



Presse-Information

Globus-Gruppe steigert Umsatz deutlich auf über 7,5 Mrd. Euro

St. Wendel, 16. Oktober 2017. Die Globus-Gruppe schließt das zurückliegende Geschäftsjahr 2016/2017 (1.7.2016 bis 30.6.2017) mit einem Umsatz von 7,52 Mrd. Euro ab. Im Vergleich zum Vorjahr kann die Gruppe ihren Umsatz damit um 438,2 Mio. Euro (6,2 Prozent) steigern und erreicht ein EBIT von 268 Mio. Euro (4,1 Prozent des Nettoumsatzes). „Wir haben uns in der Leistung für unsere Kunden und in unserer Produktivität weiterentwickelt. Wachstumsmotor sind nach wie vor die Globus Baumärkte und Globus Russland. Die Entwicklungen der SB-Warenhäuser und von Globus Tschechien zeigen, dass wir auf dem richtigen Weg sind“, sagt Christian Heins, Geschäftsführer Finanzen der Globus-Holding. Im Vergleich zum Vorjahr stieg der Umsatz der Globus Baumärkte um 5,2 Prozent auf 1,7 Mrd. Euro. 3,3 Mrd. Euro des Gesamtumsatzes entfallen auf die deutschen SB-Warenhäuser, die mit 1,6 Prozent ein stabiles Umsatzwachstum verzeichnen. Globus Russland verbucht einen Umsatz von 1,4 Mrd. Euro (95,95 Mrd. russische Rubel) und legt somit um mehr als 25 Prozent (exklusive Kurseffekte 11,7 Prozent) zu. Globus in Tschechien steigert seine Umsätze im Vergleich zum Vorjahr um 19,3 Mio Euro auf 971 Mio. Euro (ohne Baumärkte 953 Mio. Euro). „Wir sehen unseren Gewinn als Saatgut für die Zukunft: Er bleibt im Unternehmen und dient als Grundlage für Investitionen, die es uns ermöglichen, auf der Höhe der Zeit zu bleiben. Einen wachsenden Teil haben wir wiederum an die über 9.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ausgeschüttet, die am Unternehmen beteiligt sind“, so Thomas Bruch, geschäftsführender Gesellschafter der Globus-Gruppe.

Globus SB-Warenhäuser

Zukunftsfähig aufgestellt

Dass die Globus SB-Warenhäuser mit ihrer Zukunftsausrichtung richtig liegen, zeigt der im September 2016 eröffnete Standort Rüsselsheim-Bauschheim. Knapp ein Jahr nach der Eröffnung liegen die Umsätze dort deutlich über Plan. „In Rüsselsheim haben wir es geschafft, Einkaufsatmosphäre und Aufenthaltsqualität noch einmal zu steigern“, sagt Johannes Scupin, Sprecher der Geschäftsführung der Globus SB-Warenhäuser. Denn an vielen Stellen lädt der neue Globus-Markt mit gemütlichen Bistros zum Verweilen und Genießen hausgemachter Produkte ein. Besonders gut kommt bei den monatlich rund 100.000 Kunden das neue Convenience-Konzept an: Auf 15 Metern Länge bietet Globus Rüsselsheim an der „Genuss-Manufaktur“ fertige und halb-fertige Mahlzeiten aus der eigenen Gastronomie an. „Wir haben die Entscheidung getroffen, die Bereiche Food und Nonfood zu trennen. Von unseren Kunden wird das sehr begrüßt. Denn wer gerade nur Lebensmittel einkauft, kann auch den direkten Weg zur Kasse wählen, ohne den Nonfood-Bereich zu durchqueren“, berichtet Johannes Scupin. Großen Anklang findet auch die bodentiefe Verglasung der Meisterbäckerei, durch die die Kunden den Bäckern bei ihrer Arbeit jederzeit einen Blick über die Schulter werfen können. Im zurückliegenden Geschäftsjahr haben die Globus SB-Warenhäuser dieses Aushängeschild in drei weiteren Betrieben realisiert und backen nun in insgesamt 35 Märkten selbst. Hinzu kamen außerdem fünf



Sushi-Bars, vier Salatbars sowie die Umstellung auf das neue Front-Cooking-Konzept der Globus-Restaurants in Leipzig, Maintal, Hermsdorf und Gera. Wichtiger und essentieller Bestandteil bleibt weiterhin das Nonfood-Geschäft. Mit ausgewählten, lebensmittelnahen Sortimenten, Markenartikeln und einzigartiger Vielfalt hat sich Globus in diesem Bereich ein Alleinstellungsmerkmal geschaffen. In Saarlouis eröffnete Globus unterdessen die modernste Waschanlage im Saarland mit zwei 40 Meter langen Textilwaschstraßen.

Globus Baumärkte

Starker stationärer Handel erfolgreich verzahnt mit E-Commerce

Mit insgesamt 91 Standorten bleiben die Globus Baufachmärkte weiter auf Wachstumskurs und beweisen eindrucksvoll, dass der stationäre Handel im Baumarktbereich auch weiterhin große Chancen hat. „Wir bieten auf der Fläche Leistungen, die es so nur exklusiv vor Ort gibt. Das macht den Unterschied“, sagt Erich Huwer, Sprecher der Geschäftsführung der Globus Fachmärkte. Im Dezember 2016 eröffnete in Saarlouis das neue Flaggschiff der Globus Baumärkte, bei dem dies besonders deutlich wird: Beispielsweise werden Sicherheitslösungen, Bodenbeläge, Tapeten und Arbeitskleidung innovativ und übersichtlich nach Themen präsentiert. Das klassische Baumarktsortiment wird durch Sortimentsbereiche wie Fahrrad und Fahrradzubehör sowie altersgerechte Assistenzlösungen ergänzt. Neben Anlieferservice, kostenlosem Holzzuschnitt und Anhängerleih gibt es einen Gasflaschenautomaten, an dem die Kunden rund um die Uhr Gasflaschen kaufen, austauschen oder zurückgeben können, sowie eine Ladestation für E-Bikes und eine Tankstelle für Elektrofahrzeuge. Der Globus Baumarkt Online-Shop zeigt unterdessen, dass stationärer Handel und E-Commerce erfolgreich miteinander verzahnt werden können. Knapp zwei Jahre nach seinem Start generiert der Online-Shop einen so hohen Umsatz wie ein durchschnittlicher stationärer Markt. Ihre Expansion führten die Globus Baufachmärkte im August 2017 mit der Eröffnung ihres 91. Globus Baumarktes in Rüsselsheim-Bauschheim fort.

Globus Russland

Rasante Entwicklung geht weiter

Die Globus-Märkte in Russland können ihre Marktposition weiter ausbauen: Nach der Eröffnung des Standortes Odinzowo sind die Bauarbeiten für den nächsten Markt in Kotelniki bereits in vollem Gange. Damit konzentriert sich Globus weiterhin auf den Großraum Moskau, mit der Eröffnung von ein bis zwei Standorten treibt das Unternehmen die dortige Expansion gezielt voran. „In Kotelniki realisieren wir bereits die dritte Generation unseres Globus-Vertriebstyps, passgenau zugeschnitten auf die Wünsche und Bedürfnisse der russischen Kundschaft“, sagt Volker Schaar, Sprecher der Geschäftsführung Globus Russland. Dass die Kunden auch in den russischen Märkten stets im Fokus stehen, beweist Globus mit seinem besonderen Gespür für allgemeine Trends und regionale Vorlieben: Russische Kunden schätzen die lose Ware bei Globus, gefrorenen Fisch oder Gemüse wiegen sie am liebsten selbst ab. Der steigenden Nachfrage nach gesunder und Spezial-Ernährung wird Globus mit der Bio-Eigenmarke „Vita“ sowie einer großen Auswahl an glutenfreien Produkten gerecht. Nach Tschechien und Deutschland hat Globus Russland im Frühjahr 2017 das Selfscanning-System „Scan&Go“ eingeführt und sorgt damit für weiteren Komfort beim Einkauf. Für Januar 2018 ist zudem die Einführung eines digitalen Kunden-Loyalitätsprogrammes geplant. Am Standort Krasnogorsk testet Globus ab November 2017 erstmalig ein Click-und-Collect-Angebot mit dem Ziel, vier Monate später auch in die Auslieferung zu gehen.



Globus Tschechien

Food-Sortimente und Eigenproduktion rücken in den Fokus

„Unser Ziel ist es, Qualität und Sortimentsbreite weiter auszubauen und insbesondere die Kompetenz unserer Eigenproduktionsbereiche noch mehr hervorzuheben“, sagt Hans-Jörg Bauer, Sprecher der tschechischen Globus-Geschäftsführung. „Der Trend geht auch in Tschechien immer mehr hin zu einer bewussten Ernährung. Wir sind Vorreiter, wenn es um die entsprechenden Lebensmittel geht.“ Mit dem Shop-in-Shop-Konzept „Gesunde Welt“ beispielsweise hat Globus Tschechien in elf seiner 15 Standorte eine Sonderfläche mit mehr als 1.300 Bio- und Raw-Produkten, veganen sowie laktose- und glutenfreien Lebensmitteln eingerichtet. Seine Wahrnehmung als produzierender Händler stärkt Globus durch die ständige Modernisierung und Weiterentwicklung seiner Metzgereien, Bäckereien und Gastronomien, wie beispielsweise in Cerny Most, Olomouc und Opava. Mit der Eröffnung im Markt Pardubice ist zudem der Roll-out des Globus-Cafés in allen tschechischen Märkten abgeschlossen. Im Zuge der Fokussierung auf den Food-Bereich hatte Globus Tschechien im vergangenen Geschäftsjahr seine drei Baufachmärkte in Brno, Pardubice und Chomutov aufgegeben und zum Teil veräußert. Ein Teil der Erlöse fließt in die Einführung und Weiterentwicklung moderner Technologien, die den Einkauf noch bequemer machen sollen. Als erster Unternehmensbereich der Globus-Gruppe hat Globus Tschechien den Roll-out von „Scan&Go“ erfolgreich abgeschlossen und führt noch in diesem Jahr die Applikation „Scan&Go Handy“ ein. Mit dem im Sommer 2016 gestarteten Wein-Online-Shop „Vinoteca“ hat Tschechien zudem erfolgreich den Einstieg in den Online-Handel gemeistert.

Immobilien

„Unsere Märkte sind Maßanfertigungen“

Anhaltend hohe Investitionen im Bereich Immobilien unterstreichen die Überzeugung der Globus-Gruppe, dass Funktionalität und Ausstrahlung eines Marktes Teil des Erfolges sind. „Unsere Märkte sind Unikate und optimal auf die Wünsche und Bedürfnisse der Menschen vor Ort abgestimmt“, sagt Christian Heins, Globus-Geschäftsführer für Finanzen. Gleichmaßen gehört dazu die Werterhaltung der Immobilien. In St. Wendel etwa wird das Stammhaus aktuell bei laufendem Betrieb kernsaniert. Parallel treiben die SB-Warenhäuser die Expansion weiter voran: Im September 2016 eröffnete der neueste Markt in Rüsselsheim, die Umflagung einer bestehenden Centerfläche in Chemnitz läuft bereits auf Hochtouren. In Merzig, Homburg und Heusweiler wurden derweil drei ehemalige hela-Märkte erfolgreich auf das Globus Baumarkt-Konzept umgestellt, im laufenden Geschäftsjahr folgen Achern und Weinheim. Mit der Eröffnung der Baumärkte in Saarlouis und Rüsselsheim erfüllten die Globus Baumärkte das selbstgesteckte Ziel von ein bis zwei Neueröffnungen pro Jahr. Während bei Globus in Tschechien die Einführung einer übersichtlicheren Marktgestaltung durch Shop-in-Shop-Modelle in den Vordergrund rückt, verlangt die steigende Anzahl der Märkte in Russland nach weiteren Logistikflächen. In Sofrino mietet Globus inzwischen 45.000 Quadratmeter Lagerfläche. Der Baubeginn für ein eigenes Logistikzentrum ist für 2018 vorgesehen. Aktuell ist in Russland der Bau der 13. Standortes in Kotelniki in vollem Gange. Neben zahlreichen Neuheiten bei Architektur, Regalbau und Wegeführung steht die Nachhaltigkeit beim Bau im Mittelpunkt des neuen Marktes. Ziel ist es, den Markt, wie bereits in Odinzowo, mit dem internationalen Nachhaltigkeitszertifikat BREEAM zertifizieren zu lassen.



Investitionen

Stabiles Investitionsniveau

Mit Investitionen von über 300 Millionen Euro hielt die Globus-Gruppe ihr hohes Investitionsniveau auch im Geschäftsjahr 2016/2017. Neben der Eröffnung des neuen Marktes in Rüsselsheim flossen die Investitionen der SB-Warenhäuser von fast 38 Millionen Euro zu großen Teilen in Umbau- und Renovierungsprojekte sowie den Ausbau der Frische-Kompetenz: Insgesamt 12 Meisterbäckereien, Sushibars und Salatbars sowie ein neues Asia-Konzept in Ludwigshafen eröffneten im zurückliegenden Geschäftsjahr. 31,5 Millionen Euro investierten die Fachmärkte u. a. in die Umflaggung der hela-Standorte Merzig, Homburg und Heusweiler sowie in die Neubauten in Saarlouis und Rüsselsheim-Bauschheim. In Russland flossen rund 80 Millionen Euro in den Neubau in Odinzovo, die Grundstückssicherung und den Neubau in Kotelniki sowie den konsequenten Ausbau des Vertriebsnetzes. Mehr als 14 Millionen Euro investierte Globus Tschechien insbesondere in den Ausbau des Frische-Bereichs sowie in technische Entwicklungen.

Mitarbeiter

„Unser Erfolg hängt entscheidend mit unseren Mitarbeitern zusammen“

Fast 44.700 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beschäftigte die Globus-Gruppe im Geschäftsjahr 2016/17, davon mehr als 18.500 in den deutschen SB-Warenhäusern, über 8.600 in den Globus Fachmärkten, rund 9.800 bei Globus in Russland und 7.700 in Tschechien. Jeder einzelne Mitarbeiter ist für das Unternehmen ein Erfolgsfaktor. „Der Kerngedanke von Globus ist der Gedanke vom 'unternehmerischsten Unternehmen'. Wir wollen ein Unternehmen sein, dessen Entwicklung nicht nur von einigen wenigen, sondern von vielen getragen wird. Bei uns hängt der Erfolg entscheidend mit dem zusammen, was unsere Kolleginnen und Kollegen jeden Tag leisten“, sagt Thomas Bruch, geschäftsführender Gesellschafter der Globus-Gruppe. Damit die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ihre Fähigkeiten zur Geltung bringen und ihre Aufgaben erfolgreich wahrnehmen können, schafft das Unternehmen umfassende Gestaltungsräume und Entwicklungsmöglichkeiten. Im zweiten Lehrjahr beispielsweise nehmen die Auszubildenden der SB-Warenhäuser an einem mehrtägigen künstlerischen Workshop teil, dem KulturStart. Dort lernen sie den Blick über den Tellerrand kennen und entdecken Fähigkeiten an sich, die sie vorher nie für möglich gehalten hätten.

Auszeichnungen

Vielfältige Auszeichnungen würdigen das Globus-Engagement

„Unsere Mitarbeiter arbeiten an einer Vielzahl von Projekten, um den Gedanken der gesellschaftlichen Verantwortung nach außen zu tragen und sich für ihre Kollegen, ihre Kunden und ihre Region zu engagieren“, sagt Thomas Bruch, geschäftsführender Gesellschafter der Globus-Gruppe. Für ihr soziales Engagement wurden die SB-Warenhäuser im Geschäftsjahr 2016/2017 mit dem CSR Job Award des Beratungsunternehmens CSR Jobs & Companies ausgezeichnet. Die Globus-Märkte Saarlouis und Limburg erhielten den saarländischen Inklusionspreis „Chance für Alle im Arbeitsleben“ sowie den hessischen „Landespreis für beispielhafte Beschäftigung und Integration schwerbehinderter Menschen“. Die Ergebnisse des Kundenmonitors 2017 unterstreichen einmal mehr die Globus-Stärken: In insgesamt 15 Kategorien, u. a. „Weiterempfehlungsabsicht“ und „Wettbewerbsvergleich Service“, belegen die SB-Warenhäuser Platz 1. Auch die Globus Baumärkte



erreichten beim Kundenmonitor Bestnoten und erhielten u. a. die höchste Bewertung in der Kategorie „Globalzufriedenheit“ seit Beginn der Branchenmessung. Als einziges deutsches Handelsunternehmen wurden die Globus Baumärkte zudem sowohl mit der ISO-Norm für Arbeits- und Gesundheitsschutz als auch für Umweltschutz und Nachhaltigkeit sowie für ihre Energieeffizienz zertifiziert. Globus Russland setzt beim Bau seiner neuen Standorte verstärkt auf nachhaltige und ökologische Aspekte, der neueste Markt in Odizovo erhielt dafür das internationale Nachhaltigkeitszertifikat BREEAM. Für besondere Servicequalität und ein breites und tiefes Sortiment kürte die „Diamantenliga der Qualität“, ein Programm des tschechischen Ministeriums für Handel und Industrie und des Verbandes für Handel und Tourismus, den tschechischen Markt Prag-Zlicín zum „Sieger der Diamantenliga“, den Markt in Ostrava sogar zum „Absoluten Sieger der Diamantenliga“.