Nur der Fachhandel bietet die angemessene persönliche Beratung, eine ansprechende Warenpräsentation, Frische und Freundlichkeit.

### **Anonymer Einkauf am Bildschirm**

Sehen, Riechen, Verkosten und persönlicher Kontakt sind am Bildschirm nicht möglich. Der Anteil der online bestellten Lebensmittel am gesamten Lebensmittel-Markt soll in Deutschland laut GfK (Gesellschaft für Konsumforschung) daher bei lediglich 0,5 Prozent liegen. Für die große Mehrheit der Kunden und Kundinnen ist der Lebensmittelkauf mit sinnlichen Erlebnissen verbunden.

Amazon verspricht daher als Zusatznutzen mehr Bequemlichkeit ohne Schlangestehen an der Kasse. Dennoch kann es unbequem werden, denn der Paketdienst liefert möglicherweise, wenn der Kunde ist nicht da ist. Das Paket steht dann in der warmen Wohnung der freundlichen Nachbarin, Salat und Pilze sind welk, die Schokolade in der Packung angeschmolzen, der Ziegenfrischkäse nicht mehr frisch.

Das Unternehmen Amazon steht für eine besonders anonyme Form des Onlinehandels. Hier sind Produkte und Lieferanten austauschbar. Beziehungspflege kann aufgrund der Sortimentsbreite nicht stattfinden. Konsequenterweise hat das Unternehmen in seinen Geschäftsbedingungen ausdrücklich einen vollständigen Haftungsausschluss für sich reklamiert. Wer nicht weiß, was er anbietet, übernimmt auch keine Verantwortung.

### **Der Bio-Fachhandel gewinnt...**

...wenn er seine Stärken noch deutlicher herausstellt. Denn im Bio-Fachhandel ist es nicht egal, was und wann geliefert wird, wie produziert und gehandelt wird. Persönliche Beratung, ansprechende Warenpräsentation, Frische und Freundlichkeit werden groß geschrieben. Ebenso große Bedeutung hat die Förderung regionaler Strukturen und langfristiger Partnerschaften. Hinsichtlich der Vielfalt und der Frische des Sortiments ist die Naturkostbranche nach wie vor unübertroffen.

Die Pflege von Marken und Werten findet in lebendigen Marktbeziehungen statt, wie sie von den Bundesverbänden Naturkost Naturwaren gefördert werden. Die Kampagne „Bio kann

mehr!“ stellt deshalb die Kompetenz und Glaubwürdigkeit einzelner Unternehmer in den Mittelpunkt. Die Arbeit an der 100-Prozent-Bio-Sortimentsrichtlinie fördert stufenübergreifend die ökologische Innovation. Wo ökologisch erzeugte Rohstoffe noch nicht existieren oder in geringen Prozentsätzen konventionelle Zutaten verwendet werden, wird eine Umstellung eingeleitet. Hier investieren Unternehmer aus Überzeugung in die Glaubwürdigkeit von Produkten, Produktionsstätten, Vertriebswegen und sogar stufenübergreifend in Wertschöpfungsketten. Sie entsprechen damit dem Wunsch einer wachsenden Gruppe verantwortungsbewusster und zukunftsorientierter Kundinnen und Kunden.

## **Pressekontakt**

### **BNN Herstellung und Handel**

Elke Röder  
Tel.: 030 / 847 12 24-24  
E-Mail: [presse@n-bnn.de](mailto:presse@n-bnn.de)

### **BNN Einzelhandel**

Georg Kaiser  
Tel.: 0221 / 13975622  
E-Mail: [info@bnn-einzelhandel.de](mailto:info@bnn-einzelhandel.de)

**Informationen zur Kampagne „Bio kann mehr“:** [www.bio-kodex.de](http://www.bio-kodex.de)

## Über die Bundesverbände Naturkost Naturwaren (BNN)

Der Bundesverband Naturkost Naturwaren (BNN) Einzelhandel e.V. ist der Verband des Naturkost-Einzelhandels. Der BNN Herstellung und Handel e.V. vertritt die mittelständischen Naturkost-Großhandelsunternehmen und Naturkost-Verarbeiter. Die Verbände verabschieden besondere Qualitätsrichtlinien für den Naturkost-Fachhandel, die über die gesetzlichen Anforderungen für Bio-Produkte hinausgehen. Der Naturkost-Fachhandel erzielte 2009 in Deutschland einen Umsatz von 1,95 Milliarden Euro mit Bio-Lebensmitteln und Naturkosmetik.