

Alle Jahre wieder: Otto und Amazon versenden Lebensmittel

✘ Langjährige Beobachter der Distanzhandelsbranche kennen das: Alle paar Jahre vermeldet der ein oder andere Händler jetzt auch ein Lebensmittelsortiment via Internet verkaufen zu wollen. Jetzt startet Otto einen erneuten Versuch und Amazon fährt aktuell einen Beta-Test im deutschen Shop.

Mehr zu den Supermärkten im Web lesen Sie hier. Frische Bio-Kiwis für 0,39 Euro das Stück gibt es jetzt bei Amazon zu kaufen. Leider kostet der Spaß inklusive Versandkosten 5,34 Euro. Die Lieferzeit ist mit einem bis drei Tagen ausgewiesen. Hier ist der Gang zum Supermarkt um die Ecke dann wohl doch die vom Verbraucher bevorzugte Methode seinen Tages- oder Wochenbedarf zu decken.

Amazon testet

Amazon bietet in Deutschland seit Monatsbeginn rund 35.000 Artikel rund von Gemüse, Fleisch und Fisch über Backwaren bis hin zu Delikatessen an. Das eigene Sortiment wird durch 60 Partnershops ergänzt, die Amazon als Marktplatz für ihre Produkte nutzen. Darunter sind beispielsweise Shops wie [gourmondo.de](#) und [genusshandwerker](#). Der Käufer erhält allerdings nur eine Rechnung, selbst wenn er bei unterschiedlichen Anbietern einkauft.



Ob Amazon bei der Einschätzung der Erfolgsfaktoren für den Amazon-Supermarktes richtig liegt, muss erst einmal offen bleiben. Wie Amazon-Manager Christian Bubenheim der Nachrichtenagentur dpa sagte, seien die Voraussetzungen für einen Erfolg inzwischen ganz andere. So sei schon allein die Versorgung mit schnellen Internet-Verbindungen viel besser. Und die Waren könne man heute auch attraktiver mit Bildern darstellen.

Otto versucht es erneut

Auch der Otto Versand versucht sich erneut im Lebensmittelhandel und nimmt sich Händler wie Tesco in Großbritannien und Coop in der Schweiz zum Vorbild, berichtet die **Lebensmittel-Zeitung** aus einem Interview mit Otto-Chef Hans-Otto Schrader. Dazu sei man auf der Suche nach einem national aufgestellten Partner aus dem Lebensmittel-Einzelhandel.

Der Versandkonzern hatte einen Lebensmittel-Service unter [www.otto-supermarkt.de](#) bereits im Mai 2000 gestartet. Zunächst bot Otto nur im Großraum Hamburg ein Lebensmittel-Vollsortiment an. Wenige Monate später expandierte Otto und weitete das Sortiment aus. Bundesweit wurden 2.500 Produkten angeboten, in Hamburg kamen noch Frischeprodukte hinzu. Doch schon 2003 war dann Schluss: Es lohnte sich nicht.

Spezialitäten als Erfolgsmodell

Natürlich gibt es viele Beispiele dafür, dass der Online-Handel mit Lebensmitteln funktioniert. Allerdings spielen sich in Deutschland diese Erfolgsgeschichten bisher hauptsächlich auf dem Gebiet des Spezialitätenversands ab. Vor allem internationale Spezialitäten sind hier zu finden. Aber auch Mass Customization-Produkte wie individuell gemixtes Müsli oder die eigene Schokolade sind große Renner.

Was denken Sie? Wie wird sich der Lebensmittelhandel im Web in Deutschland entwickeln? Stimmen Sie jetzt gleich ab:

[poll id="14"]