

foodwatch warnt vor Amazon-Spendenplattform „Smile“: Kunden werden in die Irre geführt, angebliche „Unterstützung“ kam bei foodwatch nicht an

geschrieben von Andreas | 14. Juni 2017
Pressemitteilung

Berlin, 12. Juni 2017. Die Verbraucherorganisation foodwatch warnt vor der Spendenplattform „AmazonSmile“. Der Internethändler Amazon hat foodwatch in einer Liste zu unterstützender Organisationen geführt, obwohl foodwatch dem nie zugestimmt und sich für die Plattform auch nie registriert hatte. Dennoch zeigte Amazon Kundinnen und Kunden auf der Website und in E-Mails an, sie könnten foodwatch unterstützen oder hätten dies bereits getan. Die Verbraucherorganisation stellte klar, dass bei ihr kein Geld von Amazon ankomme und sie von Amazon auch keine Spenden annehmen würde. Erst nach einem Brief von foodwatch reagierte Amazon am vergangenen Freitagnachmittag und nahm die Verbraucherorganisation, wie gefordert, von der Liste. Bei zahlreichen anderen Organisationen ist weiterhin unklar, ob das Geld jemals dort ankommt.

„Amazon führt Menschen in die Irre, die eine gute Sache unterstützen wollen, und generiert Umsatz mit falschen Versprechen“, kritisierte Martin Rücker, Geschäftsführer von foodwatch Deutschland. In seinem Brief an Amazon-Deutschland-Chef Ralf Kleber von vergangenem Donnerstag forderte er eine grundlegende Überarbeitung des Smile-Programms sowie eine

Klarstellung gegenüber den Kundinnen und Kunden, die der Handelskonzern glauben ließ, foodwatch oder andere nicht an der Spendenplattform beteiligte Organisationen unterstützt zu haben. Gelder von Amazon anzunehmen, kommt für foodwatch nicht in Frage, da der Internetkonzern auch mit Lebensmitteln handelt, dieses Geschäft in Deutschland derzeit sogar massiv ausbaut – Spenden von Amazon verstoßen aus Sicht von foodwatch daher gegen den Grundsatz der Unabhängigkeit.

Bei der neu geschaffenen Spendenplattform „AmazonSmile“ können Kundinnen und Kunden ihre Bestellungen über eine eigene Website tätigen (smile.amazon.de). In einem ersten Schritt wählen sie dort eine Organisation aus, die sie unterstützen wollen. Bei jedem Einkauf über diese Seite will Amazon dann 0,5 Prozent des Einkaufspreises an die Organisation abführen – um eine Spende von 50 Euro zu erzielen, müssen Kunden also Bestellungen über 10.000 Euro getätigt haben. Dabei kommt das Spendengeld nicht von den Kundinnen und Kunden, sondern von Amazon. Auf der Seite können jedoch auch Organisationen ausgewählt werden, die sich gar nicht für AmazonSmile registriert haben. So wurde foodwatch von Amazon bis zum vergangenen Freitag in seiner Liste geführt, obwohl die Verbraucherorganisation dafür keine Zustimmung gegeben hatte und auch nicht hätte. Wer die Organisation auswählte, sah oben auf seiner AmazonSmile-Seite prominent den Hinweis „Unterstützt wird: foodwatch e.V.“. Es wurde also der Eindruck erweckt, als sei durch einen Einkauf tatsächlich die Arbeit von foodwatch gefördert worden. Nur versteckt im Kleingedruckten zum Smile-Programm erklärt Amazon, was mit dem Geld passiert, wenn sich eine Organisation nicht registriert. Die Bereitschaft abgeklärt hatte das Unternehmen nicht. „Wir standen im Vorfeld nicht einmal in Kontakt mit Amazon über die Frage, ob wir uns an der Plattform beteiligen wollen oder nicht“, so foodwatch-Deutschland-Geschäftsführer Martin Rücker.

In einem Brief vom 10. Mai 2017 hatte Amazon foodwatch dann

aus heiterem Himmel mitgeteilt, dass bereits „Amazon-Kunden Ihre Organisation foodwatch e.V. auf smile.amazon.de ausgewählt haben und aufgrund der Einkäufe unserer Kunden auf smile.amazon.de ein Betrag in Höhe von 83,15 € für Ihre Organisation gutgeschrieben wurde.“ Entspricht dieser Betrag tatsächlich 0,5 Prozent des Einkaufswertes, so stünde ihm ein Umsatz von 16.630 Euro für Amazon gegenüber – ein Umsatz, der unter dem Eindruck entstanden ist, mit dem Geld könne foodwatch unterstützt werden.

foodwatch kritisierte, dass das Vorgehen von Amazon auch zum Schaden von Organisationen sei, die aus guten Gründen entschieden haben, kein Geld von Amazon annehmen zu wollen. Auf der „AmazonSmile“-Seite entstehe der falsche Eindruck, die Organisationen würden doch Spenden von Amazon akzeptieren. Gleichzeitig würden Menschen, die im Glauben sind, eine Organisation über Amazon bereits unterstützt zu haben, diese auf anderem Wege vielleicht nicht mehr unterstützen.

In dem Brief an Amazon-Chef Ralf Kleber forderte foodwatch Amazon auf, den unter dem irreführendem Eindruck, es könne foodwatch unterstützt werden, erzielten Umsatz an eine gemeinnützige Organisation (nicht jedoch an foodwatch) zu spenden.

Quellen und weiterführende Informationen:

- Darstellung der Abläufe auf der AmazonSmile-Plattform (Stand: Freitagvormittag, 09. Juni): tinyurl.com/ycqwhao6
- Brief von foodwatch an Amazon-Chef Ralf Kleber: tinyurl.com/ycjalc4h
- Brief von AmazonSmile an foodwatch: tinyurl.com/y8ubhu8n

Pressekontakt:

foodwatch e.V.

Andreas Winkler

E-Mail: presse@foodwatch.de

Tel.: +49 (0)30 / 24 04 76 – 2 90