



FÜLLHORN KARLSRUHE

Schlaraffenland in Mitarbeiterhand

Das *Füllhorn* in Karlsruhe, eine Institution in der Stadt, stand zum Verkauf. Die Marktleitung war erst geschockt, dann aktiv: Seit September gehört der Laden Mitarbeitern und Kunden. Ein Besuch.

An den Tag Ende September 2019 können sich Tina Schäfer und Sabine Vorwald noch genau erinnern. Die Bio-Ladnerinnen wussten, dass dieser Moment irgendwann kommen würde – doch als die vier Inhaber den beiden mitteilten, dass sie das *Füllhorn* in Karlsruhe altersbedingt verkaufen wollen, traf es die Marktleiterinnen wie ein Schlag. „Das war ein Schock mit sämtlichen Stufen: nicht wahrhaben wollen, wütend sein, traurig sein“, sagt Schäfer knapp ein Jahr später bei einer Tasse Kaffee im Büro des Ladens. Das *Füllhorn* wurde inzwischen verkauft, dennoch sind sie und ihre Kollegin bester Dinge. Sie leiten das Geschäft nicht nur weiter, es gehört ihnen auch. Gemeinsam mit Mitarbeitern und Kunden haben sie eine Genossenschaft gegründet und den 980 Quadratmeter



Allein der Naturkosmetik-Bereich ist so groß wie manch kleiner Bio-Laden.

Auf 980 Quadratmetern bietet das Füllhorn seinen Kunden ein umfassendes Bio-Sortiment.



großen Bio-Laden in der Innenstadt gekauft. Finanzielle Unterstützung bekamen sie dabei von den Inhabern, etwa bei der Rechts- und Steuerberatung oder den Werbungskosten. Und auch Großhändler *Dennree*, der den Laden ursprünglich kaufen sollte, half dabei, dass es zu der jetzigen Lösung gekommen ist.

„Wir haben uns schon lange im Voraus Gedanken gemacht, was wir machen, wenn sich die Leitung einmal zurückzieht“, erzählt Vorwald. „Uns war dabei wichtig, dass nicht jemand von außen dazukommt und uns sagt, was wir zu tun haben.“ Mit der jetzigen Genossenschaft, in der jeder nur eine Stimme habe, sei das möglich. Die beiden Bio-Ladnerinnen legen großen Wert auf selbstbestimmtes Arbeiten. „Der Laden hier wurde immer schon stark von Mitarbeiterinnen geführt“, sagt Schäfer,

die bereits seit 23 Jahren im *Füllhorn* arbeitet, die meiste Zeit davon in der Geschäftsleitung. Der Vertrauensvorschuss der Inhaber sei stets sehr groß gewesen.

Umzug war „Glücksfall“

Seit den Anfängen 1982 ist viel passiert. Der Umzug 2002 von einer wenig frequentierten Nebenlage in die Erbprinzenstraße mit ihren Cafés und inhabergeführten Geschäften in der Innenstadt sei „ein absoluter Glücksfall“ gewesen, sagt Schäfer. Nach und nach wurde die Verkaufsfläche erweitert. Zuletzt übernahm *Füllhorn* den angrenzenden Raum eines Herrenausstatters. Statt Mode gibt es dort jetzt unter anderem Naturkosmetik zu kaufen.

Über die Jahrzehnte ist das *Füllhorn* zu einer Institution in Karlsruhe geworden. Bei regelmäßigen Laden-Rundgängen für Schulklassen oder

„Als Kunde entdeckt man hier jeden Tag etwas Neues.“

Sabine Vorwald, Marktleitung

Kitas können Kinder etwas über gesunde Ernährung lernen, der Laden sponsert Events wie lesbisch-schwule Filmtage, einen 24-Stundenlauf für Kinderrechte oder Ferienfreizeiten.

Wer ins *Füllhorn* kommt, fühlt sich wie im Schlaraffenland. „Als Kunde entdeckt man hier jeden Tag etwas Neues“, sagt Vorwald, die seit 2012 an Bord ist. Besonders stolz ist man auf den Frischbereich und die Vielfalt an regionalen Produkten. 40 Prozent der Ware komme aus dem Umland, in erster Linie Obst und Gemüse sowie Molkereiprodukte (*Mopro*) aber auch Wein und Backwaren. „Was uns außerdem von der Konkurrenz abgrenzt, ist unsere Frischfleischtheke mit regionalen Produkten. Die gibt es so nirgendwo anders“, sagt Vorwald. Viele Kunden schätzen dieses Angebot sehr. Mit Konkurrenz meint sie *Alnatura*, *Müller* und *DM*, die Filialen in der Nähe haben. Auch *Aldi*, *Lidl* und *Edeka* haben unweit Ableger, aber die sähe man nicht als Konkurrenz. „Da sind wir einfach zu vielfältig“, sagt Schäfer.

Im *Füllhorn* kaufen alle ein, von ganz jung bis ganz alt, ▶

Die beiden Marktleiterinnen Sabine Vorwald (li.) und Tina Schäfer legen großen Wert auf selbstbestimmtes Arbeiten.



Schnitzer gluten-free



JETZT BESTELLEN



- Große Produktvielfalt mit langem MHD
- Einfaches Handling
- 1/4 Chep Paletten System
- Aufmerksamkeitsstarkes Design

Branche – Ladenportrait

mit wenig Geld und viel Geld. 90 Prozent kommen regelmäßig, Touristen machen trotz der Lage nur einen kleinen Teil aus. Die Stammkundschaft schätzt vor allem die persönliche Nähe, erzählen die Ladnerinnen. Die Füllhorn-Mitarbeiter kennen nicht nur die Namen, sondern auch deren Ernährungsgewohnheiten. Der Austausch führt regelmäßig dazu, dass neue Produkte ins Sortiment aufgenommen werden. An drei Tagen in der Woche liefert Füllhorn Einkäufe auf Wunsch per Fahrradkurier auch bis zur Haustüre der Kunden.

Die Funktion des Marktes gehe jedoch weit über die Lebensmittelnaheversorgung hinaus, sagt Schäfer. „Wir sind eine Kommunikationszentrale und ein Wohlfühlort.“ Kunden seien teilweise eineinhalb Stunden im Laden, einfach auch, weil sie sich eine halbe Stunde mit anderen Leuten, „festschwätzen“, sagt Schäfer in ihrem badischen Dialekt. „Das ist wie auf dem Marktplatz. Wir bräuchten in der Mitte eigentlich nur noch eine große Linde und dann wäre das Dorf perfekt.“

Der Kunde darf nicht alles

An diesem Ort ist der Kunde zwar nicht König, stellt Vorwald klar, „aber er ist Gast und soll sich wohlfühlen“. Probchen gibt es mit Ausnahme an der Käsetheke und bei Antipasti nicht. Stattdessen finden immer mal wieder Verkostungen neuer Produkte statt. Die Philosophie im Füllhorn: Arbeit muss Spaß machen, Bio muss Spaß machen, Ernährung muss Spaß machen, und alle sind eine große Familie.

Mit der Genossenschaftsgründung ist die Familie noch ein Stückchen enger zusammengewachsen. Die große

„Wir sind eine
Kommunikationszentrale
und ein
Wohlfühlort.“

Tina Schäfer,
Marktleitung



Üppiges Angebot: Die große Fleisch- und Wursttheke bietet auch viele regionale Produkte.

Mehrheit der 450 Mitglieder sind Kunden. Sie halten mindestens zwei Anteile von jeweils 500 Euro an *Füllhorn*. „Was gibt es Besseres zur Kundenbindung als Kunden, denen ein Teil des Ladens gehört?“, fragt Schäfer rhetorisch. Es ist ein Modell, dass Vorwald auch bei kleineren Läden für möglich hält, „wenn die Beziehung zu den Kunden gut ist.“

Fürs erste wird die Familie nicht weiterwachsen. Es gibt eine Warteliste für weitere Mitglieder. Das *Füllhorn* hat in der ersten Finanzierungsrunde genügend Geld eingesammelt, um neben dem Kauf

des Ladens auch notwendige Investitionen zu tätigen. Ein Großprojekt: Die Modernisierung der Mopro-Kühlung für rund 200.000 Euro. Geplant ist außerdem eine „adäquate Bezahlung“ der Mitarbeiter, so Vorwald. Und dann muss auch noch die Gründung der Genossenschaft mit allen Mitgliedern gefeiert werden. Das war wegen der Pandemie nicht möglich und soll nun im September nachgeholt werden – inklusive großer Geburtstagsparty zum einjährigen Bestehen. ◀

Text: Michael Stahl

Zahlen – Daten – Fakten

Inhaber: Das *Füllhorn* ist seit dem 1. September 2020 genossenschaftlich organisiert. Marktleitung: Tina Schäfer, Sabine Vorwald

Adresse: Erbprinzenstraße 27, 76133 Karlsruhe

Öffnungszeiten: Montag bis Freitag: 9-20 Uhr; Samstag 9-18 Uhr

1982: Gründung

2002: Umzug in die Erbprinzenstraße und insgesamt drei Erweiterungen von 800 auf auf 980 Quadratmeter

Produkte: ca. 12.000

Mitarbeiter: 36 Vollzeitstellen, aufgeteilt auf 70 Mitarbeiter.

Großhändler: Dennree, Biogarten, Pural, Rinklin-Naturkost, Handelskontor Willmann

NEU

cmd
NATURKOSMETIK®

MUND- & ZAHNPFLEGE

mit Bio Teebaumöl oder Bio Grüntee-Extrakt
auch für empfindliche Zähne und Zahnhäse



➔ FÜR EIN GESUNDES & STRAHLENDES LÄCHELN

Lernen Sie unsere natürliche Mund- und Zahnpflege mit antibakteriellen und entzündungshemmenden Inhaltsstoffen kennen. Für eine hygienische und wirkungsvolle Reinigung. Neues Design, alte Rezeptur! Jetzt auch als praktische Kleingrößen erhältlich. Fordern Sie jetzt kostenloses Infomaterial an!

facebook.de/
cmdnaturkosmetik

instagram.com/
cmd_naturkosmetik

crueltyfree
andvegan

www.cmd-natur.de

NATURAL COSMETICS STANDARD
zertifizierte
Naturkosmetik

100%
vegan
viele vegane
Pflegeprodukte