



## Presse-Information

### **Globus-Gruppe legt im ersten Geschäftshalbjahr 2017/18 weiter zu**

**Umsatz der Globus-Gruppe steigt auf 3,89 Mrd. Euro**

**Globus SB-Warenhäuser überzeugen anhaltend mit Eigenproduktion und Regionalität**

**Globus Baumarkt erneut zum kundenfreundlichsten Baumarkt gewählt**

**Globus Russland weiter erfolgreich auf Expansionskurs**

**Globus Tschechien baut Eigenproduktion aus**

St. Wendel, 18. April 2018. Die Globus-Gruppe beendet das erste Geschäftshalbjahr 2017/18 (1.7.2017 bis 31.12.2017) mit einem Umsatz von 3,89 Mrd. Euro (+2,3 Prozent) und einem EBIT von 189,8 Mio. Euro (+16,8 Prozent). Dabei halten die deutschen Globus SB-Warenhäuser ihren Umsatz auf 1,7 Mrd. Euro und verzeichnen eine moderate Vorwärtentwicklung (+0,5 Prozent like for like). Die Globus Baufachmärkte legen mit einem Umsatz von 855,3 Mio. Euro (+2,1 Prozent) weiter zu. In Tschechien verzeichnen die 15 Globus-Standorte einen Umsatz von 13,9 Mrd. Kronen und wachsen leicht um 0,1 Prozent. Bei Globus in Russland stehen die Weichen weiterhin auf Expansion: Die inzwischen 13 Standorte verzeichnen im ersten Geschäftshalbjahr einen Umsatz von 51 Mrd. Rubel und schaffen erneut ein Umsatzwachstum von 5,5 Prozent. In Neu- und Umbauten sowie die Instandhaltung der Bestandsimmobilien investierte die Globus-Gruppe im ersten Halbjahr mehr als 200 Mio. Euro, deutlich mehr als im Vorjahr. Zum 31.12.2017 zählte die Arbeitsgemeinschaft Globus insgesamt mehr als 45.300 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, davon rund 19.200 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den deutschen SB-Warenhäusern, 8.600 in den Fachmärkten, 7.700 in Tschechien und 9.800 in Russland.

### **Globus SB-Warenhäuser überzeugen anhaltend mit Eigenproduktion und Regionalität**

„Wir befinden uns mit einem leichten Like-for-Like-Wachstum in einer moderaten, aber zufriedenstellenden Vorwärtentwicklung“, berichtet Johannes Scupin, Sprecher der Geschäftsführung Globus SB-Warenhaus. „Misst man die SB-Warenhäuser am gesamten deutschen Lebensmitteleinzelhandel ohne Discount, liegt Globus nach GfK-Daten leicht oberhalb der Marktentwicklung.“ Auch in Zukunft setzt Globus auf den Ausbau seiner Eigenproduktions- und Frischebereiche, zudem erarbeitet das Unternehmen neue Ansätze für das Nonfood-Geschäft; der neueste Markt in Rüsselsheim dient dafür als Vorbild und Basis. Besonders regional sind die Globus SB-Warenhäuser stark aufgestellt und punkten als „local hero“ mit speziell für ihren Standort und ihre Kunden entwickelten Ideen. Die Globus-Märkte in Bayern beispielsweise führen mit „So schmeckt Bayern“ eine selbstentwickelte, exklusive Bio-Eigenmarke aus der Region für die Region. An den Standorten Losheim, St. Wendel und Mühldorf eröffneten im ersten Halbjahr drei weitere Globus-Restaurants mit modernem Front Cooking-Konzept, insgesamt 17 Betriebe verfügen mittlerweile über eine eigene Sushi-Bar und mit Völklingen und Dutenhofen betreiben nun insgesamt 39 Standorte erfolgreich die Salat-Bar. Mit der Kundenkarte „Mein Globus“ gelang Globus zudem erfolgreich die Einführung eines eigenen Loyalty-Programms. Die „Mein Globus“-Karte führt das bestehende Tankeschön-Programm, das Selfscanning-System Scan&Go und die Kundenclubs wie den Wein- oder Weltentdecker-Club zusammen. Im laufenden Geschäftsjahr soll ihre Funktion um ein Bonuspunkte-Programm erweitert werden. Im Chemnitzer Einkaufszentrum Neefepark sind derweil die Umbauarbeiten für das 47. Globus SB-Warenhaus angelaufen. Die Eröffnung ist für das Frühjahr 2019 vorgesehen.



## **Globus Baumarkt erneut zum kundenfreundlichsten Baumarkt gewählt**

Zum neunten Mal in Folge wählten die Befragten der Baumarktstudie 2018 des Dähne-Verlags in Zusammenarbeit mit Konzept & Markt die Globus Baumärkte zum kundenfreundlichsten Baumarktunternehmen in Deutschland. Auch beim Kundenmonitor Deutschland 2017 gab es von Kunden für die Globus Baumärkte im Wettbewerbsvergleich die mit deutlichem Abstand beste Bewertung. Die Studienergebnisse beweisen, dass die Baumarktkunden die Kundenorientierung, die bei Globus Baumarkt zu den wichtigsten Pfeilern der Unternehmensstrategie gehört, außerordentlich schätzen. Diesem Gedanken trägt auch der im August 2017 eröffnete 91. Globus Baumarkt in Rüsselsheim Rechnung. Neben einer modernen Warenpräsentation findet der Kunde dort die einmalige und ungewöhnliche Abteilung "Komfortartikel" mit Sortimenten aus den Bereichen Mobilität, Alltagshilfen, Diagnostik, Wellness und Sanitär, das innovative Konzept der "Sicherheitsstraße" rund um die Themen Hausvernetzung und Haussicherheit sowie ein fachspezifisches Angebot an Fahrrädern und Fahrradzubehör. Der Markt verfügt über eine Ladestation für E-Bikes, einen Gasflaschenautomaten sowie einen eigenen Gastronomie-Bereich. In Heusweiler und Weinheim wurden derweil zwei ehemalige hela-Märkte erfolgreich auf das Globus Baumarkt-Konzept umgestellt, der Standort Achern folgt noch in diesem Jahr. Auch der Globus Baumarkt-Onlineshop mit der Click & Collect-Funktion bleibt mit stetig steigenden Umsätzen weiterhin auf Erfolgskurs. „Online und stationär müssen für den Kunden optimal vernetzt werden“, so Erich Huwer, Sprecher der Geschäftsführung der Globus Fachmärkte. Dies zeigt sich auch am komplett neugestalteten und gerade gestarteten Online-Auftritt. Die neue Website erscheint in einer wesentlich moderneren und benutzerfreundlicheren Struktur und Optik.

## **Globus Russland ist weiter erfolgreich auf Expansionskurs**

In Russland ist Globus mit seinem Konzept des produzierenden Händlers weiterhin äußerst erfolgreich und das, obwohl kleinere Handelsformate in den Wohngebieten im Speckgürtel Moskaus enorm expandieren. "Unsere Kundenbefragungen zeigen, dass für den Großteil der russischen Kunden der Preis eine entscheidende Rolle beim Einkauf spielt. Bemerkenswert ist aber, dass Qualitätsbewusstsein und Auswahl einen fast genauso großen Stellenwert einnehmen", berichtet Volker Schaar, Geschäftsführer Globus Russland. Dass Globus dieser Entwicklung zukunftsfähig entgegentritt, beweist der mit vereinten Kräften im November 2017 nach nur zehn Monaten Bauzeit eröffnete 13. Hypermarkt in Kotelniki. Auf einer Verkaufsfläche von 12.500 Quadratmetern steht den Kunden ein Angebot von 48.000 Artikeln zur Verfügung, das neue Design des Marktes unterscheidet sich deutlich von den vorherigen: Holzelemente, natürliche Lichtquellen und geschwungene Gänge sorgen für eine entspannte Einkaufsatmosphäre. "Unsere Produktionsstätten haben wir noch offener und transparenter gestaltet, um den Kunden noch bessere Einblicke in unsere Werkstätten zu ermöglichen", sagt Sergej Kuropatov, Geschäftsführer Vertrieb. Ein besonderes Augenmerk haben die russischen Verantwortlichen in Kotelniki auf das umfangreiche Bio-Sortiment, lose Ware sowie ein neues Food Court-Konzept, das Restaurant und Culinaría verbindet, gelegt. Gesundes Fast Food aus eigener Herstellung rückt dabei in den Mittelpunkt, der Food Court überzeugt zudem durch ein modernes Design und bietet Platz für bis zu 90 Kunden. Noch im laufenden Geschäftsjahr steht die Eröffnung eines weiteren Marktes im Großraum Moskau an. Im Herbst 2018 soll der Standort Balaschikha an den Start gehen, im Frühjahr 2019 folgt mit Salarjevo der erste Mietstandort von Globus in Russland.

## **Globus Tschechien baut Eigenproduktion aus**

In Tschechien nimmt Globus eine einzigartige Stellung als produzierender Händler ein, an dem sich die Mitbewerber orientieren. In seinen 15 Hypermärkten investiert das Unternehmen daher weiter in Ausbau und Ausstattung seiner Produktionsstätten und neue Technologien. Den Standort Prag-Cerny Most hat Globus im vergangenen Jahr komplett umgebaut. "Wir hatten uns zum Ziel gesetzt, eine noch attraktivere Verkaufsfläche zu gestalten und unsere



Differenzierungskategorien stärker herauszustellen", berichtet Hans-Jörg Bauer, Geschäftsführer Globus Tschechien. Dazu zählen die Erweiterung der Frischebereiche mit einer Insellösung für Käse, eine neu entwickelte Salat- und Antipasti-Bar sowie die erste Sushi-Bar in einem tschechischen Globus-Markt. Auch in Olomouc wurde die Verkaufsfläche modernisiert, dort eröffnete zusätzlich ein neues, vergrößertes "Globus Café". Im kommenden Geschäftsjahr soll dort außerdem ein neues "Globus Restaurant" entstehen. Vorbild ist das im November 2017 am Standort Opava eröffnete Restaurant, das mit einer bedienten Koch-Insel überzeugt. Köchinnen und Köche bereiten vor den Augen der Kunden eine Auswahl frischer Speisen zu, während diese entspannt an der Theke Platz nehmen und den Köchen zusehen können. Als Vorreiter in der Anwendung technischer Innovationen investiert Globus Tschechien zudem kontinuierlich in den digitalen Ausbau. Aktuell liegt der Fokus auf der Entwicklung mobiler Applikationen. Die sich momentan noch im Test befindliche App "Scan&Go im Handy" soll beispielsweise noch mehr Funktionen bekommen, um den Einkauf für die Kunden noch einfacher und attraktiver zu gestalten.

#### Medienkontakt

Globus Pressestelle

Isabel Conz

Tel. 0721/62514-23

Email: [presse@globus.net](mailto:presse@globus.net)