



Globus expandiert sehr zielgerichtet

Nahziel sind 50 SB-Warenhäuser in Deutschland und 10 Hypermärkte in Russland

Integration der Massa-Märkte läuft auf Hochtouren – Neubau in Koblenz genehmigt

Neues Entgeltsystem für Mitarbeiter der Verwaltung noch in diesem Jahr möglich

St.Wendel, 29. August 2013. Das Familienunternehmen Globus hat 185 Jahre nach der Firmengründung Grund zu feiern: In Deutschland ist bereits der 7. Massa-Markt umgerüstet und integriert, in Russland glückt die Expansion auf 10 Hypermärkte schon 2015 und in Tschechien festigt Globus seine starke Position im Markt. Mit der Baumarktsparte führt die Globus Gruppe jetzt insgesamt 156 Märkte zum Geschäftsjahresende am 30.6.2013, drei SB-Warenhäuser und ein Globus Drive mehr als zum Ende des vorangegangenen Geschäftsjahres. Stockstadt, Maintal, ein Globus Drive in Gensingen und ein russischer Markt in Korolev sind dazugekommen. Zu den 45 deutschen SB-Warenhäusern addieren sich 88 Fachmärkte, zwei Drive Stationen und 21 Hypermärkte in Tschechien und Russland.

„Die Entwicklung in unserem Kernbereich, den SB-Warenhäusern in Deutschland, war geprägt von der Integration der ehemaligen Massa-Märkte. Wir kommen gut voran und haben mit Abschluss des Geschäftsjahres bereits sieben der elf Häuser integriert. Es waren erhebliche Investitionen nötig, um die Flächen auf unseren Globus Standard anzuheben.“ Dass Globus auch die Regeneration seiner bestehenden Märkte vorantreibt, ist anhand der Investitionen des Geschäftsjahres 2012/13 (1.7.2012-30.6.2013) gut zu erkennen. Von den Gesamtinvestitionen von mehr als 220 Mio. Euro entfielen rund 175 Mio. Euro auf bestehende Flächen und rund 45 Mio. Euro auf den neuen Markt in Russland und die beiden neuen Globus Häuser in Stockstadt und Maintal. „Es kommt auf jeden Standort an“, resümiert Thomas Bruch, „auch wenn wir uns von den zu integrierenden neuen Globus-Märkten deutlich stärkere Zuwächse erhoffen als von den modernisierten Standorten.“ An allen Standorten verfolge Globus aber das Ziel, im jeweiligen Umfeld eines Globus Marktes die Marktführerschaft innezuhaben. Im Juli 2013, schon im neuen Geschäftsjahr, wurde in Limburg bereits der 46. Globus Markt integriert.

Neben den Investitionen in Sachanlagen hat Globus an den neuen Standorten die Teams erheblich erweitert. „Die übernommenen und die neu eingestellten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben wir umfassend geschult, denn die Anforderungen sind nicht zuletzt durch unsere Erweiterungen im Frische-Bereich gewachsen“, sagt Bruch. Die Umbauten habe man auch genutzt, um Bäckereien und Fleischereien zu etablieren. Mit Produktionsstätten und Bedientheken in den jeweiligen Häusern und den neuen Flächen wächst auch die Zahl der Mitarbeiter. „Die Mitarbeiterzahl hat sich bei Globus um 1600 erhöht, um den Bedürfnissen der Kunden noch besser gerecht werden zu können“, sagt Thomas Bruch. Damit hat sich die Anzahl der Beschäftigten von 33.100 im Vorjahr auf 34.700 im abgelaufenen Geschäftsjahr vergrößert. Mehr als die Hälfte aller Mitarbeiter in Deutschland ist mittlerweile an Globus beteiligt, mit Einlagen von mehr als 59 Mio. Euro.

Die Verbundenheit mit Globus drückt sich auch in dem Miteinander bei der Gestaltung eines Globus-spezifischen Vergütungssystems aus. „Ich bin guter Dinge,

dass wir bereits im Dezember ein neues Entgeltsystem für die Mitarbeiter der Verwaltung erreichen und im Frühjahr 2014, also noch im laufenden Geschäftsjahr, eine Vereinbarung für die Häuser treffen werden“, gibt sich Thomas Bruch optimistisch. „Alle Beteiligten sind der Meinung, dass das alte Tarifmodell bei den veränderten Strukturen in unseren Häusern nicht mehr anwendbar ist, und sind deshalb zum Konsens bereit. Wir müssen die Tätigkeiten im Einzelhandel und in der Produktion angemessen und auch wettbewerbsorientiert vergüten“, sagte Thomas Bruch zum aktuellen Stand der neuen Einkommensvereinbarung.

Die Struktur der Globus Märkte ändert sich kontinuierlich. Mittlerweile hat Globus bereits 22 Bäckereien und 46 Metzgereien, mit größtenteils eigenen Produktionsstätten direkt in den Häusern, und setzt sich mit dieser sehr Globus-spezifischen Kompetenz deutlich von der Konkurrenz ab. „Diese Frischekompetenz ergänzen wir zunehmend mit Frischeprodukten bei Obst und Gemüse aus dem unmittelbaren Umfeld der Häuser. In allen Bundesländern arbeitet Globus eng mit heimischen Erzeugern zusammen. In den neuen Bundesländern bieten wir Gemüsesorten an, die ‚von Thüringen bis Sachsen bei uns gewachsen‘ sind und in Bayern kommen landwirtschaftliche Produkte ‚frisch aus dem Herzen Bayerns‘. Lokale Partnerschaften spielen eine immer größere Rolle. Als dezentral orientierter Einzelhändler räumt Globus den regionalen Lieferanten einen noch höheren Stellenwert ein als bisher, denn nun wird eine große Anzahl der Produkte in der jeweiligen Saison aus den regionalen Anbaugebieten bezogen“, kommentiert Globus Inhaber Bruch die Vereinbarungen mit regionalen Produzenten.

Die Strategie der Globus Geschäftsführung ist erfolgreich. Auch im abgelaufenen Geschäftsjahr konnte die gesamte Globus Gruppe ihren Umsatz um 3,43 Prozent auf 6,68 Mrd. Euro steigern. Wachstumsmotor ist Russland, was zu einer Steigerung von 10,1 Prozent für die Auslandsaktivitäten von Globus in Russland und Tschechien führte. Obwohl die ehemaligen Massa-Märkte noch in der Anlaufphase sind, konnten die 45 deutschen SB-Warenhäuser zulegen, erwirtschafteten ein Umsatzplus von 2,04 Prozent und setzten 3,26 Mrd. Euro um. Die 79 Baumärkte hielten sich trotz der schlechten Witterung und einer insgesamt schleppenden Nachfrage in der DIY-Branche gut mit einem Minus von 2 Prozent. Im Baumarktbereich legte Globus zwei nebeneinanderliegende Märkte zusammen und ersetzte zwei Standorte mit Neubauten. „Ohne die leichten Rückgänge beim Tankstellengeschäft liegen wir beim Einzelhandel im engeren Sinn bei einem Plus von mehr als 4,7 Prozent gegenüber dem Vorjahr“, weist Thomas Bruch auf den harten Wettbewerb im Treibstoffgeschäft hin.

In Deutschland will Globus im laufenden Jahr seinen Kundenstamm festigen und erweitern. Globus feiert deshalb im September das 185. Jahr der Firmengründung von 1828. „Wir sind als Familienunternehmen stolz auf das Erreichte und wollen mit unseren Kunden feiern, denen wir den Erfolg verdanken“, sagt Thomas Bruch, dessen Vorfahren Globus gründeten. 46 Ford Fiesta wird Globus in einer großen Herbstaktion, dem sogenannten Globiläum, verlosen. Jedes Haus feiert mit speziellen Events den runden Geburtstag und verlost unter seinen Kunden je einen Ford Fiesta und weitere Preise im Wert von mehreren Tausend Euro, der Gesamtwert der Verlosung beträgt über 500.000 Euro.

„Mit unseren Aktionen zum Globiläum wollen wir uns bei unseren Kunden bedanken, die uns seit Jahren als Stammkunden treu sind und die uns auch beim deutschen Kundenmonitor immer wieder sehr gut bewerten“, erläutert Thomas Bruch die Geburtstagsaktivitäten von Globus, die vom 2. September bis zum 6. Oktober dauern.

Globus wolle nicht nur der beste Händler für seine Kunden sein, sondern auch immer wieder einen spürbaren Mehrwert durch Frische, Qualität und Service bieten. Im Globiläums-Zeitraum kommen zusätzlich gebündelt viele regionale Kundenveranstaltungen und das Gewinnspiel hinzu. „Seit der Gründung pflegen wir einen besonderen Bezug zu den Menschen, die bei uns einkaufen“, legt Bruch Wert darauf, sich vom Wettbewerb zu unterscheiden. „Als Franz Bruch 1828 den ersten Globus eröffnete, versprach er seinen Kunden schriftlich ‚billigste und reellste Bedienung‘, in heutigen Worten Ehrlichkeit und Fairness. Daran hat sich bis heute nichts geändert“, fühlt sich der Gesellschafter dem Versprechen seines Vorfahren verpflichtet. Der einstige Kolonialwarenladen wandelte sich zunächst in eine Großhandlung, bevor die Familien Bruch und Martin nach dem Krieg mit dem Aufbau von SB-Warenhäusern begannen.

Über Globus

1828 im saarländischen St. Wendel gegründet, feiert das Unternehmen Globus in diesem Jahr seinen 185. Geburtstag. Das Familienunternehmen ist konzernunabhängig und eines der führenden Handelsunternehmen in Deutschland. Rund 15.000 Menschen arbeiten in den Globus SB-Warenhäusern in Deutschland, über 34.000 Menschen sind es, wenn man die Fachmärkte und die Standorte in Tschechien und Russland hinzurechnet. Zur Globus Gruppe gehören rund 160 Märkte, SB-Warenhäuser, Globus Drive-Stationen, Baumärkte und Elektrofachmärkte, die mehr als 6 Mrd. Euro Gesamtumsatz erzielen.

Seit 2008 trägt das Handelsunternehmen für seine mitarbeiterorientierte Personalpolitik das Zertifikat „berufundfamilie“. 2012 ehrte die Bundesfamilienministerin es als eines der familienfreundlichsten Unternehmen Deutschlands. Die Kunden geben Globus beim jährlichen „Kundenmonitor“, der bekanntesten Bewertung deutscher Großflächen-Einzelhändler, Bestnoten. Von Experten wurde ein Globus-Haus kürzlich zum „Supermarkt des Jahres“ gekürt und das Verbraucherministerium BMELV zeichnete eine der Bäckereien von Globus aus.

Seine sozialen Engagements fasst Globus unter anderem in der Globus-Stiftung zusammen, die verschiedene soziale und karitative Anliegen unterstützt und in Krisen, etwa bei der Hochwasserkatastrophe in diesem Jahr, Hilfe leistet.

Pressekontakt:

Uta Lipinski | Globus Holding GmbH & Co. KG | Leipziger Str. 8 | 66606 St. Wendel |
Tel: 06851/909-3319 | E-Mail: u.lipinski@globus.net

www.globus.de