



Streithilfe Lebensmittelhandel (Off – und Online)

Der Onlineversand-Riese *Amazon* will demnächst in deutschen Lebensmittelhandel einsteigen. Das ist kein gutes Zeichen für die Agrarwende. Allerdings ist *Amazon* nicht der einzige oder erste Konzern, der in Deutschland Produzent/innen oder kleinere Händler unter Druck setzt. Der Lebensmittelhandel ist in der Bundesrepublik so weit konzentriert, dass wir jenseits von Qualität, Bequemlichkeit und „Bio“ diskutieren müssen, denn es geht um (ökonomische) Abhängigkeiten, Wachstumsdruck mit Folgen für Umwelt, Mensch und Tier, sowie fragwürdige Arbeitsbedingungen.

Wer eine Agrarwende will, kommt nicht darum herum, ein paar Fragen zu klären, wie heute Lebensmittel vom Acker oder Stall zu den Menschen kommen. Und morgen. Es lohnt sich, darum zu streiten, wie wir künftig einkaufen werden!

Zur aktuellen Lage:

Was ist *Amazon fresh* und was will es in meinem Kühlschrank?

Amazon verkauft seit 1995 Bücher über das Internet. Schon 1996 erzielte das junge Unternehmen über 15 Millionen US-Dollar Umsatz, 2014 lag er weltweit bei fast 90 Milliarden US-Dollar, allein in Deutschland bei über 7,1 Milliarden Euro.

Das Sortiment wuchs dabei ständig. Es gibt längst schon Computer, Fahrräder oder Haushaltsgeräte über *Amazon*. Darüber hinaus hat der Online-Riese auch eine Verkaufsplattform geschaffen, über die andere Händler oder Hersteller ihre Waren anbieten und verkaufen können.

Jetzt will *Amazon* auch in Deutschland in den Online-Handel mit frischen Lebensmitteln einsteigen. Der Konzern hat laut Medienberichten begonnen, Mitarbeiter und Auslieferungslager in Deutschland zu suchen. Seit 2013 liefert *Amazon* Lebensmitteln in mehreren US-Städten aus. Der Großteil des gelieferten Obstes und Gemüses kam bisher aus dem Großlager nahe Seattle, Washington. In Kalifornien experimentiert *Amazon* jetzt mit der Zusammenarbeit mit regionalen Produzent/innen und Bauernmärkten. Unter welchen Bedingungen wird sich erst zeigen.

Streithilfe Lebensmittelhandel 2015

Noch ist es hierzulande wenig verbreitet, sich frische Lebensmittel direkt ins Haus liefern zu lassen. Einige andere Unternehmen haben da schon Angebote gemacht: So gibt es Gemüse-Abokisten in vielen Orten, Rewe hat für 70 Städte einen Lieferservice aufgebaut, in Berlin, Köln und Hannover fährt auch *Real* frische Waren bis an die Haustür. Die Post-Tochter *DHL* hat ebenfalls frische Produkte im Angebot – passenderweise unter dem *Amazon*-ähnlichen Namen „*Allyouneed Fresh*“.

Allerdings gilt für alle: Niemand kennt die Kund/innen so gut, wie der datensammelwütige *Amazon*-Konzern. Und wo *Amazon* bisher Märkte für sich erschloss, tat der Online-Marktführer das rigoros, nahm auch hohe Kosten auf sich, um Konkurrenten auszuschalten. Es mag angesichts hiesiger Einkaufsgewohnheiten kein einfaches Unterfangen für *Amazon* sein – die Auswirkungen könnten aber gravierend werden.

Datenschützer/innen ist *Amazon* ein Graus – der Konzern weiß sehr viel über alle seine bisherigen Kund/innen und kommt regelmäßig mit dem berühmten „Kunden, die dieses Produkt kauften, kauften auch...“ um die Ecke. Bürgerrechte in der digitalen Gesellschaft sind ein anderer Grund, warum es klug ist, um Gemüse vom Mega-Seller *Amazon* einen großen Bogen zu machen.

Wie konzentriert ist der Lebensmittelmarkt in Deutschland? Ich habe doch immer noch die Auswahl zwischen 5 verschiedenen Erdbeer-Joghurts.

Leider ist es ziemlich „normal“ geworden, dass beim großen Fressen und Gefressen-Werden in fast allen Branchen der Wirtschaft wenige übrig bleiben, die immer größer und mächtiger werden. Das hat allerdings längst Dimensionen angenommen, die selbst Freund/innen der freien Marktwirtschaft ins Zweifeln kommen lassen sollten: Zu große Marktkonzentration ermöglicht unfaire Handelspraktiken, politische Einflussnahmen sowie interessengeleitete und folgenreiche Verknappungen, Preissenkungen und -steigerungen.

In Deutschland kontrollieren fünf Unternehmen, *Rewe*, *Edeka*, *Aldi*, *Metro* und *Lidl*, 90 Prozent des Lebensmitteleinzelhandels. *Lidl* ist der größte Lebensmittel-Einzelhändler in Deutschland und setzte hier 2013/2013 48,9 Milliarden Euro um. Die großen Discounter haben 44 Prozent Marktanteil und befinden sich damit in einem „Kopf-an-Kopf-Rennen“ mit *Edeka* und *Rewe* mit ihren höherpreisigen und mehr service-orientierten Märkten. *Amazon* ist beim Online-Handel schon heute in Deutschland der Gigant: mit über 31 Prozent Marktanteil lässt er E-Bay und den Otto-Versand hinter sich (letzterer erzielt rund ein Drittel des Umsatzes von *Amazon*).

Weil die großen Handelskonzerne erwarten, dass ihre Kund/innen gerne das Gefühl einer Auswahl haben, spielen sie ihnen oft sogar vor, es gäbe mehr Konkurrenz und mehr Vielfalt auf dem Markt als real vorhanden ist.

So gehören etliche Supermarktketten zu vermeintlichen Konkurrenten:

Lidl: Lidl-Märkte und Kaufland

REWE: Penny, toom-Märkte, Nahkauf, sowie Billa und BIPA (u.a. in Österreich, Tschechische Republik)

EDEKA: Netto, Plus und Spar

Streithilfe Lebensmittelhandel 2015

Viele Produkte stammen, obwohl wir sie spontan nicht einem Hersteller zuordnen würden, aus ein und demselben Hause:

Mars Inc.: Frolic, Wiskas, Snickers, Milkyway, Uncle Ben's Reis

Unilever: Domestos WC-Reiniger, Knorr-Suppen, Langnese-Eis, Axe Deo und Dove Seife

Nestlé: Maggi, Buitoni, Alete Babykost, Mövenpick Eis und Vittel Wasser

Amazon hat unter anderem eine eigene Musiksparte, eine Film-Tochter und den E-Book-Reader Kindle, auf den der Konzern auch zugreifen kann, wenn seine KundInnen ihn schon lange zu Hause haben.

Was ist daran so schlimm, dass wenige Konzerne den Markt regieren, wenn sie gute Produkte anbieten? Was spricht gegen gute Bücher oder biologisch erzeugte Gurken von Amazon, was gegen Biobananen oder fair gehandelte Schokolade von Lidl und Aldi?

Es lässt sich nicht behaupten, dass die ganz großen Händler schlechte Waren verkaufen würden. Im Gegenteil: Sie achten aus eigenem Interesse auf eine gewisse Qualität und bieten Produkte für sehr verschiedene Menschen und Geschmäcker an. Zu kritisieren ist die massive Marktmacht, die die großen Händler inzwischen haben und die sich massiv auf unsere Wahlfreiheit und auf die Zukunft der bäuerlichen Landwirtschaft auswirken.

Solch geballte Macht bedeutet eine große Abhängigkeiten der Erzeuger, bedeutet politische Macht weit über das Wünschbare hinaus und beendet die Vorteile, die viele Menschen sich von Konkurrenz erhoffen. Marktanalysen verwenden oft das Bild einer Sanduhr: Zehntausende Höfe stehen Millionen von Kund/innen gegenüber, zwischen ihnen sitzen aber nur fünf Unternehmen, die ein Nadelöhr bilden, durch das fast alle Produkte durch müssen.

Für die Zukunft der Landwirtschaft bedeutet die Marktmacht von *Lidl*, *Aldi*, *Amazon* und Co:

Preisdruck – wie kein anderer Handelspartner können die ganz Großen Druck auf Bäuer/innen machen. Sie verkünden Preissenkungen und wissen, dass ihre Lieferant/innen kaum noch Alternativen haben, als sich dem zu fügen. Von dem 2,50 € Hähnchen bei *Aldi* im Kühlregal erhält der Produzent höchstens 4 Cent.

Abhängigkeiten – Eng damit zusammen hängt, dass viele Erzeuger/innen sich in eine unheilvolle Abhängigkeit von den ganz Großen begeben. Eine größere Produktionskapazität erhöht die Abhängigkeit des Herstellers vom Verkäufer. Kurzfristige Preisänderungen oder Vertragskündigungen treffen den Produzenten dann schwer. Ein Hof, der seine Produktion massiv steigert, um zum Beispiel an eine Supermarktkette zu liefern, kann ebenso wenig frei entscheiden, ob er im nächsten Jahr noch mit ihr zusammen arbeiten will, wie ein Reinigungsmittelhersteller, der eigene Produktionshallen errichtet, um große Mengen für eine bundesweite Präsenz in den Regalen eines Discounters zu erreichen. Über die Abhängigkeit beispielsweise der Geflügelmäster/innen, die für Wiesenhof mästen, ist schon viel geschrieben worden: Sie bekommen sowohl die Küken als auch das Futter, manchmal auch einen Kredit für einen größeren Stall von dem Konzern, an den sie die Hähnchen später wieder verkaufen. Sie erhalten relativ wenig Geld für ihre Arbeit – aber ein hohes Risiko, während Wiesenhof zuverlässig Gewinne macht.

Aktion Agrar – Landwende jetzt e.V. / www.aktion-agrar.de

Spendenkonto: 20 49 688 300 / BLZ: 43060967 bei der GLS

IBAN: DE82 4306 0967 2049 6883 00 / BIC: GENODEM1GLS - Spenden sind steuerlich absetzbar



Streithilfe Lebensmittelhandel 2015

Verdrängungs-Wettbewerb – Wo die großen Ketten hintreten, wächst bald kein Gras mehr. Kleinere Läden machen dicht – und mit ihnen verlieren oft auch kleinere Erzeuger ihre Vertriebsstelle.

Darüber täuscht auch nicht hinweg, dass einige große Ketten inzwischen dazu über gegangen sind, regionale Produkte gezielt zu bewerben. In einigen Fällen sind diese Angebote glaubwürdig, in anderen eher fragwürdig (wenn etwa alles als „regional“ angepriesen wird, was aus Deutschland stammt oder Produkte so hervor gehoben werden, die von einem Weltkonzern in der Nähe des Marktes hergestellt werden.).

Auch international ist das ein großes Thema – und kein ganz einfaches. Viele Kund/innen auch in Schwellenländern begrüßen die vielfältige Auswahl neu angesiedelter Supermärkte. Sie erleben aber auch das Verschwinden von lokalen Anbietern. In einzelnen Ländern kam es schon zu regelrechten Aufständen gegen expandierende Ketten (wie zum Beispiel in Thailand, wo die britische Kette Tesco sich in den 80er Jahren massiv ausbreitete).

Unakzeptable Vorteile gegenüber kleineren Betrieben – Der Lebensmittelhandel ist keine einfache Branche, bei vielen Produkten sind die Gewinnspannen gering, der Umsatz großer Mengen lässt die Händler im Wettbewerb bestehen – und die Möglichkeit, sich Vorteile gegenüber anderen zu verschaffen. Große sind dabei gegenüber kleineren im Vorteil, schon allein, weil sie ihre Logistik für mehr Märkte nutzen können. International handelnde Konzerne haben Vorteile gegenüber denen, die auf ein Land beschränkt sind, weil sie oftmals fragwürdige grenzüberschreitende Steuertricks nutzen können und für sich das Maximale aus Handelsabkommen herausholen.

Standards – durch das Setzen von Standards bezüglich Größe oder Ästhetik der Lebensmittel bestimmen große Handelsketten, was marktfähig ist und was gleich auf dem Acker liegen bleibt. Auch darüber, was eigentlich „Bio“ ist, bestimmen private Supermarktlabells. Höhere Qualitätsanforderungen der Handelsketten bedeuten häufig teure Investitionen für die Landwirte, ohne eine Garantie für höhere Preise.

Sind also alle Supermärkte schlecht und Onlinehandel immer zu verdammen? Wie sollen die Leute denn einkaufen?

Supermärkte sind nicht per se schlecht, und auch nicht der Handel über das Internet. Weder das eine, noch das andere sollte verboten werden. Doch es braucht individuell kluge Entscheidungen und gesetzliche Regelungen.

Wenn nur noch wenige Konzerne eine Branche dominieren, hat das massive Folgen für Menschen und Umwelt, für Demokratie und Ernährungs-Souveränität. Kartellbehörden in Deutschland, Europa und weltweit sehen viel zu oft tatenlos zu, bis fast nur noch die ganz Großen einer Branche übrig sind.

Es gibt statt dessen immer wieder politische Entscheidungen, die den Großen ihren Weg erleichtern und hinnehmen, dass viele Bauernhöfe dabei drauf gehen. Das umstrittene Freihandelsabkommen TTIP ist eines dieser folgenreichen Projekte zu Gunsten der Konzerne. Es braucht eine andere EU-Agrarpolitik und andere Maßnahmen vom Datenschutz bis zur Förderung von regionalen Strukturen, um *Amazon*, *Aldi* und Co Einhalt zu gebieten.

Streithilfe Lebensmittelhandel 2015

Und dann hat der Einkauf der Zukunft auch mit Dir zu tun:

Trau Dich, genauer zu überlegen, „Von wem kaufe ich das?“ anstatt nur nach Siegeln, Fahrtweg, Schönheit oder Preis zu urteilen.

Wir brauchen überall im Land Menschen, die die Produkte der Bäuer/innen wertschätzen und so direkt wie möglich bei ihnen einkaufen, denn so bleibt der größte Anteil vom Preis auf den Höfen und Deiner eigenen Region. Jeder Cent, den Du in einem Betrieb oder Laden aus Deiner Gegend aus gibst, bleibt zu einer hohen Wahrscheinlichkeit auch vor Ort und unterstützt die dortige Einkaufsinfrastruktur und erhält Arbeitsplätze.

Neben Lebensmittelkooperativen und Solidarischer Landwirtschaft gibt es auch unabhängige, Inhabergeführte Supermärkte und auch den Biokisten-Versand von dem Hof aus dem Dorf. Es kann dabei eine super Hilfe sein, wenn sich Leute über das Internet schlau machen, welche Produkte es wo gibt. Wer am liebsten per Mausclick einkauft, kann das sogar auch regional machen. Manche Erzeuger/innen in Ihrer Nähe bieten schon online-Bestellmöglichkeiten an und Gemüseabos bestücken Bestell-Kisten mit Produkten vorrangig aus der Region und der Saison.

Die Kombi macht's!