

Pressemitteilung

Geschäftsjahr 2024/2025: GLOBUS Gruppe zieht positive Bilanz

St. Wendel, 11. November 2025. Die GLOBUS Gruppe zeigt im Geschäftsjahr 2024/2025 (01.7.2024-30.06.2025) eine solide operative Entwicklung und kann sich vor Sondereinflüssen mit einem deutlich verbesserten EBIT bei einer insgesamt stabilen Bruttoumsatzentwicklung behaupten. Like-for-like (d.h. vor Sondereffekten und unter Angleichung der Vorjahreszahlen, sodass Russland zu jeweils sechs Monaten enthalten ist) erreichte die GLOBUS Gruppe einen deutlichen Ergebnisanstieg von 4,3 Prozent auf 254,8 Mio. Euro. Die Bruttoumsätze liegen mit 8,81 Mrd. Euro leicht über Vorjahr (+0,4 Prozent/+0,9 Prozent ohne Tankstellengeschäft).

Im Geschäftsjahr 2024/2025 hatte sich die GLOBUS Gruppe strategisch neu ausgerichtet und zum Jahresende 2024 die russischen Lebensmittelmärkte abgespalten, um sich ausschließlich auf ihr Geschäft in Deutschland, Tschechien und Luxemburg zu konzentrieren. Daneben hatte GLOBUS in der zweiten Geschäftsjahreshälfte 2024/2025 vier Standorte abgegeben. In der Folge sind Umsatz und Ergebnis der Gruppe nicht direkt mit dem Vorjahr vergleichbar.

„Wir können auf ein operativ und strategisch erfolgreiches Geschäftsjahr zurückblicken und die Ergebnisse in allen Sparten steigern“, zeigte sich Matthias Bruch, geschäftsführender Gesellschafter der GLOBUS Gruppe anlässlich der Vorstellung der Bilanzzahlen am heutigen Dienstag zufrieden. „In dynamischen Zeiten, wie wir sie aktuell erleben, sind Flexibilität, Reaktions- und Anpassungsfähigkeit entscheidend und werden zum bedeutenden Wettbewerbsfaktor. Wir begegnen diesen Anforderungen mit Unternehmertum vor Ort und eröffnen unseren Mitarbeitern Gestaltungsräume, um eigenverantwortlich und kreativ die bestmöglichen Lösungen im Sinne unserer Kunden zu finden. Damit streben wir die maximale Leistung an jedem Standort an - für unsere Kunden, aber auch mit Blick auf die wirtschaftliche Entwicklung.“

GLOBUS Hypermärkte: Local-Hero-Ansatz bleibt zentraler Erfolgsfaktor

Die GLOBUS Hypermärkte konnten im abgelaufenen Geschäftsjahr trotz Abgabe von vier Standorten in Deutschland ihre Bruttowarenumsätze like-for-like positiv weiterentwickeln und um 1,2 Prozent auf 6,8 Mrd. Euro steigern.

Als zentraler Erfolgsfaktor der Sparte erwies sich einmal mehr der Local-Hero-Ansatz mit einzigartiger, lokal ausgerichteter Sortimentsvielfalt, eigener handwerklicher Herstellung vor Ort, regionaler Verbundenheit und unternehmerisch geführten Hypermärkten. Besonders eindrucksvoll zeigte dies die GLOBUS Markthalle in Koblenz-Bubenheim auf, die im Mai 2025 den Branchenwettbewerb zum „Supermarkt des Jahres“, einer der wichtigsten Wettbewerbe im Lebensmitteleinzelhandel, für sich entscheiden konnte. Und auch beim Kundenmonitor 2025, Deutschlands wichtigster jährlicher Verbraucherbefragung, belegten die GLOBUS Markthallen mit der Gesamtnote 1,88 einmal mehr den Spitzenplatz unter den großflächigen Lebensmittelhändlern.

Maximale Leistung am einzelnen Standort sichert nachhaltiges Wachstum

Der anhaltend hohe Kundenzuspruch spiegelt sich zudem wirtschaftlich in der Umsatzentwicklung der jüngsten Vergangenheit wider: In den vergangenen drei Jahren konnten die GLOBUS Hypermärkte in Deutschland und Tschechien auch flächen- und währungsbereinigt deutliche Zuwächse von durchschnittlich acht Prozent verzeichnen. Potenzial für Wachstum an bestehenden Standorten schöpft GLOBUS aus der konsequenten Weiterentwicklung von Frische und Eigenproduktion, innovativen Flächenkonzepten sowie zusätzlichen E-Commerce-Angeboten. In Tschechien etwa betreibt das Unternehmen ergänzend zu seinen Hypermärkten inzwischen drei „GLOBUS Bistros“ und eröffnete erst im Oktober den bereits vierten „GLOBUS Fresh“-Kleinflächenmarkt. Ein Onlineshop verbunden mit einem Click&Delivery-Angebot verlängert das Angebot am Standort in die digitale Welt. Bestellen können die Kunden ihre Ware an mittlerweile jedem tschechischen Standort – aus einer Auswahl von knapp 20.000 Artikeln, bis hin zu den Speisen aus den GLOBUS-eigenen Restaurants. Die Auslieferung übernehmen die Plattformen Foodora und Wolt, an einzelnen Standorten sogar innerhalb von nur 60 Minuten. Daneben fokussierten die Hypermärkte im abgelaufenen Geschäftsjahr die qualitative Standortentwicklung, etwa durch energetische und nachhaltige Modernisierungsmaßnahmen, sowie den Ausbau und die Erneuerung der strategisch wichtigen Fachmetzgereien, Meisterbäckereien und Gastronomien, etwa in Losheim und Forchheim. Ihre Expansion setzen die GLOBUS Hypermärkte mit besonderem Fokus auf bestehende Verdichtungsräume fort. In Trier hat GLOBUS zu Beginn des laufenden Geschäftsjahres seinen Bauantrag eingereicht und erwartet in Kürze die Baugenehmigung für eine neue Markthalle, in Tschechien ist zudem ein zweiter Hypermarkt in Brunn (Brno) geplant. „Ziel ist es, mit unserem einzigartigen GLOBUS Konzept an möglichst vielen zum Unternehmen passenden Standorten für die Kunden vor Ort zu sein und so einen Beitrag zur Entwicklung der GLOBUS Gruppe zu leisten“, so Matthias Bruch.

GLOBUS Baumärkte: Fokus auf operative Exzellenz rückt Kundenerlebnis in den Mittelpunkt

Die Bruttoumsätze der GLOBUS Baumärkte sind im Geschäftsjahr 2024/2025 angesichts einer weiterhin verhaltenen Konsumstimmung und analog dem momentan rückläufigen Branchentrend leicht auf 2,0 Mrd. Euro zurückgegangen. Dennoch konnte die Unternehmenssparte eine Ergebnissteigerung verzeichnen, unter anderem durch eine Neuaufstellung des Onlinegeschäfts. Im zweiten Halbjahr war die Umsatzentwicklung der GLOBUS Baumärkte – auch durch das erfreuliche Frühjahrsgeschäft – besser als die der Branche und somit konnten Marktanteile gewonnen werden.

Mit Blick in die Zukunft investierten die GLOBUS Baumärkte im abgelaufenen Geschäftsjahr insbesondere in die Modernisierung bestehender Baumärkte sowie in digitale Zukunftsfelder, wie die GLOBUS Baumarkt App. Zu den beiden größten Investitionsmaßnahmen zählten die Komplettumbauten der Märkte in Rottenburg am Neckar, der Anfang Oktober seine Neueröffnung feiern konnte, sowie in Zweibrücken. Wie in Rottenburg werden auch in Zweibrücken ein vollständig neues Ladenbaukonzept umgesetzt sowie zusätzliche Serviceleistungen eingerichtet. „Die kontinuierliche Pflege und Modernisierung unserer Häuser ist für uns entscheidender Erfolgsfaktor, um unsere Marktposition langfristig zu sichern“, so Matthias Bruch. Mit Baumarkt-Onlineshop und App nutzen die GLOBUS Baumärkte zudem verstärkt digitale Services, um auf das stationäre Angebot aufmerksam zu machen: Für inzwischen 27 Märkte ist im Onlineshop ein Produktfinder aufgeschaltet, zudem lädt eine neue

Chat-Funktion auch im Netz zur Beratung ein. Die mehr als eine Million Nutzer zählende GLOBUS Baumarkt Bonuskarte und die GLOBUS Baumarkt App wurden noch enger verzahnt und mit umfassenden Services, Aktionen und Rabatten verknüpft.

Zum 14. Mal in Folge „bester Baumarkt Deutschlands“

Aus Kundensicht bleibt GLOBUS Baumarkt der „beste Baumarkt Deutschlands“, das bestätigte im Juli zum 14. Mal in Folge die renommierte Baumarkt-Studie des Fachmagazins diy. In der breit angelegten Verbraucherumfrage überzeugen die GLOBUS Baumärkte insbesondere in den Bereichen Mitarbeiter, Qualität und Service, Sortimentsauswahl, Einkaufsatmosphäre sowie unternehmerische Verantwortung. Bei insgesamt 31 von 47 Einzelkriterien belegen sie den ersten Platz und erreichen damit die höchste Gesamtwertung. Die GLOBUS Baumärkte genießen ein hervorragendes Preis-Leistungs-Image und behaupten sich damit sogar im Umfeld der Baumarkt-Discounter. Darüber hinaus werden sie im Wettbewerbervergleich als besonders nachhaltiges und glaubwürdiges Unternehmen wahrgenommen, das seinen Mitarbeitern die besten Arbeitsbedingungen bietet.

Über die GLOBUS Gruppe

Die familiengeführte GLOBUS Gruppe mit Sitz im saarländischen St. Wendel blickt auf eine Unternehmensgeschichte von fast 200 Jahren zurück. 1828 von Franz Bruch, dem Ur-Ur-Ur-Großvater des heutigen geschäftsführenden Gesellschafters Matthias Bruch, als Kolonialwarenhandlung gegründet, entwickelte sich das Unternehmen im Laufe der 1950er Jahre zu einem der ersten Cash- & Carry-Märkte in Deutschland. 1966 eröffnete in Homburg-Einöd der erste großflächige Verbrauchermarkt mit Selbstbedienung. 1982 folgte der erste GLOBUS Baumarkt in Gensingen in Angliederung an das dortige SB-Warenhaus. Den ersten „alleinstehenden“ Baumarkt eröffnete GLOBUS 1986 in Zweibrücken. Heute vereint die GLOBUS Gruppe unter ihrem Dach die GLOBUS Hypermärkte in Deutschland und Tschechien sowie die GLOBUS Baumärkte in Deutschland und Luxemburg. Die Unternehmensgruppe beschäftigt in ihren 77 Hypermärkten sowie 90 Baumärkten mehr als 34.000 Menschen, davon knapp 28.000 in Deutschland.