

Amazon

Milch per Klick

Amazon greift nach dem Food-Markt. Die Feinde? Aldi und der alte Adam.

Von **Josef Joffe**

21. Juni 2017

AUS DER ZEIT NR. 26/2017 [[http://www.zeit.de/2017/26?](http://www.zeit.de/2017/26?wt_zmc=fix.int.zonpme.zeitde.wall_abo.premium.packshot.cover.zei&utm_medium=fix&utm_source=zeitde_zonpme_int&utm_campaign=wall_abo&utm_content=premium_packshot_cover_zei)



[http://www.zeit.de/2017/26?](http://www.zeit.de/2017/26?wt_zmc=fix.int.zonpme.zeitde.wall_abo.premium.packshot.cover.zei&utm_medium=fix&utm_source=zeitde_zonpme_int&utm_campaign=wall_abo&utm_content=premium_packshot_cover_zei)

Wer in Amerika ökologisch korrekt sein und für Äpfel doppelt so viel bezahlen will wie im Laden, geht zu Whole Foods, das wegen dieser Hochpreispolitik auch "Ganzes Gehalt" genannt wird. Die Kette gehört nun Jeff Bezos, der sie für knapp 14 Milliarden Dollar für Amazon gekauft hat [<http://www.zeit.de/wirtschaft/2017-06/lebensmittelbranche-amazon-whole-foods-market-uebernahme>].

Trump und Putin, IS und Brexit beherrschen die Schlagzeilen, doch unser Leben bestimmen andere Störenfriede. Die "Disruptoren", die uralte Märkte zertrümmern. "Heute Buchland, morgen die ganze Welt" hat Amazon weltweit 300 Millionen Kunden verschafft. Uber knackt die Taxi-Kartelle. Netflix nagt am Unterhaltungsduopol von Kino und TV. Abertausende von Bloggern, jeder sein eigener Verleger, bedrängen die Printmedien. Wozu mit Schlips und Kragen zur Bank gehen, wenn ein Kredit per Handy zu kriegen ist? Die Bonität checken Algorithmen, die durchs Netz schnüren.

Längst versendet Amazon "Trockennahrung", die in Büchsen und Tüten daherkommt. Aber Frisches – Fleisch und Gemüse? Die Menschen wollen doch sehen, fühlen und riechen. Ja, aber es fehlt ihnen die Zeit. Längst kaufen sie Kleidung und Kühlschränke per Mausklick, derweil sie gleichzeitig Börsengeschäfte abwickeln oder die Kleinen per Handy drangsaliieren ("Wann machst du die Hausaufgaben?").

Für solche Menschen ist das Einkaufen lästig: im Auto durch den Stau, Parkplatz suchen, den Karren durch die Gänge schieben, die Beute in die Wohnung schleppen. Deshalb könnte

Bezos abermals richtig gewettet haben: Er macht aus 460 Whole-Foods-Filialen Verteilungszentren. Der Kunde klickt, ein selbstfahrender Lieferwagen bringt das Zeug nach Hause. Die Drohnen üben schon.

Oder so: Wer unbedingt selber einkaufen will, geht in den Laden, wo er per Gesichtserkennung persönlich begrüßt wird. Der Computer kennt den Einkaufszettel von früheren Trips und lenkt den Kunden an die richtigen Stellen – kein zeitraubendes Suchen mehr. Zudem ist der Laden auf ein gemütliches Maß geschrumpft. Denn dort stehen nur Demo-Produkte statt Hunderte von Packungen im Regal. Der Kunde wedelt mit seinem Handy, mit dem auch bezahlt wird, und ein freundlicher Roboter füllt den Kofferraum.



[\[https://premium.zeit.de/abo/diezeit/2017/26\]](https://premium.zeit.de/abo/diezeit/2017/26)

Dieser Artikel stammt aus der ZEIT Nr. 26/2017. Hier können Sie die gesamte Ausgabe lesen.

[\[https://premium.zeit.de/abo/diezeit/2017/26\]](https://premium.zeit.de/abo/diezeit/2017/26)

Die "Disruptoren" krepeln unser Leben um. Solche Mini-Märkte lassen auch Mieten und Lohnkosten schrumpfen; sie könnten überall in den Innenstädten entstehen und die Mega-Malls im Grünen entthronen. Da wären sie wieder, die guten alten Tante-Emma-Läden, bloß digitalisiert und mit grenzenlosem Angebot. Wir wohnen, kaufen und arbeiten in fußläufiger Umgebung. Der Diesel wird sowieso verschrottet.

So weit die Utopie. Ob Amazon es schafft, hängt ausgerechnet von zwei deutschen Discountern ab, [Aldi und Lidl](#)

[\[http://www.zeit.de/2017/25/lebensmitteldiscounter-lidl-aldi-usa-expansion\]](http://www.zeit.de/2017/25/lebensmitteldiscounter-lidl-aldi-usa-expansion). Aldi will mit fünf Milliarden Dollar 900 Läden in den

USA aufmachen und den Markt mit Billigangeboten aufrollen. Die

Alte Welt gegen die Neue. Was aber wird der alte Adam tun? Wird er den Frischkäse genauso enthusiastisch wie die DVD per Taste kaufen?

JOSEF JOFFE

ist Herausgeber der ZEIT.

Die Altvorderen mussten als Kinder mit der Milchkanne zum Händler schlurfen. Heute reden die Enkel mit Amazons "Alexa". Bei dieser sprachgesteuerten Verkäuferin im trauten Heim muss keiner anstehen und mit Kleingeld fummeln. Aber auch der

digitale Konsument will gucken und prüfen. Und schlendert über den Wochenmarkt. Der ist ein zähes Ding – so alt wie die Menschheit.