

Probieren und kaufen

In Oberhof bietet ab sofort der KONSUM Genuss Shop ausgewählte regionale Produkte und Waren aus der KONSUM Familie an.

Nachdem die Plattformen Konsum-Gin.de und Konsum-Online.de bereits erfolgreich gestartet sind, können nun die Produkte auch im KONSUM Genuss Shop in Oberhof probiert und direkt vor Ort gekauft werden. Im Mittelpunkt des Angebotes steht der KONSUM Premium Gin aus der Thüringer Kreativ Werkstatt des Konsumhotels Berghotel Oberhof.

Nach dem KONSUM Gin Waldbeere kam Mitte des Jahres 2022 als Sommeredition der KONSUM Sommer-Gin Blutorange und im Herbst noch die Edition Kirsche dazu. Der KONSUM Premium Gin hat inzwischen eine stetig wachsende Fangemeinde. Ganz neu im Sortiment ist der London Dry Gin, der durch seine Zitrusnote gepaart mit Wachholder sehr mild und voll

von Kräuternoten den Gin-Freund begeistert. Weiterhin können sich die Kunden vor Ort besondere Teemischungen, Kaffee aus dem Hause Röstfein, Honig aus dem Konsumhotel Dorotheenhof Weimar und KONSUM-Fanartikel erwerben.



Premium Gin aus der Thüringer Kreativ Werkstatt.

Regionale Spezialitäten wie Senf, Liköre, Wein und Süßigkeiten runden das Angebot ab. Ein Bistro-Angebot mit Glühwein, Kaffee, Kuchen und kleinen Snacks lädt den Gast ein, etwas länger zu verweilen und die angebotenen Spezialitäten zu verkosten.

Der KONSUM Genuss Shop ist täglich von 10 bis 17 Uhr geöffnet, mittwochs und sonntags von 10 bis 15 Uhr.



Im KONSUM Genuss Shop können die regionalen Spezialitäten probiert und gekauft werden.

RATGEBER RECHT

Zurück zur Stempeluhr?

Diese Frage stellen sich aktuell viele Arbeitgeber. Schon im Jahr 2019 ließ eine Entscheidung des Europäischen Gerichtshofes (Urt. v. 14.5.2019 – C-55/18 – CC00 ./, Deutsche Bank) aushorchen. Das Gericht entschied, dass die Mitgliedstaaten die Arbeitgeber daher verpflichten müssen, ein objektives, verlässliches und zugängliches System einzuführen, mit dem die von einem jeden Arbeitnehmer geleistete tägliche Arbeitszeit gemessen werden kann. Eine Umsetzung im deutschen Recht ist bisher nicht erfolgt. Vielmehr gibt es lediglich vereinzelt Vorschriften, welche Arbeitgeber verpflichten, für gewisse Personengruppen oder gewisse Zeiten Arbeitszeitaufzeichnungen zu führen und aufzubewahren. Am 13.09.2022 hat nun das Bundesarbeitsgericht (Az. 1 ABR 22/21) ausgeführt, dass bei unionsrechtskonformer Auslegung des Arbeitsschutzgesetzes der Arbeitgeber gesetzlich verpflichtet ist, die Arbeitszeiten der Arbeitnehmer zu erfassen. Diese Aussage geht über die bisher bestehenden gesetzlichen Regelungen hinaus. Die Entscheidung liegt noch nicht im Volltext vor, so dass über die genaue Begründung und mögliche Anforderungen an die Erfassung nur spekuliert werden kann. Aber Arbeitgeber und Arbeitnehmer müssen für eine Beachtung dieser Vorgaben Sorge tragen. Ob dies ein Zurück zur Stempeluhr bedeutet, ist fraglich. Einen guten ersten Überblick gibt die FAQ-Seite des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales. Ansonsten bleibt abzuwarten, ob der deutsche Gesetzgeber nun kurzfristig tätig wird.



Dr. Stefan Sasse
Fachanwalt
für Arbeitsrecht

RATGEBER DATENSCHUTZ

Besserer Schutz von Hinweisgebern

Ende Juli wurde der Regierungsentwurf des Hinweisgeberschutzgesetzes (HinSchG) vom Kabinett beschlossen. Mit dem HinSchG soll die EU-Whistleblower-Richtlinie umgesetzt werden und Personen (sog. Hinweisgeber), die im Rahmen ihrer beruflichen Tätigkeit Informationen über Verstöße erlangt haben und diese an eine hierfür eingerichtete Meldestelle weitergeben, vor Repressalien wie Abmahnung oder gar Kündigung schützen. Auch geschützt werden sollen Personen, die Gegenstand einer Meldung sind, sowie Personen, die von einer Meldung betroffen sind. Der Schutz gilt dann bei Meldungen von Verstößen gegen EU-Recht und bestimmte Bereiche des nationalen Rechts. Um Hinweisgeber zu schützen und ihnen eine Meldung zu ermöglichen, sieht der Gesetzesentwurf vor, dass Unternehmen und Organisationen ab 50 Beschäftigten eine interne Meldestelle einrichten müssen, die aus mind. einer beim Unternehmen beschäftigten Person besteht. Auch soll es Hinweisgebern möglich sein, sich an eine externe Meldestelle zu wenden. Dazu soll u. a. beim Bundesamt für Justiz eine externe Meldestelle eingerichtet werden. Die Meldestellen müssen Meldekanäle einrichten, an die sich Hinweisgeber, ggf. anonym, wenden können. Nach dem Gesetzesentwurf sind die Meldekanäle so zu gestalten, dass nur die für die Meldestelle zuständigen sowie die sie bei der Erfüllung dieser Aufgaben unterstützenden Personen Zugriff auf die eingehenden Meldungen

haben. Es muss sichergestellt werden, dass keine unberechtigten Personen Zugriff auf die Identität der hinweisgebenden Person oder den Hinweis selbst haben. Meldekanäle müssen Meldungen in mündlicher oder in Textform ermöglichen, z. B. über eine Hotline, E-Mail-Adresse oder ein Online-Meldeformular. Außerdem sollen persönliche Treffen mit dem Hinweisgeber ermöglicht werden. Allerdings kann bei der Einrichtung einer internen E-Mail-Adresse oder internen Hotline nicht ausgeschlossen werden, dass z. B. die interne IT-Abteilung nicht in das System eingreifen kann und kein Kenntnis von Anrufer (über die Rufnummer) oder sogar vom Inhalt des Hinweises (durch Zugriff auf den Mail-Server) erhält. Da auch Dritte (z. B. Rechtsanwälte oder externe Datenschutzbeauftragte) mit den Aufgaben der internen Meldestelle betraut werden können, kann die Gefahr von unbefugten Zugriffen jedoch minimiert und die Vertraulichkeit gewahrt werden. Zu den Aufgaben der internen Meldestelle gehören u. a. die Prüfung auf Stichhaltigkeit, ggf. Einholen weiterer Informationen und die Ergreifung etwaiger Folgemaßnahmen. Außerdem gibt es konkrete Anforderungen an die Tätigkeit und die notwendige Fachkunde. Zwar sind die mit den Aufgaben einer internen Meldestelle beauftragten Personen bei der Ausübung ihrer Tätigkeit unabhängig und dürfen andere Aufgaben und Pflichten wahrnehmen. Unternehmen müssen aber sicherstellen, dass derartige Aufgaben

und Pflichten nicht zu Interessenkonflikten führen. Da das Gesetz voraussichtlich Anfang 2023 in Kraft tritt, empfehlen wir, sich bereits jetzt mit der Einrichtung entsprechender Meldekanäle zu beschäftigen. Zwar soll es für Unternehmen mit bis zu 249 Beschäftigten eine Übergangsphase bis Dezember 2023 geben, größere Unternehmen und Unternehmen aus dem Bereich des Finanzsektors müssen ab Inkrafttreten handeln. Unternehmen und Behörden sind also gut beraten, zeitnah ein effektives internes Meldesystem zu etablieren, andernfalls droht ein Bußgeld von bis zu 20.000 Euro. Auch die LGD Datenschutz GmbH bietet den Betrieb einer internen Meldestelle mit DSGVO- und HinSchG-konformen Meldekanälen wie E-Mail-Adresse, Hotline und Online-Meldeformular an. Darüber hinaus gewährleisten wir Anonymität (auf Wunsch des Hinweisgebers) und Vertraulichkeit, prüfen eingehende Hinweise, halten gesetzliche Fristen ein und führen eine individuelle Sachverhaltsaufklärung durch. Kontaktieren Sie uns gerne per E-Mail unter info@lgd-data.de oder telefonisch unter 0391 55 68 63 20 und wir unterbreiten Ihnen ein auf Sie zugeschnittenes Angebot!



Joelle Hirsch
Zertifizierte Datenschutzbeauftragte und -auditorin,
LGD Datenschutz GmbH

TERMINE 2023

- 21. – 23. April**
Konsum-Wanderung
Berghotel Oberhof
- 16. Mai**
Generalversammlung
Berlin
- 13.–14. Juni**
Seminar Finanzen/Immobilien
Hotel Dorotheenhof Weimar
- 8. Juni**
Sommerliche Bootsfahrt
Berlin
- 14.–15. September**
Seminar Lohnabrechnung/
Arbeitsrecht
Herrenkrug, Magdeburg
- 28. September**
Mitgliederworkshop
- 21.–22. November**
Seminar Jahresabschluss
Berghotel Oberhof



ZENTRAL KONSUM

Herausgeber: Zentralkonsum eG
Neue Grünstraße 18, 10179 Berlin
Tel. (030) 275 84-111
www.zentralkonsum.de
Redaktion: George media (0152-341 724 88)
Gestaltung: puschmannschaft Berlin
Druck: Flyeralarm GmbH

KonsumMarken

AKTUELLE NACHRICHTEN AUS DER GROSSEN KONSUMFAMILIE

Appell an den Kanzler

Die Folgen von Energiekrise und Inflation gefährden auch genossenschaftlich organisierte Unternehmen in Ostdeutschland. Aus Sorge um ihre Existenz, ihre Mitarbeiter und Familien richteten sie an die Bundesregierung einen Offenen Brief, in dem sie den Kanzler bitten, die Embargopolitik gegenüber Russland neu zu justieren.

Die unter dem Dach der Zentralkonsum eG vereinten Genossenschaften und mittelständischen Unternehmen informierten Bundeskanzler Scholz in Sorge über die exorbitant gestiegenen Energie- und Rohstoffpreise, dass ihre Unternehmen mit einem Umsatz von 700 Millionen Euro p.a., 6200 Mitarbeitern und 180 000 Genossenschaftsmitgliedern in ihrer Existenz gefährdet sind: „Die Einnahmen schrumpfen. Das Einsparpotential ist ausgereizt. Fördermittel stehen nur noch beschränkt zur Verfügung. Dadurch entsteht für Industriebetriebe, Hotels und Dienstleister ein nicht mehr gutzumachender Schaden.“

Zwei Beispiele charakterisieren den Ernst der Lage: der Lebensmittel Einzelhändler KONSUM DRESDEN eG hat gegenwärtig Stromkosten in Höhe von 1,6 Mio. Euro p.a. und wird 2023 für die gleiche Leistung der SachsenEnergie AG 5,0 Mio. Euro zahlen müssen. In den Hotelbetrieben Berghotel Oberhof und Dorotheenhof Weimar steigen die Kosten für die Wärmeversorgung beider Häuser von 66 000 Euro p.a.



Die jährliche Stromrechnung steigt von 1,6 auf 5,0 Millionen Euro.

auf ca. 400 000 Euro um das Sechsfache.

Auf eine Antwort des Kanzlers warteten die Genossen vergebens. Deshalb schrieben sie vier Wochen später einen weiteren Brief an den



Die Kosten für die Wärmeversorgung beider Konsumhotels steigt um das Sechsfache.

Bundesminister für Wirtschaft und Klimaschutz Dr. Robert Habeck, in dem sie erneut auf den Ernst der Lage aufmerksam machten. Zu diesem Zeitpunkt hatten bereits auch ostdeutsche Kreishandwerkerschaften und Innungen die Bundesregierung auf die Existenzgefährdung ihrer Unternehmen durch die steigenden Rohstoff- und Energiekosten aufmerksam zu machen versucht.

Auf den Brief an Bundesminister Habeck erfolgte durch Staatssekretär Robert Maier eine Antwort an Martin Bergner, Vorstandssprecher der Zentralkonsum eG, sowie die Unterzeichner des Briefes mit Datum vom 30.9.2022 mit folgendem Nachsatz: „Erlauben Sie mir abschließend noch die kurze Anmerkung, dass ‚offene Briefe‘, die sich nicht allein an die jeweiligen Adressaten, sondern an eine breite Öffentlichkeit richten, seitens der Bundesregierung zwar zur Kenntnis genommen, aber grundsätzlich nicht kommentiert oder beantwortet werden. Auch unabhängig von ‚offenen Briefen‘ widmet die gesamte Bundesregierung der wirtschaftlichen Entwicklung höchste Aufmerksamkeit.“



Die Zentralkonsum eG gehört zum Sponsorenkreis des Bundesligisten Union Berlin.



ZENTRAL KONSUM

Berliner Teamgeist

Seien Sie ehrlich – hätten Sie 2019, nachdem Union Berlin in die 1. Bundesliga aufgestiegen ist, der Mannschaft zugetraut, dass sie in diesem Jahr sogar für einige Zeit die Tabelle anführen wird und sogar auf Platz fünf überwintert? Wie ist das möglich, ohne „große Stars“ und teure Transfers? Spieler, Trainer, Management und Fans von Union Berlin zeigen deutlich, dass ein hervorragendes Team mehr ist als die Summe von guten Einzelkämpfern. Jeder Einzelne ist motiviert, sein Bestes zu geben; sich nicht darauf zu verlassen, dass der andere es richten wird, sondern selbst zu laufen, selbst alles zu geben. Geht ein Ball verloren, so versucht jeder, ihn zurückzugewinnen. Niemand ruht sich auf dem Erreichten aus, es werden neue Spielzüge ausprobiert, gemeinsam Fehler analysiert und Verbesserungen gesucht. Eine Tugend, die für jeden Bereich gilt, ob beim Sport, in der Wirtschaft oder der Politik. Es gilt heute wie vor einem Jahr: „Nur wer selbst brennt, kann Feuer in anderen entfachen.“ (Ralf Rangnick, KonsumMarken 02/2021).



Ihr
Martin Bergner
Vorstandssprecher
Zentralkonsum eG

Setzt auf Frische



Handelsfachwirt Christian Komossa (35) hat den Lebensmittel Einzelhandel von der Pike auf erlernt. Seit 2014 ist er in der Konsumgenossenschaft Hagenow eG tätig und seit Mitte August als Vorstand verantwortlich für die Bereiche Marketing/Vertrieb und Expansion.

Herr Komossa, wie verlief Ihre Karriere bis zur Berufung zum Vorstand der Genossenschaft?

Das Handwerk erlernte ich bei der Coop in einer ihrer Filialen in Boizenburg. Danach war ich im Direktvertrieb bei Vodafone tätig und seit 2014 bis zu meiner Berufung zum Vorstand im Getränkefachgroßhandel der Genossenschaft.

In welcher wirtschaftlichen Lage befindet sich das Unternehmen, für das Sie Verantwortung übernommen haben?

Meine Vorgänger haben in den letzten Jahren gute Arbeit geleistet. Die Umsätze sind stabil. Ich habe Zugriff auf fachkundiges Personal. Die Strategie des Unternehmens ist zielführend.

Was zeichnet die Genossenschaft im Wettbewerb mit den Discountern vor Ort aus?

Frische und Angebote aus der Region. Gegenwärtig sind wir bereits in der Lage, unserer Kundschaft 600 Waren regionaler Produzenten anzubieten. Wir sind dauerhaft bemüht, das regionale Angebot weiter zu vergrößern. Und das zahlt sich aus.

Aktuell sind die Zeiten gewiss auch für den Einzelhandel kompliziert?

Zweifellos. Energiekrise und Inflation machen auch uns zu schaffen. Speziell im Fleischbereich erleben wir gegenwärtig bis zu drei Preiserhöhungen pro Tag. Die Kundschaft ist entsprechend verunsichert. Die Käufer mit dem Handzettel nehmen zu.

Muss die Genossenschaft bei anhaltender Krise befürchten, auf Dauer notleidend zu werden?

Mit unseren Frische Märkten in Hagenow sowie im Großraum Schwerin sind wir gut aufgestellt. Unsere Märkte bieten dem Kunden durchgängig ein zeitgemäßes Einkaufserlebnis.



Ein verlustreiches Jahr

Die Bürstenmann GmbH ist ein Traditionsunternehmen im Erzgebirge im genossenschaftlichen Eigentum. Es produziert seit 125 Jahren Haushaltswaren, Zahnbürsten und Bedarf für Heimwerker. Nach sehr erfolgreichen Jahren bekommt das Unternehmen nun auch Energiekrise und Inflation zu spüren.

Die Tochter der Zentralkonsum eG in Berlin wurde 1924 von der damaligen Hamburger Großhandels-Gesellschaft deutscher Consumvereine (GEG) gegründet, von den Nationalsozialisten enteignet und nach Beendigung des Zweiten Weltkrieges auf Befehl der Sowjetischen Militäradministradion (SMAD) wieder in Betrieb genommen. Danach entwickelte sich Bürstenmann Schritt für Schritt zu einem leistungsfähigen Konsumgüterbetrieb.

Handfeger, Toilettenbürsten, Topfreiniger, Malerpinsel, Zahnbürsten: die Produktpalette der Bürstenmann GmbH in Stützengrün ist riesig. Im Bereich Haushaltswaren fertigt das Unternehmen ein Sortiment von über eintausend Qualitätsprodukten und stellt zusammen mit



Geschäftsführer Ralf Bade: „Die größten Sorgen bereiten dem Unternehmen die exorbitant gestiegenen Energiekosten. Sie betragen 90 Prozent der betrieblichen Gesamtkosten.“

dem Joint Venture Denta Bross jährlich 100 Millionen Zahnbürsten in ungezählten Varianten her. Die Erzeugnisse kommen für die Mundhygiene sowie in Küche, Bad, WC, Haus und Garten zum Einsatz und werden in Baumärkten, Super- und Drogeriemärkten gehandelt. Damit gehört Bürstenmann in Deutschland zu den größten Anbietern von Bürsten aller Art.

Gemeinsam mit Denta Bross, ein 1991 gegründetes Joint Venture mit M+C Schiffer aus Neustadt/Wied, beschäftigt Bürstenmann ca. 300 Arbeitskräfte. Damit ist das Unternehmen in der strukturschwachen Erzgebirgsregion der größte Arbeitgeber. Mehr als die Hälfte aller Mitarbeiter kommen täglich aus den grenznahen Orten der Tschechischen Republik über den Kamm des

Erzgebirges zur Arbeit in Stützengrün.

Gemeinsam mit seinem Kollegen Christian-Carl Fester führt Geschäftsführer Ralf Bade seit 2019 das Unternehmen mit Erfolg. Doch das zu Ende gehende Geschäftsjahr 2022 wird erstmals verlustreich abschließen müssen. In dieser von Krisen getriebenen finanziellen Schiefelage des Unternehmens kommt Bürstenmann zu Gute, Teil einer genossenschaftlich organisierten Unternehmensgruppe, der Zentralkonsum eG anzugehören, die Verluste einzelner Töchter im Notfall auszugleichen vermag.

Ursache der finanziellen Schiefelage sind Energiekrise und Inflation. Die größten Sorgen bereiten Geschäftsführer Bade die exorbitant gestiegenen Energiepreise. Sie schlagen bei Bürstenmann gravierend ins Kontor, weil sie 90 Prozent der Gesamtkosten beeinflussen und bei der Preisbildung mit dem Handel nicht 1:1 im Vertrieb realisiert werden können. Hinzu kommt, dass inflationsbedingt die Verbraucher mehr und mehr auf ihren Geldbeutel achten. Das veranlasst Discounter vermehrt, ihre Verkaufsflächen für Nonfood-Erzeugnisse zu Gunsten erweiterter Flächen für Lebensmittel zu verkleinern.

Zusätzlich versucht auch der Wettbewerb dem Handel mit Preisen entgegenzukommen, die nicht immer kostendeckend sind. Einer der größten Mitbewerber produziert nur vier Kilometer von Stützengrün entfernt und kämpft gegenwärtig mit den gleichen Problemen wie Bürstenmann, was im verminderten Abverkauf vergleichbarer Erzeugnisse zunehmend spürbar wird.

Etwas entspannter ist die Lage im Vertrieb von Zahnbürsten aller Art. In diesem Segment ist Bürstenmann in Deutschland einer von drei Herstellern. Gemeinsam mit dem Joint Venture-Partner Denta Bross produziert das Traditionsunternehmen dank seines hohen Automatisierungsgrades jährlich 100 Millionen Zahnbürsten verschiedener Eigenmarken.

Allerdings hinterlässt auch im Bereich der Zahnbürste der wandelnde Zeitgeist seine Spuren. Auch Bürstenmann fühlt sich der Nachhaltigkeit verpflichtet und ersetzt schrittweise in der Herstellung und Verpackung der Erzeugnisse Kunststoffe durch recycelbare Materialien wie Holz und Papier. Aber das ist wie im Bereich Haushaltswaren mit steigenden Kosten verbunden.

Um die Erträge zu verbessern, ist die Geschäftsleitung in Zusammenarbeit mit der Belegschaft bemüht, an der einen oder anderen Stelle schraube in Produktion und Vertrieb noch zu drehen. Mit vermehrten Anstrengungen im Export- und Onlinegeschäft sowie bei der Pflege der Stammkunden besteht die Hoffnung, der Kosten Herr zu werden.

In schwerer See

Sigrid Hebestreit, die überaus erfolgreiche Vorstandschefin der Konsumgenossenschaft Weimar, hat sich Ende September aus Altersgründen aus dem operativen Geschäft zurückgezogen und Platz gemacht für eine Doppelspitze aus den eigenen Reihen.



Das neue Führungsduo: Constanze Hebestreit und Maximilian Reich

Frau Hebestreit, Herr Reich – wie haben Sie sich die Aufgaben geteilt?

Constanze Hebestreit verantwortet den kaufmännischen Bereich der Unternehmensgruppe, Maximilian Reich den Immobilienbereich sowie die Konsum Digital GmbH für Softwareentwicklung und Digitalisierung der Gruppe.

Sigrid Hebestreit hat seit fünfzig Jahren maßgeblich die Entwicklung der Genossenschaft vorangetrieben. Ist sie so ohne Weiteres zu ersetzen?

Wir waren uns mit allen Gremien schon im Vorfeld des Führungswechsels von Sigrid Hebestreit einig, Sie nicht eins zu eins ersetzen zu können. Sie hat uns im Einvernehmen mit dem Aufsichtsrat und der Vertreterversammlung einen Vertrauensvorschuss mit auf den Weg gegeben, der übertragenen Verantwortung gerecht zu werden, die bestehenden Strukturen der Genossenschaft zu schützen und weiterzuentwickeln.

Angesichts der aktuellen Vorzeichen – Corona, Energiekrise, Inflation – eine anspruchsvolle Aufgabe. Ist das Unternehmen mit seinen rund 300 Beschäftigten dafür ausreichend gerüstet?

Die Genossenschaft hat sich unternehmerisch schon frühzeitig auf die Herausforderungen der sich vor allem im Handel vollziehenden Transformation in Bezug auf Nachhaltigkeit, Lieferketten, Digitalisierung, Demografie und Kaufverhalten eingestellt. Die Krisen wirken in vielen Bereichen wie ein Brandbeschleuniger für ohnehin notwendig gewordene Veränderungen. Wir befinden uns seit 2,5 Jahren im Krisenmodus – unsere höchste Priorität ist die Sicherstellung der Liquidität und Weiterentwicklung der Unternehmensgruppe unter gegebenen Umständen.

Befindet sich die Genossenschaft in schwerer See?

Zweifelsohne, ja. Die äußeren Umstände haben es notwendig gemacht alle erdenklichen Maßnahmen zu ergreifen, um die Leistungsfähigkeit der Unternehmensgruppe im Sinne der Genossenschaftsmitglieder und aller Mitarbeiter zu gewährleisten. Das ist auch unser größter Antrieb.

Sind Ihre Mitarbeiter und Genossenschaftsmitglieder zum Zeitpunkt des Führungswechsels über den Ernst der Lage im Bilde?

Wir kommunizieren seit Beginn der Corona-Krise sehr transparent und ehrlich über die angespannte wirtschaftliche Lage, welche vor allem den stationären Einzelhandel massiv getroffen hat.

Was hat die Genossenschaft in diese kritische Lage gebracht?

Corona bedingt musste die Genossenschaft über ihr Tochterunternehmen Fashion & Style in den vergangenen zwei Jahren fast neun Monate ihre Geschäfte in Thüringen und Sachsen geschlossen halten. Um die entstandenen finanziellen Verluste teilweise auszugleichen, war das Unternehmen gezwungen, einen KfW-Kredit in Höhe von drei Millionen Euro aufzunehmen. Den müssen wir innerhalb von sechs Jahren tilgen. Und nach kurzzeitiger Erholung von Corona sind wir erneut von Krisen bedroht, die wir nicht aktiv beeinflussen können. Das wirkt sich direkt auf das Konsumverhalten der Kunden aus.

Ist aktuell der Fortbestand der Genossenschaft gefährdet, die im kommenden Jahr ihren hundertfünfzigsten Geburtstag feiern wird?

Dagegen stemmen wir uns mit vereinten Kräften, mit Demut und Engagement. Auch im Wissen, dass die aktuelle Krise mit der Notlage der Genossenschaft zum Zeitpunkt der Wende nicht vergleichbar ist. Damals stand das Ganze auf dem Spiel. Dennoch ist es vor über 30 Jahren gelungen, die Genossenschaft bis in die Gegenwart mit Erfolg zu entwickeln.

Halten Sie es für machbar, innerhalb von sechs Jahren den KfW-Kredit in Höhe von drei Millionen Euro zu tilgen, ohne die Liquidität des Unternehmens weiter zu schwächen?

Der straffe Tilgungsplan sorgt selbstverständlich für zusätzliche Belastungen, die wir stemmen müssen.

Sollte der Staat dem Unternehmen in dieser unverschuldeten finanziellen Notlage zu Hilfe kommen?

Wir wollen nichts geschenkt bekommen. Wir erwarten jedoch, dass der Staat Rahmenbedingungen schafft, die es unserer Genossenschaft ermöglicht, weiterhin erfolgreich zu wirtschaften und unseren Verpflichtungen nachzukommen.

TELEGRAMM



Einkaufsjuwel

Ende Oktober eröffnete der Konsum Hagenow im Zentrum von Wittenburg einen großzügig rekonstruierten Frische Markt. Für die Vergrößerung und Modernisierung dieses 25 Jahre alten Ladenfossils wendete die Genossenschaft 1,3 Millionen Euro auf. Dieses neugestaltete Einkaufsjuwel bietet nicht nur ein klassisches Vollsortiment an Lebensmitteln an, sondern erstmalig auch vegane Erzeugnisse an einem eigens dafür installierten Verkaufstresen. Generell legt der Lebensmittel-Einzelhändler Wert auf ein sich ständig vergrößerndes Angebot von regionalen Erzeugnissen.



Benediktsregeln

Stargast des diesjährigen Mitgliederworkshops der Zentralkonsum eG war der ehemalige Benediktinermönch Anselm Bilgri. Der Unternehmensberater gab den Zuhörern im Verlaufe seines Vortrages einige Anregungen zur Unternehmensführung, die sich an den Codex des Benediktinerordens anlehnen. Dabei beschränkte sich Anselm Bilgri auf drei Punkte. Erstens: Eine gute Kommunikation zwischen den Hierarchien. Zweitens: Management ist keine Position sondern eine Funktion im Dienste der Mitarbeiter. Und drittens: Menschen wahrnehmen und fördern in all ihrer Unterschiedlichkeit.