

KONZERNFREI UND SELBSTBESTIMMT ESSEN

GUTE
GRÜNDE
GEGEN
AMAZON



AKTION AGRAR 2017

Autorinnen: Jutta Sundermann, Leonie Dorn,
Astrid Goltz, Karen Schewina, Linda Marie Fröhlich
Layout: Leonie Dorn
Grafik: Nils Eberhardt

www.aktion-agrar.de

CC BY - Diese Publikation fällt unter die Creative Commons Lizenz. Sie kann mit Namensnennung der Urheber in jeglicher Weise verbreitet, vervielfältigt, bearbeitet, abgewandelt und genutzt werden.

DA KOMMT WAS AUF UNS ZU...

Mit *Amazon fresh* steigt ein Konzern in den Handel mit frischen Lebensmitteln ein, der unberechenbar und für sein aggressives Marktverhalten bekannt ist. Datensammelwut, massive Verletzung von Arbeitnehmer*innenrechten, Steuervermeidung in Millionenhöhe und der Ruin vieler kleiner Buchläden verheißen nichts Gutes für Landwirtschaft und Lebensmittelbranche.

Wenn du diese Zeilen liest, entwickelt Amazon ziemlich sicher gerade weitere Strategien, um im Handel noch mehr Menschen als Kund*innen zu gewinnen und noch mehr Wettbewerber*innen auszuschalten. Während wir diese Zeilen schrieben, wussten wir viele Dinge über *Amazon fresh* noch nicht und recherchieren noch ständig weiter.

Sicher ist bisher: Der Konzern zeigt sich sehr experimentierfreudig und geht immer neue Wege, damit schließlich niemand mehr um ihn herum kommt.

Wir sind angesichts all dessen sicher, dass Amazon nicht auch noch den Zugang zu unseren Kühlschränken bekommen sollte. Wir wollen Amazon nicht unser Essen anvertrauen – und wir meinen, dass die Agrarwende deutlich bessere Chancen hat, wenn wir gemeinsam *Amazon fresh* zurückweisen.

DER "EVERYTHING STORE"

Amazon kontrolliert inzwischen in den USA über 40 Prozent sämtlicher Online-Käufe, in Deutschland sind es 30-38 Prozent.ⁱ (Ebay liegt mit 7,56 Mrd. Euro Umsatz an zweiter Stelle, Otto weit abgeschlagen mit 2,724 Mrd. Euro an dritter Stelle). Der Konzern schafft das, indem er sowohl selbst als Händler auftritt als auch als Dienstleister seine Plattform und/oder seine Logistik-Fähigkeiten anbietet.

Das 1994 von Jeff Bezos in Seattle gegründete Unternehmen ist vom Online-Buchhändler längst zum Anbieter in etlichen Bereichen täglichen Lebens geworden: von Kleidung über Elektronik, Medien, Cloud-Diensten bis hin zu Lebensmitteln. Und es ist nicht nur die große Anzahl an Märkten, auf denen sich der Online-Riese bewegt, es sind die vielen Stellen und wichtigen Knotenpunkte innerhalb dieser vielen Warenketten, die er für sich vereinnahmt hat, die ihn so gefährlich machen.

Amazon vermarktet etliche Produkte zwischen Bettwäsche und Kopfhörernⁱ und ist gleichzeitig das Shopping-Center sowie die Suchmaschine für seine eigenen und die konkurrierenden Produkte.ⁱⁱ Amazon ist gleichzeitig Buchverlag und -händler, sowie Anbieter von Hörbüchern. Ist gleichzeitig Fernsehkanal und Produzent von Serien und Filmen, Daten-Speicherplatz für Unternehmen wie *Netflix*, den *Dow Jones* oder die CIA und Forschungszentrum für künstliche Intelligenz. Ja, und dann auch noch ein



Grafik: visualcapitalist.com

Logistik-Imperium mit eigenen Transportwegen und Lagerhallen.ⁱⁱⁱ

Bei alldem zelebriert Amazon ein radikales „Der Kunde ist König“-Prinzip: billig und bequem soll es sein. Hinten runter fallen fairer Wettbewerb, angemessene Löhne und die Kontrolle der Kund*innen über ihre Daten.

Weil Amazon vor allem aus riesigen Logistikzentren heraus agiert und – zumindest in Deutschland – keine Läden in den Innenstädten betreibt - bleibt der Konzern und auch sein starker Einfluss weitgehend unsichtbar.

„Amazon setzt darauf, dass, so lange Kund*innen sich an der Ein-Klick-Bestellung und den Lieferungen am gleichen Tag erfreuen, wir nicht bemerken, wie sehr uns dieser Konzern im Griff hat.“^{iv}

WIE AMAZON MÄRKTE EROBERT

Am Buchmarkt konnte man Amazons Vorgehen auf neuen Märkten gut studieren: die Konkurrenz wurde entweder aufgekauft oder mit Niedrigpreisen auf Bestseller so lange unterboten, bis sie aufgeben musste. Aufgrund seiner Größe, seiner Steuertricks und der breiten Produktpalette kann sich Amazon das Preisdumping über eine lange Zeit erlauben. Seine Logistikmacht erlaubt es ihm, Rücksendungen und Sonderwünsche immer wieder zu bedienen – so lange, bis den Konkurrent*innen die Puste ausgegangen ist. Das Unternehmen kalkuliert Verluste oder einen sehr geringen Umsatz auch über Jahre ein, denn seine Ziele sind Marktdominanz und Kund*innenbindung. Die Auswirkungen gingen über den Buchhandel hinaus: In den USA ist seit 2009 das Durchschnittsgehalt von Autor*innen um ein Drittel gesunken.^v

In anderen Bereichen wie Kleidung oder Elektronik zeigt sich, dass Amazon das Verhalten der Händler*innen auf seiner Plattform genaustens beobachtet, analysiert, von ihnen lernt und dann mit deren Erfahrungen in genau diesen Markt als ihr Konkurrent einsteigt.^{vi} Der Algorithmus passt die Preise von Amazon-Produkten innerhalb von Sekunden an und listet sie in den Suchergebnissen weiter oben.

KLEINE HÄNDLER*INNEN UND ERZEUGER*INNEN MIT DEM RÜCKEN ZUR WAND

„Amazon kann allein durch das Entfernen des Kaufbuttons dafür sorgen, dass der Verkauf eines Buches um 50 % sinkt“^{vii}

Die Verkaufs-Plattform *Amazon Marketplace* könnte theoretisch auch für Direktvermarkter unter den Landwirten*innen interessant sein. Aktion Agrar rät aber von einer Geschäftsbeziehung mit Amazon ab:

Dem Online-Riesen gelingt es, bei jedem Verkauf, beispielsweise von CDs, 10-12 Prozent Gewinn oder Gebühren einzustreichen, während Hersteller und Händlerinnen oft das Nachsehen haben.^{viii} Der Onlineriese steuert unsere Kaufentscheidungen, er macht kleine Händler und

Erzeugerinnen austauschbar und setzt sie auch noch unter Druck, wenn sie auf anderen Plattformen ihre Ware günstiger anbieten.^{ix} Die Kommunikation mit Kund*innen darf nur über Amazon laufen, Links zur eigenen Webseite dürfen nicht eingebaut werden. Hersteller*innen müssen inzwischen immer höhere Beträge zahlen, um ihre Produkte auf der Amazon-Seite zu bewerben, auch schon, um mehr als den Standard-Produkttext anzugeben. Wer hier nicht mithält, wird in den Suchanfragen weit unten gelistet und verkauft schlechter.^x Daran hängen ganze Existenzen.

Amazons Verkaufsprovisionen werden von Insidern als „undurchsichtig“ beschrieben. Amazon nutze seine Monopolstellung als Online-Marktplatz, um „seine Händler nun beliebig unterschiedlich [zu] ‚besteuern‘ und nach Belieben durch starke monetäre Anreize, selbst in ihrer ureigenen Domäne, der ‚Verkaufspreis-Festsetzung‘ de facto fern[zu]steuern.“^{xi}

GANZ SCHÖN SKURRIL

Wer sich nicht an die strengen Verkaufsregeln auf dem *Amazon Marketplace* hält, muss mit einer Kontosperrung rechnen. Auf dem Online-Forum Reddit finden sich viele Hilferufe von Händler*innen, die verzweifelt versuchen, ihr Konto wieder freizuschalten. Daraus ist mittlerweile einer kleiner Pool an selbstständigen Berater*innen entstanden.

WIE DIE MEISTEN PRODUKTE ÜBER AMAZON AN DIE KUNDSCHAFT KOMMEN

A) Amazon verkauft selbst. Amazon ist beim eigenen Verkauf anderen Anbieter*innen um einige Millionen Kunden*innen und neuste Technik-Innovationen voraus. Immer wieder hat Amazon hier schon Kampfpreise gewählt, die Wettbewerber*innen sich nicht leisten konnten und zum Aufgeben zwangen.

B) Amazon stellt seinen Marketplace für Händler*innen zur Verfügung. Händler*innen bieten über *Amazons Marketplace* ihre Produkte an, versenden die bestellte Ware aber selbst. Ihre Kunden*innen werden dabei um Rückmeldungen gebeten. Bekommt ein Händler schlechte Bemerkungen, verliert er schnell seine Erlaubnis, bei Amazon zu verkaufen.

C) Amazon nimmt ein Produkt gegen Gebühr unter seine Fittiche. Das Produkt einer Händlerin oder eines Herstellers wird bei Amazon eingelagert und vom Konzern verschickt. Amazon nennt das *Fulfilment By Amazon* (FBA). Amazon-Chef Bezos sagt, ihm sei egal, ob Produkte von Amazon als eigene Ware verkauft würden oder im Rahmen seines *Versende-Services*. Die Gewinnspanne sei identisch.

Mit *Amazon fresh* geht der Konzern einen vierten Weg: Einzelne Lebensmittelhändler und Ketten werden als Partner genannt. Bestellt werden können beispielsweise Produkte aus dem Sortiment des Biosupermarktes *Basic*. In einer Filiale stehen dann *Picker* bereit und tragen eilig die geforderten Produkte zusammen. Sie werden von Amazon-Kurieren abgeholt, mit anderen Produkten der selben Bestellung zusammengepackt und gemeinsam in einer Papiertüte durch DHL an die Haustür der Kund*innen gebracht.

KONZERNMACHT DER EXTRAKLASSE

„Amazon lässt konkurrierenden Händlerninnen und Herstellern kaum eine andere Wahl, außer Verkäufer auf ihrer Plattform zu werden. Dies führt dazu, dass Amazon einen offenen Markt mit einem privaten, von ihm kontrollierten, Markt ersetzt. Dort hat er die Macht, die Bedingungen für seine Wettbewerber*innen zu diktieren und eine Art Steuer auf deren Umsätze zu erheben.“^{xii}

In den USA gibt es gerade intensive Diskussionen über die Mega-Macht Amazons. Amazon kauft immer mehr Unternehmen auf – als letztes die Biosupermarktkette *Whole Foods* für 13,7 Milliarden Dollar (ca. 11,5 Mrd. EUR) - und zeigt großes Interesse an Handels-Infrastruktur.

Viel diskutiert wird ein Beitrag der Juristin Lina Khan, die den Online-Riesen mit seinem Marktplatz mit den früheren Eisenbahnbauern vergleicht, die für die Nutzung des Schienennetzes fast jede Bedingung stellen konnten.^{xiii} Alarmierend und sehr fundiert erklärt sie, dass das in den USA gültige Wettbewerbsrecht nicht in der Lage sei, diese moderne Form extremer Marktmacht zu erkennen und einzuschränken. Denn die Wettbewerbsbehörden schalteten sich grundsätzlich erst ein, wenn ein Monopolist die Preise steigen lässt. Amazon aber treibt die Konkurrenz mit Niedrigpreisen vor sich her und expandiert, statt hohe Gewinne zu erzielen. Viele Menschen schließen sich inzwischen der Forderung an, rechtliche Instrumente zu entwickeln, um die Macht von Amazon und Co. einzugrenzen.

MARKTMISSBRAUCH: KARTELLVERFAHREN GEGEN AMAZON

Gegen Amazon ist in der Vergangenheit sowohl das Bundeskartellamt als auch die EU-Wettbewerbskommission aktiv geworden. 2013 verpflichtete sich das Unternehmen nach einer Untersuchung durch das Kartellamt, so genannte „Preisparitätsklauseln“ aus den Verträgen mit seinen Händler*innen zu streichen. Der Konzern hatte sie vertraglich dazu verpflichtet, die Produkte, die sie über den *Amazon Marketplace* verkaufen, über andere Vertriebskanäle nicht billiger anzubieten.^{xiv}

Seit Anfang Mai 2017 muss Amazon nach einem Kartellverfahren der EU-Wettbewerbsbehörden auf bisherige Vertragsklauseln beim Bezug von E-Books verzichten („Meistbegünstigungsklauseln“). Amazon hatte seine Händler*innen dazu verpflichtet, Vertragskonditionen mit Wettbewerbern von Amazon offenzulegen und dem Online-Riesen immer gleiche oder bessere Konditionen zu bieten.^{xv}

DAS BUNDESKARTELLAMT WARNT: AMAZON GEFÄHRDET INNENSTÄDTE

Im Sommer 2017 warnte Andreas Mundt, Präsident des Bundeskartellamtes, vor dem Aussterben der Innenstädte und forderte eine neue Regulierung für Online-Riesen wie Amazon ein.^{xvi} Denn Amazon hat mit zahlreichen Hersteller*innen folgenreiche Vereinbarungen getroffen: Lokalen Geschäften verbieten sie, ihre Produkte auch online zugänglich zu machen.



Amazon aber verkauft diese Produkte durchaus über seine Plattform. Somit nimmt der Konzern Ladengeschäften die Chance, sich attraktiv im Netz zu präsentieren und Menschen in der eigenen Stadt den Weg in die Fußgängerzone schmackhaft zu machen. Die Geschäfte, die ihre Ladenlokale teuer mieten müssen und gut geschultes Personal bezahlen müssen, können so nicht überleben.

KUNDENBINDUNG MIT AMAZON PRIME

Schon 1997 beteuerte Bezos seinen Anteilseignern gegenüber, er würde „Investment-Entscheidungen im Hinblick auf die langfristige Marktführerschaft treffen, nicht aufgrund von kurzfristigen Profitaussichten“^{xvii}. Die Strategie Amazons, so viele Kund*innen so eng wie möglich zu binden, gekoppelt mit dem langen Durchhalten der Investor*innen trotz jahrzehntelanger Verluste, zahlt sich nun aus: In den USA sind inzwischen rund 50 Prozent der Haushalte Mitglied im kostenpflichtigen *Amazon Prime-Service*.^{xviii}

Im Jahr 2005 startete Amazon die Premium-Mitgliedschaft, die unter anderem versandkostenfreie Zustellung von Amazon-Paketen beinhaltet. Jahrelang zahlte der Konzern dabei bewusst drauf. Als er später die Gebühren erhöhte, sprangen erstaunlich wenige Menschen ab. Die Gebühren wurden Anfang 2017 auch in Deutschland erhöht.

Inzwischen erweiterte der Konzern die Angebote für Kund*innen von *Amazon Prime*, zum Beispiel um viele Medienangebote, wie *Prime Music*, *Prime Video* und *Prime Photos*. In Deutschland können *Amazon Prime*-Kund*innen seit Kurzem Bundesliga-Fußballspiele sehen, die sie sonst nur über Bezahl-TV schauen könnten. Gleichzeitig wird es für „normale“ Amazon-Kund*innen immer unbequemer. Sie kämpfen mit längeren Lieferzeiten und können weniger Angebote nutzen, als vor dem Start von *Amazon Prime*.^{xix}

Für Amazon geht die Rechnung auf. Denn jede Auswertung zeigt: Wer einmal Geld dafür bezahlt hat, bei Amazon in gewissem Rahmen bevorzugt zu werden, kauft fast nirgendwo anders mehr ein. Sogar auf Preisvergleiche verzichten immer mehr Kaufinteressierte (99 %).^{xx}

ALTERNATIVE ONLINE-MARKTPLÄTZE IN GEFahr

Es gibt viele Wege, wie gute Produkte direkt von Erzeuger*innen zu Konsument*innen kommen. Direktvermarktung ist der beste Weg, Wertschöpfung bei der Erzeugerin zu erreichen. Wie schon vor vielen Jahren sind Hofläden, Bauernmärkte und Erzeuger-Verbraucher-Gemeinschaften wichtige Formen dieser Vermarktung. Aber das Internet eröffnet viele zusätzliche Möglichkeiten: Höfe können ihre Produkte online vorstellen, es gibt in immer mehr Regionen lokale Online-Marktplätze oder auch regionale Bio-Lebensmittel-Anbieter.

Viele von ihnen sind noch nicht so weit wie Amazon mit seinen Heerscharen von Programmierer*innen gekommen – andere werden diesen technischen Stand nie erreichen können. Durch die starke Macht des Online-Riesen wird es für kleine Plattformen immer schwieriger, in den Markt einzutreten. Zugleich lockt Amazon Erzeuger*innen auf seinen eigenen Marktplatz. Wieviel konzernfreies Einkaufen bleibt noch übrig, wenn Rewe, Aldi, Edeka und Co. den stationären Handel dominieren, und Amazon alles, was online fließen könnte, sofort platt macht?



DIE AMAZON-„KLASSIKER“

UMGANG MIT BESCHÄFTIGTEN



Reportagen aus der Versandwelt Amazons schrecken immer wieder die Öffentlichkeit auf: Hilfsarbeiter*innen aus Osteuropa mit Dumping-Arbeitsverträgen in den Logistikzentren, Menschen in unwürdigen Unterkünften beim Akkord-Packen kurz vor Weihnachten, *Picker*, die an jedem Arbeitstag zwischen 15 und 30 Kilometer durch die Lagerhallen Amazons rennen, um GPS-gesteuert Produkte aus den Regalen zu reißen und schnellstmöglich zu den geforderten Paketen zusammenzustellen.^{xxi}

Der Internationale Gewerkschaftsbund IGB verlieh Jeff Bezos 2014 den Titel „schlechtester Chef der Welt“ nach einer Online-Umfrage unter 20.000 Menschen. In der Erklärung heißt es, Bezos „behandelt seine Beschäftigten [in den Logistikzentren] wie Roboter. Das Unternehmen macht kein Geheimnis daraus, dass es Beschäftigte in nur wenigen Jahren durch Roboter ersetzen wird“. „Die Beschäftigten in den Amazon-Logistikzentren müssen digitale Geräte am Arm tragen, mit denen jeder ihrer Schritte überwacht wird. Es gibt keine konkreten Vereinbarungen über Pausen oder das Arbeitstempo, und Mobbing und Schikanen sind extrem verbreitet. Die Beschäftigten werden gerügt, wenn sie nur miteinander reden oder eine Verschnaufpause machen“.^{xxii}

Verdi organisierte in Deutschland zahlreiche Streiks bei Amazon, weil sich Amazon gegen einen Tarifvertrag auf dem Niveau des Einzel- und Versandhandels wehrt. Amazon orientiert sich am Lohn der Logistikbranche, zahlt wenig und bietet hauptsächlich befristete Arbeitsverträge. Allein am Weltgesundheitstag 2017 wurde in fünf von acht deutschen Amazon-Standorten von Samstag bis Dienstagabend gestreikt.^{xx-iii} Rund 2.000 Mitarbeiter*innen streikten an Amazons Rabatte-Tag *Prime Day* im Juli diesen Jahres.^{xxiv}

STEUERTRICKS



Amazon gehört zu den Unternehmen, die die Steuervermeidung meisterhaft beherrschen. Obwohl der Versandriese in seinen deutschen Logistikzentren mittlerweile mehr als 12.000 Mitarbeiter*innen beschäftigt, gelingt es dem hiesigen Steuerrecht noch immer nicht die Auslieferungslager in Deutschland als Betriebsstätten zu definieren und eindeutig der Steuerpflicht zu unterwerfen.^{xxv} Im Mai 2015 kündigte Amazon an, seine Käufe ab sofort nicht mehr in Luxemburg sondern erstmalig in Deutschland zu versteuern.^{xxvi} Dieses neue Steuermodell wird Deutschland dennoch keine großen Steuereinnahmen bringen, da der Konzern nach wie vor mit einem komplizierten System aus (eigenen) Logistik- und Dienstleistungsunternehmen Gewinne verrechnen und fast nach eigenem Gutdünken versteuern kann. Amazons Konzernchef

Jeff Bezos investiert den Großteil des Gewinns in Expansion. Im Jahr 2016 zahlte der Online-Riese nur 16,5 Millionen Euro Steuern.^{xxvii} Das entsprach in keiner Weise den Umsätzen von 21,6 Milliarden Euro (also 21.600 Millionen!) in Europa.

Städten, Gemeinden und Kommunen tut das doppelt weh: Ihnen entgehen Steuern, die der Online-Riese eigentlich zahlen müsste, und sie verlieren Einnahmen durch den Ruin kleiner Händler, die bisher brav Umsatzsteuer zahlten und Arbeitsplätze in der Region erhielten.^{xxviii}

DATENSAMMELWUT – DEIN GLÄSERNER KÜHLSCHRANK



„Wer diese Paprika gekauft hat, kaufte auch diesen Sellerie“ - Amazon bietet schon lange Kund*innen weitere „ähnliche“ Produkte an und kann aus Nutzungs-Statistiken ablesen, welche Produkte zu einem bestimmten Bestellprofil passen. Darüber hinaus wertet Amazon nonstop sämtliche andere Informationen über seine Kundschaft aus. Amazon erstellt ohne Einverständnis und Wissen Profile seiner Kund*innen, bei denen Daten aus verschiedensten Bereichen miteinander kombiniert werden um ein möglichst umfassendes Bild zu erstellen. Diese werden ausgewertet und weiter genutzt.

Was Kund*innen der Bestellsoftware *Alexa* anvertrauen, wird in Form von Audiodateien in die *Cloud* geschickt. Laut Amazon können das auch Server im Ausland sein. Die Aufnahmen selbst lassen sich nach Aussage von Amazon löschen. Trotzdem können die Daten auch auf Servern in

Ländern liegen, die einem geringeren Datenschutzstandard unterliegen. Das könnte zur Folge haben, dass diese Daten einem Zugriff von Geheimdiensten ausgesetzt sind. Des Weiteren versucht Amazon mit den gesammelten Daten seine „Dienste zu verbessern“. Außerdem werden auch „sonstige Informationen“ (laut Amazon To-do-, Einkaufs- und Musikwiedergabelisten) gespeichert und verarbeitet. Auch über den E-Book Reader *Kindle* hat Amazon direkten Zugriff auf die Leseliste seiner Kund*innen

Im Jahr 2015 vergab der Datenschutzverein *Digitalcourage* seinen Negativpreis „Big Brother Award“ an Amazon für seinen Umgang mit Beschäftigten, die zusammen mit dem Arbeitsvertrag eine Einwilligung unterschreiben mussten, dass ihre Daten, einschließlich sehr sensibler Daten zu ihrer Gesundheit, in die USA übermittelt werden. Zudem stand im Arbeitsvertrag, dass das Unternehmen bei Zweifeln an der Arbeitsunfähigkeit der Mitarbeiter*innen eine ärztliche Untersuchung durch einen von Amazon bestimmten Arzt verlangen dürfe.^{xxix}

GANZ SCHÖN SKURRIL

Der Schüler Justin Gawronski aus Michigan verwendete das Buch „1984“ von George Orwell auf dem *Kindle* für eine Hausarbeit.

Amazon nutzte die drahtlose Verbindung, mit der normalerweise E-Books heruntergeladen werden, um die E-Books zu löschen. Nach der unangekündigten Löschung des Buches, bei der seine elektronischen Notizen unbrauchbar geworden waren, verklagte Gawronski Amazon und forderte Schadensersatz. Amazon zahlte den Schadensersatz in Höhe von 150.000 Dollar und verpflichtete sich dazu, solche Löschaktionen in Zukunft nur noch unter sehr eingeschränkten Bedingungen durchzuführen.^{xxxiii}

NEUES VON AMAZON

WHOLE FOODS-ÜBERNAHME

Am 28. August 2017 übernahm Amazon in den USA für 13,7 Milliarden US-Dollar die Bio-markt-Kette *Whole Foods*. Die Kette besitzt in den gesamten Staaten, Kanada und Großbritannien 471 Supermärkte (davon 440 in den Vereinigten Staaten) mit hochpreisigem Biosortiment. Schon wenige Wochen nach der Übernahme-Meldung wurde bekannt, dass Amazon massive Preissenkungen vornahm: die bestverkauften Produkte wurden um mehr als 40% reduziert. Wer diese Veränderung am Ende bezahlt, war zu Redaktionsschluss noch offen. Es gibt Hinweise, dass Amazon prüft, die *Whole Foods*-Geschäfte zu *Amazon-go*-Läden auszubauen.^{xxx} Dort loggen sich Kund*innen per Mobiltelefon im Laden ein und zahlen ohne Aufenthalt an der Kasse und ohne notwendigen Personalkontakt im Markt direkt über ihr Amazon-Konto.

ALEXA, DASH WAND UND DASH BUTTON

In den USA hat Amazons Bestellsoftware mit Spracherkennung *Alexa* inzwischen den Weg in 8,2 Millionen Haushalte gefunden. *Alexa*, verkörpert durch den horchenden Lautsprecher *Echo* ist seit Herbst 2016 auf dem Markt. Er soll Musik und Hörbücher abspielen, Nachrichten, Straßenverkehrsinfos und Wetter vorlesen, kostenpflichtige Bestellungen via *Amazon Prime* ausführen und vieles mehr. Das Gerät ist über WLAN mit dem Internet verbunden und ist selbst bei lauten Geräuschen und Musik in der Lage, auf den *Alexa*-Zuruf zu reagieren. Wer deutlich „*Alexa*“ sagt, aktiviert das Bestell-Mikrophon und kann ohne zusätzlichen Aufwand Bücher, Filme, Computer, Textilien und vieles mehr bestellen. Tausende Unternehmen, darunter auch *General Electric* und *Ford*, sind aktuell dabei, *Alexa* in ihre Produkte, wie bspw. Autos oder Waschmaschinen zu integrieren.

Und es geht noch weiter: Der *Dash-Button* wurde Ende August 2016 bereits in Deutschland eingeführt. Pro Produkt wird ein dazugehöriger *Dash-Button* erworben. Sobald gedrückt funkt

er ein Signal an das Handy, das Handy bestellt dann dieses eine Produkt bei Amazon. Der *Button* ist eine der konsequentesten Strategien Amazons, seine Kund*innen zu binden und auf ganz wenige Bestsellerprodukte festzulegen.

Nach dem *Button* kommt nun der *Dash Wand*: Er nimmt Bestellungen direkt entgegen, gibt aber auch Rezepte wieder, zu denen dann Kund*innen fehlende Produkte ordern können. Die Datensammlung ermöglicht Amazon hier tiefe Einblicke in das Verhalten der Kund*innen, zudem gewöhnt dieser Service den Menschen reflektierte – zum Beispiel saisonal und regional motivierte – Kaufentscheidungen ab.

GANZ SCHÖN SKURRIL

Eine US-Familie machte ihren Fall öffentlich, nachdem deren Tochter laut und trotzig ein Puppenhaus von *Alexa* verlangt hatte, das zum Schrecken der Eltern kurz danach geliefert wurde. Fernsehmoderator Jim Patton griff das auf und rief mitten in seiner Sendung mit erhobener Stimme „*Alexa* hat mir ein Puppenhaus gekauft!“ - woraufhin das Ding in Hunderte von Haushalten geliefert wurde, deren *Alexa*-Gerät zu nah an den Fernsehschirmen platziert gewesen war.

PATENTIERTE INTERNETKONTROLLE GEGEN PREISVERGLEICHE

Obwohl Amazon bereits überaus erfolgreich seinen Kund*innen abgewöhnt, ernsthafte Preisvergleiche vorzunehmen, hilft der Konzern mit technischen Maßnahmen nach. Jüngst erhielt Amazon das Patent für eine Software, die beim kostenfreien W-Lan innerhalb der konzern-eigenen Geschäfte jeden Online-Preisvergleich der Kund*innen unterdrückt.^{xxx}

LEBENSMITTELVERSCHWENDUNG

Amazon fresh gibt es in Deutschland erst seit Mai diesen Jahres. Schon jetzt berichten *foodsharing*-Aktive in Berlin, dass sich bei *Basic*, einem der Kooperationspartner des Online-Riesens bei der Lebensmittelzustellung, die Mengen des nicht verkauften Obstes und Gemüses verdoppelt haben. *Basic* halte für *Amazon fresh* jede Menge zusätzlicher Produkte vor - bis kurz vor Ladenschluss kann schließlich eine Bestellung rein kommen – und entsorge im Anschluss auch massiv mehr. Ob sich diese Entwicklung als „Kinderkrankheit“ des neuen Services erweisen wird, ist fraglich. Zumal Amazon auf eine extrem große Angebotspalette besteht. Von wegen „Leere Tonne“!

DIE KAMPAGNE „ESSEN OHNE AMAZON!“

Das alles sind gute Gründe, *Amazon fresh* nicht freundlich die Kühlschranktür zu öffnen und sich gegen sie Macht dieses Riesenkonzerns zu engagieren. Denn diese Entwicklungen der globalen Übermacht weniger großer Konzerne sind keine Naturgesetze, keine zwangsläufigen Konsequenzen der Digitalisierung oder sonstiger Zukunftstechnologien. Sie sind von Manager*innen und Politiker*innen gemacht, und wir können diese Strukturen umgestalten. Deshalb ist es wichtig jetzt aktiv zu werden!

Aktion Agrar lädt dazu ein, es mit einer klaren Ansage in Richtung des Konzerns zu versuchen: „Amazon? Irgendwie nicht so fresh!“ und sich praktisch mit konzernfreiem Einkauf auseinander zu setzen. Zugleich fordert die Kampagne „Essen ohne Amazon“ von der Bundesregierung, sich für die Begrenzung von Amazons Marktmacht stark zu machen und von Bund und Ländern, echte regionale Vermarktung zu fördern.

Das ist die Erklärung, die schon Tausende unterschrieben haben:

Ich erkläre:

- *Ich werde keine Lebensmittel über Amazon fresh bestellen und trage das Thema in meinen Freundeskreis.*
- *Ich will möglichst konzernfrei einkaufen und regionale Alternativen unterstützen. Gesundes umwelt- und tiergerechtes Essen gibt es in meiner Region von kleinen Anbietern, direkt vom Hof, in Projekten Solidarischer Landwirtschaft, über Biokisten, bei den „Marktschwärmern“ oder auf regionalen Online-Plattformen.*

Von meiner Landes- und der Bundesregierung fordere ich:

- *Eine ausreichende und zeitgemäße Förderung der Regionalvermarktung. Es muss sich für Landwirt*innen lohnen, eigene Produkte on- und offline regional zu verkaufen.*
- *Die Begrenzung der Konzernmacht von Amazon und der Giganten im Lebensmittel-einzelhandel über ein schärferes Wettbewerbsrecht und weitere Instrumente.*

Unterzeichne jetzt auf aktion-agrar.de/amazon

Die Kampagne „Essen ohne Amazon“ hat auch noch weitere Aktionen und Material zum mitmachen parat, wie z.B. die „Hab ich nicht bei Amazon gekauft“- Sticker. Für die nächsten Monate planen wir einige Protestaktionen, Online-Flashmobs und Einkaufs-Challenges. Trag' Dich hier in den Newsletter ein, um auf dem Laufenden zu bleiben: aktion-agrar.de/newsletter



Sticker-Set bestellen auf aktion-agrar.de/amazon-eine-kleben

WIE KOMME ICH HIER RAUS?

Tja, so einfach ist es natürlich nicht, die großen Konzerne in die Knie zu zwingen und das Ernährungssystem einfach mal umzukrempeln. Neben politischem Aktivismus, gibt es auch Dinge, die du im Alltag selbst tun kannst. Hierfür empfehlen wir eine Kombination aus Verzicht auf die großen Supermärkte und Amazon, und die Unterstützung lokaler Alternativen.

Der Buchmarkt kann in dieser Hinsicht auch ein Mutmacher sein: Als Amazon mit seinem E-Book-Reader *Kindle* die Charts stürmte, schlossen sich mehrere große und kleine Buchhandelsunternehmen zusammen und brachten ihrerseits *Tolino* heraus, einen E-Book-Reader, der mit einem anderen System arbeitet und der Kund*innen an die normalen Buchläden bindet. Die „Alternativlosigkeit“ haben sie Amazon damit auf jeden Fall erfolgreich nehmen können.^{xxxii}

BEI AMAZON ABMELDEN – WIE GEHT DAS?

Es geht ganz einfach, kostet nur wenige Sekunden – und etwas Überwindung.

Für **Prime-Kund*innen**:

Wer bei Amazon eingeloggt ist, geht einfach rechts oben auf „Mein Konto“, in dem Reiter zu „Meine Prime Mitgliedschaft“. Dann im linken Kasten zu „Mitgliedschaft beenden“.

Danach ist dein „normales“ Kundenkonto noch aktiviert. Dieses löschst Du im nächsten Schritt:

Für „normale“ Kund*innen:

Amazon möchte, dass man den Kundenservice kontaktiert, um sein/ihr Konto zu löschen. Das geht über dieses Formular: www.amazon.de/gp/help/customer/contact-us/. Auch hierfür sollte man erst eingeloggt sein.

Danach rechts auf „(Prime und) Sonstiges“ klicken, und bei Teil 2 „Bitte geben Sie uns weitere Informationen zu Ihrem Anliegen.“, im ersten Pull-Down Menü die Option „Andere, nicht auf eine Bestellung bezogene Frage“, und im zweiten „Sonstige Fragen“ auswählen.

Bei Teil 3 einfach einen Kommunikationsweg auswählen und „Ich möchte mein Konto kündigen“ in das E-mail oder Chat-Fenster schreiben. Danach kommt noch ein letztes Mal eine E-mail. Diese einfach beantworten, z.B. mit „Ja, ich möchte weiterhin mein Konto löschen“, und dann ist es geschafft. Du bekommst ein paar Tage später noch eine Bestätigung per E-mail.

KONZERNFREI EINKAUFEN – WAS IST DAS?

Es kann richtig Spaß machen, Alternativen auszuprobieren und zu stärken. Konzernfrei einkaufen heißt, die Großunternehmen zwischen Acker und Teller zu umgehen. Einkaufen ohne Supermarktketten ist möglich – und ohne Amazon sowieso! Produkte großer Hersteller, die für Tierleid oder nicht-nachhaltige Landwirtschaft stehen, gehören ebenso nicht in den konzernfreien Einkaufskorb. Je kürzer die Wertschöpfungskette am Ende ist, desto mehr Geld bleibt für die Bauernhöfe und in der Region. Außerdem wird die Umwelt bei kurzen Wegen geschont und der Kontakt zwischen Stadt und Land gestärkt.

IDEEN FÜR DEINEN KONZERNFREIEN EINKAUFSKORB:

- Besuche einen Bauernmarkt in deiner Nähe und erkundige dich direkt bei der*em Erzeuger*in über die Produkte und die Bedingungen, unter denen sie hergestellt wurden.
- Kaufe Biolebensmittel in einer FoodCoop, einer selbst organisierten Einkaufsgemeinschaft, die beim Großhändler bestellt. Eine (unvollständige) Übersicht gibt es hier: foodcoopedia.de.fcoop.org/wiki/Foodcoops_nach_Standort
- Biete auf einen Ernteanteil bei einem Hof, der Solidarischen Landwirtschaft praktiziert. Für einen monatlichen Beitrag bekommst du jede Woche eine Kiste mit Produkten, oft Gemüse und Obst aber bei manchen auf Fleisch- und Milchprodukte.

Du kannst den Hof kennen lernen und bei Aktionstagen helfen. Gemeinsam mit den anderen Mitgliedern und der*em Landwirt*in teilst du dir das unternehmerische Risiko: solidarische-landwirtschaft.org

- Lass dir eine regionale Biokiste nach Hause liefern: biokisten.org
- Bestelle regionale (Bio-)Lebensmittel online und hole sie auf einem Markt der „Marktschwärmer“ einmal die Woche ab. Hier kannst du andere Leute treffen und mit den Erzeuger*innen direkt ins Gespräch kommen. Die „Marktschwärmer“, früher food assembly genannt, gibt es inzwischen in etlichen Städten: marktschwaermer.de
- Finde regionale Bio-Produzent*innen über die Online-Plattform Obergudt und lasse dich mit einer wöchentlichen Box nach deinem Geschmack beliefern: obergudt.com
- In Köln und Berlin gibt es sie schon, in mehreren Städten entstehen gerade Ernährungsräte, in denen die Stadtverwaltung gemeinsam mit Akteuren der Zivilgesellschaft Wege einer regionalen und nachhaltigen Lebensmittel-Versorgung der Stadt erprobt. Bring dich ein und hilf mit, einen Ernährungsrat in deiner Stadt zu gründen: ernaehrungsraete.de

QUELLEN:

- i. EHI Handelsdaten (2017): Marktanteil von Amazon am gesamten Online-Handelsumsatz in Deutschland in den Jahren 2008 bis 2016 (in Prozent). URL <https://www.handelsdaten.de/deutschsprachiger-einzelhandel/marktanteil-von-amazon-am-gesamten-online-handelsumsatz-deutschland> (zuletzt aufgerufen am 07.11.2017); IFH Köln (2015): Amazon baut Anteil am deutschen Online-Handel auf 38 Prozent aus. URL <https://netzoekonom.de/2015/07/24/amazon-baut-anteil-am-deutschen-online-handel-auf-31-prozent-aus/> (zuletzt aufgerufen am 07.11.2017)
- ii Im Amazon Basics - Shop finden sich eine große Auswahl von alltäglichen Produkten, wie Bürobedarf, Textilien oder Elektronik-Zubehör.
- iii ILSR (2016): Amazon's Stranglehold: How the Company's Tightening Grip Is Stifling Competition, Earning Jobs, and Threatening Communities. URL https://ilsr.org/wp-content/uploads/2016/11/ILSR_AmazonReport_final.pdf (zuletzt aufgerufen am 07.11.2017)
- iv ILSR 2016: 5 (eigene Übersetzung)
- v Brief von Authors United an William Baer, Assistant Attorney General for the Antitrust Division, U.S. Department of Justice (2015); Authors Guild (2015) : The Wages of Writing: Key Findings from The Authors Guild 2015 Member Survey
- vi Stone, B. (2013): The Everything Store (S.182)
- vii ILSR 2016: 13; Brief von Authors United an William Baer, Assistant Attorney General for the Antitrust Division, U.S. Department of Justice (2015)
- viii ZDF-Doku (2016): Die Macht von Amazon. Günstig aber gnadenlos. URL <https://www.zdf.de/dokumentation/zdf-zoom/zdfzoom-die-macht-von-amazon-100.html> (zuletzt aufgerufen am 07.11.2017)
- ix Beispiel für diese Praktik: F.A.Z. (2013): Die Allmacht von Amazon. URL <http://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/unternehmen/kritik-am-versandhaendler-die-allmacht-von-amazon-12091944-p4.html> (zuletzt aufgerufen am 07.11.2017)
- x Huffingtonpost.de (2014): Amazons mieses Spiel mit seinen Geschäftspartnern. URL http://www.huffingtonpost.de/2014/12/05/amazon-mieses-spiel-geschaeftpartner_n_6276216.html (zuletzt aufgerufen am 07.11.2017); kassenzone.de (2014): Hersteller und Amazon. URL <https://www.kassenzone.de/2014/11/16/hersteller-und-amazon/> (zuletzt aufgerufen am 07.11.2017)
- xi T3n.de (2016): Amazon führt produktspezifische Verkaufsprovisionen ein – Was bedeutet das für Marketplace-Händler? URL <http://t3n.de/news/amazon-fuehrt-produktspezifische-695207/> (zuletzt aufgerufen am 07.11.2017)
- xii ILSR 2016: 6 (eigene Übersetzung)
- xiii Khan, L. M. (2017): Amazon's Antitrust Paradox. In: Yale Law Journal 126 (3) URL <http://www.yalelawjournal.org/note/amazons-antitrust-paradox> (zuletzt aufgerufen am 07.11.2017)
- xiv Heise online (2013): Preisparität: Kartellamt stellt Verfahren gegen Amazon ein. URL <https://www.heise.de/newsticker/meldung/Preisparitaet-Kartellamt-stellt-Verfahren-gegen-Amazon-ein-2054142.html> (zuletzt aufgerufen am 07.11.2017)
- xv Boersenblatt.de (2017): EU-Kommission moniert E-Book-Verträge: <https://www.boersenblatt.net/artikel-amazon-streicht-meistbeguenstigungsklauseln.1314417.html> (zuletzt aufgerufen am 07.11.2017)
- xvi F.A.Z. (2017): Kartellamt kämpft für die Innenstädte. URL <http://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/wirtschaftspolitik/f-a-z-exklusiv-kartellamt-kaempft-fuer-die-innens-taedte-15155881.html> (zuletzt aufgerufen am 07.11.2017)
- xvii Bezos, J. (2007): Letter to Shareholders, Annual Report
- xviii ILSR 2016: 4; Khan 2017
- xix ILSR 2016: 13
- xx Das Marktforschungsinstitut Millward Brown Digital fand in einer Untersuchung über das Online-Kauf- und Vergleichsverhalten in den USA heraus, dass weniger als 1 Prozent der Amazon Prime Mitglieder in der selben Online-Session nach Preisvergleichen auf den Seiten anderer Großanbietern schauen. Forbes.com (2015): Walmart And Target Being Crowded Out Online By Amazon Prime. URL <https://www.forbes.com/sites/clareoconnor/2015/04/06/walmart-and-target-being-crowded-out-online-by-amazon-prime/#71d8041d2d33> (zuletzt aufgerufen am 07.11.2017)
- xxi z.B. ARD-Doku (2013): Ausgeliefert: Leiharbeiter bei Amazon. URL https://www.youtube.com/watch?v=xdrkY_NpgrY (zuletzt aufgerufen am 07.11.2017)
- xxii Pressemitteilung des IGB (2014): Jeff Bezos von Amazon gewinnt die IGB-Abstimmung über den schlechtesten Boss der Welt. URL <http://www.ituc-csi.org/jeff-bezos-von-amazon-gewinnt-die?lang=de> (zuletzt aufgerufen am 07.11.2017)
- xxiii N-tv.de (2017): An Amazon beißt Verdi sich die Zähne aus. URL <http://www.n-tv.de/wirtschaft/An-Amazon-beisst-Verdi-sich-die-Zaehne-aus-article19839455.html> (zuletzt aufgerufen am 07.11.2017)
- xxiv Golem.de (2017): Streiks am Prime Day an sechs Standorten. URL <https://www.golem.de/news/mehr-lohn-streiks-am-prime-day-an-sechs-amazon-standorten-1707-128853.html> (zuletzt aufgerufen am 07.11.2017)
- xxv Handelsblatt (2017): Ein gutes Signal für Bayer. URL <https://www.handelsblatt.com/politik/international/steuervermeidung-der-fiskus-im-digitalen-zeitalter/20302648.html> (zuletzt aufgerufen am 07.11.2017)
- xxvi ZEIT (2015): Amazon zahlt jetzt in Deutschland Steuern. URL <http://www.zeit.de/wirtschaft/unternehmen/2015-05/amazon-deutschland-steuer> (zuletzt aufgerufen am 07.11.2017)
- xxvii diepresse.com (2017): Amazon zahlt in Europa Steuern im Prolongation-Bereich. URL <http://diepresse.com/home/wirtschaft/unternehmen/5269962/Amazon-zahlt-in-Europa-Steuern-im-Prolongation-Bereich> (zuletzt aufgerufen am 07.11.2017)
- xxviii ILSR 2016: 53ff
- xxix Big Brother Awards (2015). URL <https://bigbrotherawards.de/2015/arbeitswelt-amazon-logistik> (zuletzt aufgerufen am 07.11.2017)
- xxx Businessinsider Deutschland (2017): Amazon is buying Whole Foods — here's Amazon's vision for the grocery store of the future. URL <http://www.businessinsider.de/amazon-go-grocery-store-future-photos-video-2017-6?op=1> (zuletzt aufgerufen am 07.11.2017)
- xxxi Washingtonpost (2017): Amazon has a patent to keep you from comparison shopping while you're in its stores. URL <https://www.washingtonpost.com/news/innovations/wp/2017/06/16/amazon-has-a-patent-to-keep-you-from-comparison-shopping-while-youre-in-its-stores/> (zuletzt aufgerufen am 07.11.2017)
- xxxii Spiegel (2017): Telekom gibt Tolino-Allianz auf. URL <http://www.spiegel.de/wirtschaft/unternehmen/telekom-stoesst-geschaeft-mit-e-reader-tolino-an-rakuten-ab-a-1128225.html> (zuletzt aufgerufen am 07.11.2017); Lesen.net (2017): eBook-Umsätze: Tolino verliert zweistellig gegenüber Kindle. URL <https://www.lesen.net/ebook-news/ebook-umsae-tze-tolino-verliert-zweistellig-gegenueber-kindle-38167/> (zuletzt aufgerufen am 07.11.2017)
- xxxiii Und zwar, wenn der Nutzer zustimmt oder nicht für das Werk gezahlt hat, offizielle Stellen die Löschung oder Veränderung verlangen oder der Nutzer beziehungsweise sein Gerät geschützt werden müssen. Heise online (2009): Amazon zahlt 150.000 US-Dollar wegen Löschung von E-Books. URL <https://www.heise.de/newsticker/meldung/Amazon-zahlt-150-000-US-Dollar-wegen-Loeschung-von-E-Books-807776.html> (zuletzt aufgerufen am 07.11.2017)

AKTION AGRAR E.V.

Artilleriestraße 6
27283 Verden (Aller)

www.aktion-agrar.de

facebook.com/aktion.agrar/
Twitter: @aktionagr

 **aktion
agrar**