

Bio bei Amazon – wer ist der Gewinner?

Autor: Karin Heinze

Der US-amerikanische Internet-Händler Amazon bietet seit Anfang Juli einen Onlineshop für Lebensmittel und Getränke in Deutschland an. Mittlerweile sind unter den insgesamt über 54.000 Artikeln auch Tausende von Bio-Produkten online: Trockenprodukte und Frische, bekannte und weniger bekannte Naturkost-Marken sind auf dem Portal zu finden - sogar die Handelsmarke Dennree. Die Stiftung Warentest kommt zu dem Ergebnis, dass das Amazon-Einkaufsportale für Lebensmittel etliche Mängel aufweist und außerdem zu teuer ist. Bio-Online-Portale, die Amazon als Plattform nutzen, und Amazon-Direktlieferanten blicken auf ihre sehr unterschiedlichen Erfahrungen der ersten zwei Monate zurück. (Bild: Amazon: 6000 Bio-Marken-Produkte. Konkurrenz für den Fachhandel?)



Amazon bietet laut Auskunft der Website vom 11. August 2010 Bio-Produkte an. In umfangreichem Maße sind unter anderem die Sortimente von Allos, Bohlsener Mühle, Davert, Herbaria, Lebensbaum, Rapunzel, Voelkel, Zwergenwiese und anderen Markenherstellern dort zu finden. Auch der online-Müli-Mixer Mymüsil und Fairtrade-Händler Gepa sind vertreten. Viele Produkte sowie die Frische – vom Salatkopf bis zu Kartoffeln oder Joghurt, Käse und Co - liefern unter anderem die Bio-Online-Anbieter AmoreBio.de und ... Insgesamt rund 60 Partner bestücken das Amazon-Lebensmittelportal. (Bild: Bio Lebensmittel Einkauf im Internet oder im Fachgeschäft - was hat Zukunft?)

„Wir sind mit unserem Lebensmittelshop Anfang Juli mit über 35.000 Produkten gestartet – heute haben wir bereits über 54.000 Artikel im Angebot“, teilt Kathrin Schmitz, PR-Managerin bei Amazon, auf Anfrage von Bio-Markt.info mit. Schwerpunkt des Angebots seien Artikel, die für Kunden sonst in dieser Vielfalt oder generell schwer zu finden sind: z.B. 6.000 Kaffee- und Teeangebote, über 900 Nudelprodukte von 50 Marken, davon allein 190 Bionudelangebote. Unsere Kategorie Kräuter, Gewürze & Fix-Produkte umfasst über 5.000 Produkte - vom Tafelsalz über Fleur de Sel bis hin zum Himalaya-Ursalz. Unter diese generelle Definition des Schwerpunkts fallen auch die derzeit 6.000 Bio-Lebensmittel. Weiter heißt es von Seiten Amazons: „Wir konzentrieren uns im Amazon.de eigenen Sortiment auf den Ausbau des Sortiments nichtverderblicher Ware – Frischware versenden ausschließlich externe Anbieter.“



(Bild: Internet-Händler Amazon Nr. 1 will wissen, ob der Markt reif ist für Online-Lebensmittel)



Grundsätzlich muss man unterscheiden: Zum einen gibt es diejenigen, die das Marketplace-Konzept von Amazon nutzen wie die Online-Bio-Portale Amorebio.de oder ... Sie treten auf dem Portal des Internet-Händlers Nr. 1 als Anbieter auf, die Geschäfte mit den Bestellern wickeln sie selbst ab. Zum anderen gibt es Bio-Unternehmen wie Bohlsener Mühle, Byodo, Herbaria, oder Firmen mit Bio-Sortimenten wie Bio-Zentrale, Whole Earth und Gepa, die ihre Produkte an das Unternehmen Amazon verkaufen, das wiederum den Verkauf an die Endkunden übernimmt. Die Erfahrungen der einzelnen Beteiligten sind bislang recht

unterschiedlich, die Erwartungen auch.



Das Bio-Online-Portal Amorebio.de aus Ubstadt-Weiher bei Bruchsal ist der Überzeugung – entgegen den kritischen Anmerkungen des BNN –, dass der Bio-Lebensmittelhandel über das Internet funktioniert. „Online-Einkäufe gewinnen auch bei Lebensmitteln immer mehr Normalität“, sagt Sprecherin Adriana Zambrano. Bereits seit Ende 2008 hatte Amorebio eine kleine Produktrange bei Amazon im Angebot. Die ist seit Juni auf annähernd das Geamtsortiment von rund 3700 Produkten ausgedehnt worden. Das 2001 gegründete Unternehmen legt sehr viel Wert auf Qualität, Spezialität und frische Produkte – täglich frisch stehen, laut Firma, ca. 150 Obst- und Gemüsesorten zur Verfügung, die gekühlt den Besteller erreichen. „Ein Renner bei Amazon ist beispielsweise ein junger Söbbecke-Gouda“, erzählt Adriana Zambrano.

(Bild: Adriana Zambrano von Amorebio.de: Gute Erfahrungen mit Amazon)

Die Rückmeldungen seien bis jetzt recht positiv, berichtet Zambrano. Gleichzeitig gibt sich die Firma aber nicht der Illusion hin, dass bald der große Amazon-Bio-Hype entsteht. „Wir haben einen Zuwachs bemerkt, spüren aber auch, dass ein großer Teil Neugier- oder Testbestellungen waren.“ Service sei der Anspruch und die Stärke von Amorebio, so Zambrano. Nach Bestellung über Amazon werde sofort eine Auftragsbestätigung versandt, in der alle Kosten (Versand) transparent gemacht würden. „Manche stornieren dann auch wieder. Wir gehen davon aus, dass es sich einpendeln wird. Wir sind überzeugt, dass das Amazon-Portal die Akzeptanz für Bio-Produkte erhöhen wird.“ In Bezug auf die Probleme (Versandkosten) berate man sich auch mit Amazon.



(Bild: Man sollte sich nicht zu viel versprechen vom Amazon-Portal. Amorebio Geschäftsführer Gerhard Hamann li und Michael Temeschinko re)



Amazon selbst gibt sich erfolgreich: „Wir sind sehr zufrieden mit der Resonanz unserer Kunden auf den Start unseres Lebensmittelshops. Natürlich haben wir noch viel Arbeit zu tun und arbeiten kontinuierlich an Verbesserungen, aber das Kundenfeedback zeigt uns, dass wir auf dem richtigen Weg sind“, erläutert Sprecherin Kathrin Schmitz. „Amazon bekommt viele Fragen zu Produkten, die Kunden gern bei uns kaufen möchten, und Anregungen, welche Services sich Kunden noch wünschen.“ Zu den Mängeln, die die Verbraucherzentrale Hamburg und die Stiftung Warentest angeprangert haben, heißt es von Seiten Amazons: „Sollten relevante Informationen und

Produktdetails auf unserer Website noch nicht vollständig sein, arbeiten wir umgehend daran und integrieren solche Details – dazu zählen auch die Anmerkungen der Verbraucherzentrale bezüglich der Kennzeichnung von Produkten.“

(Bild: Offen für Kritik: Jeder kann bewerten)

Grundsätzlich, so hebt der Online-Händler hervor, stehe die positive Kundenerfahrung beim Einkauf im Vordergrund. Deshalb überprüfe Amazon kontinuierlich die Erfahrungen, die Kunden auf der Amazon-Plattform auch bei externen Anbietern machen, über das direkte Feedback an unseren Kundenservice und auch über die Verkäuferbewertungen auf der Website. „Amazon- Verkaufspartner sind verpflichtet, sich an die Marketplace-Teilnahmebedingungen und die darin definierten Standards bzgl. ihrer Verkäuferleistung zu halten. Sofern wir Hinweise bekommen, dass dies nicht der Fall ist bzw. die Verkäuferleistung nicht den von Amazon vorgegebenen Standards oder den Teilnahmebedingungen entspricht, werden wir umgehend tätig“. Auch die Rückgabe von Lebensmitteln bei Mängeln seien selbstverständlich. Schlussbemerkung: „Für uns steht der Ausbau des Angebots im Vordergrund, auch im Bereich Bio-Lebensmittel – bei Amazon.com sind über 360.000 Artikel im Angebot – insofern bleibt eine Menge zu tun.“

