



KONSUM LEIPZIG

Nahe am Kunden

TAGTÄGLICH pilgern 40 000 Menschen durch die 71 Filialen des Konsum Leipzig. Mindestens so viele erwartet Vorstandschefin Petra Schumann Mitte Juni auf der Festwiese des Leipziger RB-Stadions zum 130. Geburtstag der Genossenschaft.

Unweit von hier wurde das traditionsreiche Unternehmen vor 130 Jahren in der Gaststätte „Zum Dampfschiff“ gegründet: als „Consum-Verein für Plagwitz und Umgebung“. Mit dem Vorsatz, unverfälschte Waren zu fairen Preisen und kontrollierter Qualität zu handeln. Dieses Motiv der Gründungsväter treibt die Genossenschaft mit ihren 31 000 Mitgliedern bis heute um und macht die Stärke des mittelständischen Einzelhändlers für Waren des täglichen Bedarfs aus.

Er hat die wendebedingten Verwerfungen im ostdeutschen Handelsnetz überlebt, weil er sich frühzeitig auf seine Stärken besann und unter dem Slogan „Leben & Genießen“ auf Qualität und Frische mit einem Anteil von bis zu 60 Prozent setzte und sich mit der Region und den hiesigen Arbeitsplätzen identifizierte. Für den Konsum Leipzig



wirtschaftliches Fundament und Zukunftsgarantie zugleich.

In der Messestadt betreibt der Konsum derzeit 44 Filialen von 70 bis 1450 Quadratmeter und hat damit einen Marktanteil von 12 Prozent. Mehr als die Hälfte der Märkte sind maximal 500 Quadratmeter groß. Im Gegensatz zu großen Supermärkten rechnen sich Läden dieser Größe im wohnnahen Bereich und erleben deutschlandweit eine Renaissance im regional verankerten Lebensmittelhandel. Sie sind greifbarer und emotionaler als national agierende Systembetriebe der Marken Aldi, Lidl oder Rewe.

Ein vorzeigbares Beispiel ist der 150 qm große Minimarkt in der Leipziger Karl-Liebknecht-Straße 6b. Die kleine Filiale wurde 2013 von der Fachzeitschrift „Lebensmittel Praxis“ für Wirtschaftlichkeit, Angebot, Service und Kunden-

freundlichkeit zum „Supermarkt des Jahres“ in der Kategorie „Filialisten unter 2000 qm“ gekürt.

Die Leipziger Konsumgenossenschaft, die schwarze Zahlen schreibt und für 2013 einen Jahresumsatz von 107 Millionen Euro ausweist, ist ein lebendiger Teil der Region, für die sich Petra Schumann u. a. im Vorbereitungskomitee für die Jahrtausendfeierlichkeiten Leipzigs im Jahr 2015 sowie mit einem Stifter-Brief in Gold für die Restaurierung des Völkerschlacht-Denkmal engagiert. Ihre unternehmerische Erfahrung ist auch im Leipziger Rathaus gefragt, wo gegenwärtig ein Strategiepapier zur Entwicklung Leipzigs bis 2020 erarbeitet wird.

Ein weiteres Anliegen ist die Förderung sozialer, kultureller und sportlicher Projekte in der Stadt. Ganz im Einklang mit dem genossenschaftlichen Kodex, für das Gemeinwohl zu sorgen. Das wissen die Leipziger Uni-Kinderklinik und die Abteilung Hämatologie und Internistische Onkologie ganz besonders zu schätzen. Mit der Spendenaktion „Einander helfen“ sammelten seit 1994 Kunden, Mitglieder und Mitarbeiter der Genossenschaft mehr als 220 000 Euro. Förderung erfährt auch der Frauen-Handball-Club Leipzig, der sich in der Bundesliga erfolgreich behauptet.

Großen Wert legt die Konsumgenossenschaft auf permanente Kommunikation mit Mitgliedern und Kunden. Das Kundenjournal „Leben & Genießen“, welches monatlich erscheint, informiert über wichtige Themen des Unternehmens. Ein Mittel zur Kundenbindung ist auch der Kunden-Service-Scheck „KUSS“. Bei einem Einkauf ab 25 Euro erhält der Kunde einen Kuss, mit dem er die Möglichkeit hat, bei über 90 Partnern – Autohäusern und Apotheken, Dienstleistern und Freizeitgestaltern – Rabatte zu kassieren.

Mit dem Slogan „Einkaufen lassen statt Einkaufen gehen“ ist auch der Lieferservice des Konsum Leipzig „Lofex“ gut angenommen worden. Ein Internet-Shop, der in Zeiten des demografischen Wandels ein ertragreiches Geschäftsfeld zu werden verspricht. Und last but not least gibt es exklusiv für Konsummitglieder eine Mitgliederkarte, auf der Einkäufe registriert werden. Darauf erhielten die Mitglieder 2012 neben einer Dividende von vier Prozent auf ihre Ein-



DEN MINIMARKT in der Leipziger Karl-Liebnecht-Straße kürte die Fachzeitschrift „Lebensmittel Praxis“ für Angebot und Kundenfreundlichkeit zum Supermarkt des Jahres 2013.



käufe eine Rückvergütung in Höhe von 1,25 Prozent.

Die Nähe zum Kunden steuert die Konsum-Zentrale nicht allein aus Plagwitz im Leipziger Westen, sondern im Zusammenspiel mit ihren Filialen vor Ort. Sie pflegen traditionell enge Beziehungen zu sozialen Einrichtungen am Standort – Kindergärten, Schulen, Altenheime. Als Mitglied des Aufsichtsrates der Zentralkonsum eG in Berlin ist Vorstandschefin Petra Schumann bemüht, die dabei gesammelten Erfahrungen an Kollegen anderer Genossenschaften weiterzugeben.

DIE ZENTRALE des Konsum Leipzig befindet sich am Gründungsort des „Consum-Verein für Plagwitz und Umgebung“ im Jahr 1884.