



## Presse-Information

### **Globus schließt das erste Halbjahr erfolgreich ab**

**Gruppenumsatz trotz schwachen Rubels auf Vorjahresniveau**

**SB-Warenhäuser mit neuen Frische-Konzepten**

**Globus Baumärkte eröffnen Onlineshop**

**Globus in Russland weiter auf Expansionskurs**

**Gestiegene Investitionen in allen Geschäftsbereichen**

**Globus-eigenes Entgeltssystem bewährt sich**

**Zahlreiche Auszeichnungen bestätigen Globus-Kompetenz**

**St. Wendel, 06. April 2016.** Die Globus Gruppe startet erfolgreich in das Geschäftsjahr 2015/16 (1.7.2015 bis 30.6.2016). Insgesamt verzeichnet die Gruppe im ersten Halbjahr (Stichtag 31.12.2015) einen Umsatz von 3,64 Mrd. Euro und hält damit trotz schwacher Währungen ihr Vorjahresniveau. Die tschechischen Märkte bleiben in ihrer Entwicklung stabil und nehmen an insgesamt 15 Standorten 13,8 Mrd. Kronen (-0,04 Prozent) ein. Die inzwischen elf Hypermärkte in Russland konnten ihren Gesamtumsatz um 26 Prozent auf 42,5 Mrd. Rubel steigern. Erfreulich ist auch die Entwicklung auf dem deutschen Markt. Im Vergleich zum ersten Halbjahr des vorherigen Geschäftsjahres legten die SB-Warenhäuser mit 0,9 Prozent leicht zu und erreichten einen Umsatz von rund 1,7 Mrd. Euro. Besonders stark sind weiterhin die Baumärkte. Mit einem Umsatz von 798 Mio. Euro (+7,2 Prozent) knüpfen die deutschen Globus Baumärkte an den Erfolg der letzten Jahre an.

#### **SB-Warenhäuser mit neuen Frische-Konzepten**

„Wir haben eine Reihe neuer Konzepte eingeführt, mit dem Ziel, unsere Aushängeschilder ‚Eigenproduktion‘ und ‚Frische‘ noch stärker in den Mittelpunkt zu rücken“, sagt Johannes Scupin, Sprecher der Geschäftsführung Globus SB-Warenhaus. Gemeint sind besonders die Innovationen im Bereich Gastronomie und Convenience. So verfügen inzwischen drei Märkte über einen Gastronomiebereich nach dem Vorbild des modernsten Globus-Marktes in Koblenz. Modular aufgebaut erleben die Kunden Front-Cooking an bis zu zehn Stationen. Von exotischen Gerichten aus dem Wok über Pizza und Pasta bis hin zu traditionellen und regionalen Rezepten wird jede Mahlzeit vor den Augen der Kunden zubereitet. Die Zutaten werden direkt vom „Globus-Marktplatz der Frische“ bezogen und gehen als fertige Convenience-Produkte zum Teil auch wieder dorthin zurück. Diesen Trend hat das SB-Warenhaus Leipzig aufgegriffen und im November 2015 seine „Culinaria“ eröffnet. Hier können sich die Kunden nach ihren Vorlieben Take-away-Mahlzeiten zusammenstellen und diese bequem mit nach Hause nehmen. Frische Zubereitung für den Verzehr daheim, das kennen die Kunden von den Globus Sushi Bars. Inzwischen bieten neun SB-Warenhäuser Sushi aus eigener Herstellung an, der Rollout ist in vollem Gange. Das Stammhaus St. Wendel macht derweil mit seiner Vitaminbar auf sich aufmerksam. Hier wird den Kunden alles geboten, was sich aus Obst und Gemüse frisch herstellen lässt. Smoothies und Salate, Antipasti oder Säfte unterstreichen die Frische-Kompetenz von Globus und bedienen die starke Nachfrage nach qualitativ hochwertiger Convenience-Ware.



### **Globus Baumärkte eröffnen Onlineshop**

Die Globus Baumärkte setzen ihre starke Expansion fort und bauen ihr Netz besonders im Norden Deutschlands weiter aus. Im Oktober 2015 schlossen die Globus Baumärkte die Integration von insgesamt elf ehemaligen Max-Bahr-Märkten mit der Eröffnung in Göttingen ab und sind nunmehr an 88 Standorten in Deutschland vertreten. In Saarlouis sind die Bauarbeiten für den größten und modernsten Globus Baumarkt im Saarland in vollem Gange. Die Eröffnung des rund 20.000 m<sup>2</sup> großen Hauses ist für Ende 2016 geplant. Neben dem stationären Handel setzen die Globus Baumärkte auf das Online-Geschäft und dessen Verknüpfung mit den Märkten. Im Juli 2015 eröffnete der neue Onlineshop mit mehr als 50.000 Artikeln. Diese können sich die Kunden nicht nur bequem nach Hause liefern lassen. Viele nutzen auch das Angebot, die Ware im eigenen Markt online zu reservieren und dann mit dem erweiterten Einkauf und der Beratung vor Ort zu verbinden.

### **Globus in Russland weiter auf Expansionskurs**

Auch in Russland schreitet die Expansion voran. „Die Eröffnung unseres jüngsten Marktes in Puschkino war die erfolgreichste in unserer knapp zehnjährigen Russland-Geschichte. Die Begeisterung und das Vertrauen unserer russischen Kunden in uns bestärken uns darin, unsere Expansion bedacht aber zielorientiert fortzusetzen“, sagt Thomas Bruch, geschäftsführender Gesellschafter der Globus Gruppe. Puschkino, rund 35 km nordöstlich von Moskau gelegen, ist der elfte Standort, den Globus in Russland eröffnet hat. Trotz der angespannten wirtschaftlichen Lage im Land erlebt Globus das Einkaufsverhalten seiner Kunden nicht deutlich verändert. „Unser Konzept mit den Schwerpunkten auf Frische, Auswahl und Regionalität wird von unseren Kunden in Russland nach wie vor sehr gut angenommen“, so Thomas Bruch weiter. Vor diesem Hintergrund blickt Globus in Russland vorsichtig optimistisch in die Zukunft und sieht auch weiterhin gute Wachstumsmöglichkeiten im Land. Die nächste Eröffnung ist für Ende 2016 in Odinzowo vorgesehen.

### **Gestiegene Investitionen in allen Geschäftsbereichen**

In die kontinuierliche Expansion und die Modernisierung seiner Stammbetriebe hat Globus im ersten Halbjahr 2015/16 rund 156 Mio. Euro investiert. „Unser Investitionsvolumen bleibt anhaltend sehr hoch“, sagt Christian Heins, Geschäftsführer Bereich Finanzen. Große Projekte waren die Eröffnung des neuen Baumarktes in Göttingen und die Fertigstellung des elften Hypermarktes in Russland (Puschkino). Auf den bestehenden Flächen wurde insbesondere in die Werkstätten der Eigenproduktion und in Umbauten bzw. Renovierungen investiert.

### **Globus-eigenes Entgeltsystem bewährt sich**

Wegweisender „Umbau“ war auch die Einführung des Globus-eigenen Entgeltsystems (GLENS) vor rund zwei Jahren in der Vertriebsschiene SB-Warenhäuser. Dessen regelmäßige Anpassung an den Flächentarif ist für Globus selbstverständlich. So werden zum 1. April 2016 Lohnerhöhungen um 2,5 Prozent vorgenommen, zum 1. Januar 2017 steigen die Gehälter nochmals um 2,2 Prozent. Mit der Einführung von GLENS bei den SB-Warenhäusern ging die Auflösung der Globus Personal Service Gesellschaft und die Eingliederung von rund 1.450 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern direkt in das Unternehmen einher. „Es war uns wichtig, im Zuge der Einführung unseres eigenen Entgeltsystems auf Leiharbeit verzichten zu können“, sagt Olaf Schomaker, Geschäftsführer der SB-Warenhäuser Bereich Mitarbeiter. Fast 43.700 Menschen arbeiteten am 31.12.2015 bei der Globus Gruppe, rund 4.200 mehr als im Jahr zuvor. Davon sind 18.800 bei den deutschen SB-Warenhäusern und rund 8.400 bei den Fachmärkten (Globus Baumärkte, hela Profi Zentren und ALPHATECC. Elektrofachmärkte) beschäftigt.



## **Zahlreiche Auszeichnungen bestätigen Globus-Kompetenz**

Engagement zeigt Globus nicht nur im Hinblick auf seine Mitarbeiter und die bestmögliche Gestaltung der Arbeitsgemeinschaft. Zahlreiche Auszeichnungen unterstreichen die umfängliche Expertise und die erfolgreichen Konzepte des Unternehmens. Bestes Beispiel ist die jüngst entwickelte Energiestrategie von Globus, mit der das Unternehmen den Energieverbrauch seiner SB-Warenhäuser um bis zu 20 Prozent reduziert. Für dieses nachhaltige Konzept für Energieeinsparung und Klimaschutz erhielt Globus im Dezember 2015 den EHI-Energiemanagement Award 2015. Seine händlerische Kompetenz stellt Globus im jährlich erhobenen Kundenmonitor unter Beweis. Zum siebten Mal in Folge führen die Globus SB-Warenhäuser den „Wettbewerbsvergleich Service“ an, eine Auszeichnung für die Fachkompetenz und das persönliche Engagement der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Siege in den Hauptkategorien „Weiterempfehlungsabsicht“ und „Wettbewerbsvorteil“ sowie für „Qualität Fleisch und Wurst“ und „Auswahl und Angebotsvielfalt“ runden den Erfolg ab und unterstreichen die Kernkompetenzen von Globus. Dem stehen die Globus Baumärkte in nichts nach und führen den Kundenmonitor Deutschland wiederholt in der Kategorie „Globalzufriedenheit“ an. In zahlreichen weiteren Leistungsfaktoren, wie der Verfügbarkeit von Ansprechpartnern, Freundlichkeit, fachlicher Beratung oder Hilfsbereitschaft, lassen die Baumärkte die Wettbewerber ebenfalls weit hinter sich.

## **Über Globus**

1828 im saarländischen St. Wendel gegründet, gehört Globus als konzernunabhängiges Familienunternehmen zu den führenden Handelsunternehmen in Deutschland. Insgesamt betreibt die Globus Gruppe heute 46 SB-Warenhäuser, 88 Baumärkte, sieben ALPHATECC, Elektrofachmärkte, Globus Drive, fridel markt & restaurant sowie zwei Baumärkte in Luxemburg und 26 Hypermärkte in Russland und Tschechien. Gemeinsam erwirtschaften sie rund 7 Mrd. Euro Umsatz. Die Basis für diesen Erfolg bilden die rund 43.700 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Globus Gruppe, von denen rund 18.800 in den deutschen SB-Warenhäusern und mehr als 8.400 in den Globus Baumärkten beschäftigt sind. Dem Grundsatz des unternehmerischsten Unternehmens folgend fördert Globus deren Gestaltungsfreiraum und regt zu selbstverantwortlichem Handeln an. Das Verständnis des Mitarbeiters als Mitunternehmer findet seine Entsprechung u. a. in der wirtschaftlichen Beteiligung der Mitarbeiter am Unternehmen.

Die SB-Warenhäuser in Deutschland führen auf einer Fläche von bis zu 10.000 Quadratmetern zwischen 50.000 und 100.000 Food- und Nonfood-Artikel. Als Lebensmittelhändler steht Globus für Frische aus Eigenproduktion und der Zusammenarbeit mit Lieferanten vor Ort. Damit unterstreicht Globus seine regionale Verbundenheit, die die Kunden neben der Fachkompetenz der Globus-Mitarbeiter besonders schätzen. Seit Jahren erhält Globus Bestnoten im jährlich erhobenen Kundenmonitor der ServiceBarometer AG und führt 2015 u. a. in den Kategorien „Auswahl und Angebotsvielfalt“, „Qualität Fleisch und Wurst“ sowie „Wettbewerbsvergleich Service“. Bei der Globalzufriedenheit belegen die Globus Baumärkte den 1. Platz.

2005 gründete Gesellschafter Thomas Bruch die gemeinnützige Globus-Stiftung, die 20 Prozent der Anteile an der Globus Holding hält. Die Stiftung fördert Projekte, die jungen Menschen die Augen für die eigenen Begabungen und Fähigkeiten öffnen und sie ermutigen sollen, selbstbewusst ihre Zukunft zu gestalten. Darüber hinaus leistet sie Hilfe zur Selbsthilfe für Menschen in Ländern, die Unterstützung benötigen, auf den Gebieten der Medizin und der Bildung.