



Presse-Information

Globus kooperiert mit YouTube-Backstar Sally

St. Wendel, 20. April 2016. Seit dem 18. April arbeitet Globus SB-Warenhaus mit Deutschlands bekanntester Foodbloggerin Sally zusammen. Im Rahmen der Kampagne „Backen mit Globus und Sally“ entwickeln das Unternehmen und Sally gemeinsam exklusiv für Globus-Kunden neue Backrezepte. Diese sind 14-tägig am Aktionsstand in allen Globus-Märkten mitsamt einer ausführlichen Videoanleitung zu finden. Die Besonderheit der Kampagne: Der Kunde kann sich die Videos vor Ort im Markt oder bequem auf mehreren Online-Kanälen zuhause anschauen.

Mit Sally hat Globus die authentischste Multiplikatorin für seine Kampagne gefunden. „Sally ist trotz ihres Erfolges bodenständig und familiär geblieben, deswegen passt sie menschlich so gut zu uns. Das war für uns auch ausschlaggebend, um Sally als Testimonial für die Kampagne auszuwählen“, erläutert Sigrun Löffelholz, Marketingleiterin bei Globus. Mit der Kampagne erweitert Globus seine Service-Leistungen und schafft die Verknüpfung zwischen Online- und Offline-Handel. „Die Kunden können nicht nur die Rezepte im Markt abholen und die benötigten Zutaten kaufen, sondern diese mithilfe einer Videoanleitung zuhause auch nachbacken. Zudem ermöglicht die zusätzliche Nutzung von Online-Kommunikationskanälen wie YouTube, Facebook und Instagram unseren Kunden ihre Erlebnisse und Erfolge mit anderen zu teilen“, erklären die Projektverantwortlichen bei Globus, Steve Feledziak und Dennis Falk.

Am „Backen mit Globus und Sally“-Stand im Markt finden Kundinnen und Kunden 14-tägig neue Rezeptkarten zu aktuellen Anlässen, je nach Saison und in unterschiedlichen Schwierigkeitsgraden. Passend zum jeweiligen Rezept stehen alle benötigten Zutaten direkt am Stand bereit. Neben dem Rezept gibt es außerdem eine Videoanleitung mit Sally, in der sie Schritt für Schritt zeigt, wie das Rezept ganz einfach gelingt. Dieses Video gibt es zum Anschauen als Kurzversion vor Ort im Globus-Markt. Die komplette Anleitung gibt es auf dem YouTube Channel unter <http://youtube.de/globusGermany> oder auf der Landingpage www.backen-mit-globus.de. Parallel dazu können die Fans auf Instagram unter #BMGSally die Fotos ihrer Backwerke posten und sich auf der Facebook-Fanseite austauschen. Zudem tritt Bäckerin Sally mit den Fans persönlich in den Dialog: Hobbybäcker können von ihr wertvolle Backtipps über die Social-Media-Kanäle erfragen. Eine weitere Besonderheit der Kampagne: Neben Sallys Rezepten wurde in allen Globus-Märkten exklusiv Sallys Kochbuch „Sallys Rezepte für Kinder“ gelistet.

Die 27-jährige Saliha „Sally“ Özcan aus Waghäusel führt seit 2012 den Blog „Sallys Welt“ und ist mit fast zehn Millionen Aufrufen pro Monat eine der bekanntesten Food-Bloggerinnen in Deutschland. Mit ihren YouTube-Videos erreicht sie eine große Fangemeinde und zählt zu den bedeutenden Influencern zum Thema Backen. Mit Globus zusammen entwickelt Sally nun Backrezepte exklusiv für die Globus-Kunden. „Globus begleitet mich seit meiner Kindheit. Das Einkaufen dort war und ist für mich ein Erlebnis – hier bekomme ich alles was ich für meine Rezepte brauche und werde toll beraten. Daher freue ich mich besonders, dass ich jetzt für die Globus-Kunden backen darf“, so Sally Özcan.



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, 90 Baufachmärkte, sieben Alpha-Tecc.-Elektrofachmärkte, Globus Drive, fridel markt & restaurant sowie zwei Baufachmärkte in Luxemburg und 25 Hypermärkte in Russland und Tschechien. Gemeinsam erwirtschaften sie rund 7 Mrd. Euro Umsatz. Die Basis für diesen Erfolg bilden die rund 43.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Globus Gruppe, wovon rund 17.900 Menschen in den deutschen SB-Warenhäusern und mehr als 8.000 in den Fachmärkten beschäftigt sind. Dem Grundsatz des unternehmerischen 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“.

2005 gründete Gesellschafter Thomas Bruch die gemeinnützige Globus-Stiftung, die 20 Prozent der Anteile der Globus Holding hält. Die Stiftung fördert Projekte, die jungen Menschen die Augen für die eigenen Begabungen und Fähigkeiten öffnen und sie ermutigen soll, 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 Bildung.