



Presse-Information

Globus-Gruppe wächst im ersten Geschäftshalbjahr 2018/2019 stabil

St. Wendel, 10. April 2019. Die Globus-Gruppe schließt das erste Geschäftshalbjahr 2018/2019 (1.7.2018 bis 31.12.2018) mit einem Umsatz von 3,89 Mrd. Euro (EBIT 166,3 Mio. Euro) und wächst damit leicht um 0,1 Prozent. Während die deutschen Globus SB-Warenhäuser ihren Umsatz moderat um 1,1 Prozent auf 1,74 Mrd. Euro weiterentwickeln und die Globus Baumärkte einen leichten Umsatzrückgang auf 851 Mio. Euro (-0,5 Prozent) verzeichnen, liegen die Unternehmensbereiche Russland und Tschechien beide deutlich über Plan und bleiben damit echte Wachstumstreiber. Die 14 russischen Globus-Standorte steigern ihren Umsatz gegenüber dem Vorjahres-Halbjahr um 6,1 Prozent auf 54,15 Mrd. Rubel. In Tschechien legen die Globus-Märkte um 4,2 Prozent zu und erreichen damit einen Umsatz von 563,4 Mio. Euro. In neue Standorte, wie das vor wenigen Wochen eröffnete SB-Warenhaus in Chemnitz, sowie Modernisierungen und die Instandhaltung ihrer Immobilien investierte die Globus-Gruppe im vergangenen Geschäftshalbjahr mehr als 220 Mio. Euro und hält die Investitionen damit anhaltend hoch. Zum 31.12.2018 zählte die Globus-Gruppe mehr als 45.800 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, davon rund 19.000 in den deutschen SB-Warenhäusern, 8.900 in den Baufachmärkten, 7.800 in Tschechien und 10.000 in Russland.

Globus SB-Warenhäuser
Einkaufserlebnis Eigenproduktion

"Der Rekordsommer 2018 mit den beiden Hitzemonaten August und September hat im Lebensmittelhandel natürlich leichte Umsatzeinbußen mit sich gebracht. Wir sehen uns aber zukunftsfähig aufgestellt", erläutert Johannes Scupin, Sprecher der Geschäftsführung Globus SB-Warenhaus. "Unser Leistungsspektrum, insbesondere im Bereich der Frischekompetenz, ist etwas Besonderes und das bereits seit vielen Jahren. Unsere Kunden schätzen an uns gerade diese Beständigkeit." Nach einem Jahr Bauzeit eröffnete Globus in Chemnitz erst vor wenigen Wochen sein deutschlandweit 47. SB-Warenhaus, das die Erfahrungen aus seinen Vorgängermärkten mit zukunftssträchtigen Innovationen vereint. Noch stärker als bisher stellt Globus dort regionale Waren und Lieferanten in den Vordergrund, eine große Auswahl an losen Produkten wie Süßigkeiten, Müsli, Tee, Seife, Joghurt oder Essig und Öl, trägt dem Trend zum verpackungslosen Einkauf Rechnung. Hauptanlaufpunkt im Markt ist die großzügige Frischeinsel, die die Eigenproduktionsstätten in Restaurant, Meisterbäckerei und Fachmetzgerei um handgerolltes Sushi, frisch geschnippelte Salate, Käse und Käsezubereitungen, Antipasti und selbst im Markt hergestellte, halbfertige Convenienceprodukte ergänzt. "Wir arbeiten an allen Standorten kontinuierlich am Ausbau unserer Frischekompetenz", betont Johannes Scupin. "Denn die Eigenproduktion ist unser Aushängeschild, an das in dieser Qualität keiner herankommt." Einen großen Stellenwert nimmt in den SB-Warenhäusern auch die Weiterentwicklung digitaler Serviceangebote ein. Nach erfolgreich abgeschlossener Pilotphase in den saarländischen Märkten rollte das Unternehmen beispielsweise im vergangenen Herbst das Bezahlen per Smartphone mit "Bluecode" deutschlandweit aus. In insgesamt 30 Märkten kann zudem mittlerweile mit dem Selfscanning-System "Scan&Go" eingekauft werden.

Globus Baumärkte
Gezielte Investitionen in die Kundenorientierung

"Die Wünsche unserer Kunden stehen bei allen unseren Überlegungen im Vordergrund", sagt Erich Huwer, Sprecher der Geschäftsführung der Globus Fachmärkte. "Das zeigt sich u.a. im neuen, übersichtlicheren Kundenleitsystem an den



Regalen, beispielsweise in den Bereichen Farben und Elektrowerkzeuge." Zudem wurde das Verpackungsdesign der Eigenmarken „TrendLine“ und „Primaster“ überarbeitet und das Angebot im Eigenmarken-Sortiment an Grills und Grillzubehör erweitert. Auch der Globus Baumarkt Online-Shop wird ständig im Detail optimiert, insbesondere in der Verzahnung von online und offline. „Wir arbeiten an einer Bündelung der logistischen Prozesse, damit unsere Kunden ihre Waren noch schneller und unkomplizierter erhalten und die alltägliche Arbeit unserer Mitarbeiter erleichtert wird“, so Erich Huwer. Gemeinsam mit den Kunden feierte der umgebaute Baumarkt in Regensburg im November 2018 sein 30-jähriges Jubiläum. In Künzelsau wurde der ehemalige hela-Markt erfolgreich auf das Globus Baumarkt-Konzept umgestellt und der Standort Wiesental wurde modernisiert. In diesem Jahr folgen Umbauten an den Standorten Germersheim, Saarbrücken, Dresden und Meerbusch. Des Weiteren wurden die Globus Fachmärkte im letzten Jahr erneut als einziges Handelsunternehmen in Deutschland sowohl mit OHSAS 18001 für Arbeits- und Gesundheitsschutz, als auch mit ISO 14001 für Umweltschutz und Nachhaltigkeit sowie ISO 50001 für Energiemanagementsystem zertifiziert. Im März 2019 fand die Verschmelzung der Alpha-Tecc. Elektrofachmärkte GmbH & Co. KG auf die Globus Fachmärkte GmbH & Co. KG statt. Die sechs Alpha-Tecc. Elektrofachmärkte firmieren nun ebenfalls unter Globus Fachmärkte GmbH & Co. KG als einheitliche Gesellschaft.

Globus Russland

14. russischer Globus Hypermarkt geht erfolgreich an den Start

"Im ersten Halbjahr hatten wir gleich mehrere Gründe zur Freude: Wir können ein deutliches Umsatzplus verzeichnen, außerdem ging in Balaschikha unser 14. und gleichzeitig modernster Hypermarkt erfolgreich an den Start", sagt Volker Schaar, Sprecher der Geschäftsführung Globus Russland. Rund 10 Kilometer östlich von Moskau erstreckt sich der neue Markt auf rund 9.800 Quadratmetern und bietet eine vielseitige Auswahl aus frischen, losen und hauseigenen Produkten, mehr als 500 neue Arbeitsplätze wurden vor Ort geschaffen. Globus in Russland setzt sich verstärkt für eine gesunde Ernährung und bewusste Lebensweise ein. "Wir beobachten, dass unsere Kunden bewusster einkaufen und auf Qualität, aber auch auf den Preis achten. Deshalb möchten wir ihnen ein noch vielseitigeres und gleichzeitig qualitativ hochwertiges Sortiment bieten", sagt Volker Schaar. In der Sortimentsabteilung "Oeko.Bio.Vegan" haben die Kunden beispielsweise die Wahl aus 1.200 Produkten. Hierfür wurde das Unternehmen mit dem Live Organic Award 2018, einer der wichtigsten Preise der russischen Branche für eine gesunde Lebensweise und Ökologie, ausgezeichnet. Zudem treibt das Unternehmen sein digitales Serviceangebot weiter voran. "In den Märkten Krasnogorsk, Pushkino und Klimovsk haben wir unser Selfscanning-Programm Scan&Go eingeführt, welches von den Kunden gut angenommen wird", sagt Volker Schaar. "Auch unser E-Commerce-Angebot entwickeln wir kontinuierlich weiter und verzeichnen in diesem Bereich einen Umsatzzuwachs. Darüberhinaus wird unser Loyalitätsprogramm 'My Globus' von immer mehr Kunden gerne genutzt. Inzwischen haben sich rund 1,8 Mio. Kunden für die Kundenkarte registriert und bezahlen aktiv mit unseren Bonus-Rubel."

Globus Tschechien

Eigenproduktion und digitale Services sorgen für starkes erstes Halbjahr

"Unser erstes Halbjahr ist sehr dynamisch verlaufen, gekrönt von einem erfolgreichen Weihnachtsgeschäft, das im tschechischen Einzelhandel traditionell den Jahreshöhepunkt darstellt", sagt Hans-Jörg Bauer, Geschäftsführer Globus Tschechien. "Wir haben uns mit Sortimentsvielfalt und insbesondere unserer Eigenproduktion erneut stark positionieren können und erwarten, dass diese Leistungen auch in Zukunft den entscheidenden Unterschied für unsere Kunden machen." Daneben baut Globus in Tschechien weiter seine Vorreiterrolle im E-Commerce aus. Seit Herbst 2018 testet Globus im Prager Hypermarkt Zlicin mit "Click&Go" die Pilotversion eines Click&Collect-Angebots mit über 16.000 Artikeln aus dem Lebensmittel- und Drogeriesortiment. Mehr als 6.000 Kunden haben sich mittlerweile für den Service registriert, die Globus-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter haben rund 330.000 Artikel zum Abholen vorbereitet. Kurz vor Jahresende 2018 ging zudem die tschechische "Mein Globus"-App an den Start. Auf dieser können sich die Kunden beispielsweise eine Einkaufsliste erstellen, diese mit anderen Nutzern teilen oder die gewünschten Artikel gemäß der



Anordnung im Markt sortieren. Über die App haben die Kunden zudem Zugriff auf das aktuelle Werbefaltblatt sowie Coupons aus dem Kundenverbindungsprogramm "GlobusBonus". An einer Online-Bestellfunktion, die die App zukünftig mit Click&Go verbinden soll, wird derzeit gearbeitet.

Medienkontakt:

Globus Pressestelle

Isabel Conz

Telefon: 0721 62514-23

E-Mail: presse@globus.net