



Presse-Information

Globus Gruppe schließt erfolgreiches Geschäftsjahr ab Eröffnung des elften Hypermarkts in Russland Umfangreiche Investitionen in neue Standorte Die Großfläche der Zukunft in Koblenz Neuer Geschäftsbereich: das Kleinflächenkonzept fridel markt&restaurant Innovation als Teil der Unternehmenskultur 50 Jahre „Globus verbindet ...“ Miteinander füreinander leisten Aktuelle Auszeichnungen bestätigen das Geschäftskonzept von Globus

St. Wendel, 8. Oktober 2015. Die Globus Gruppe schließt mit großem Erfolg das Geschäftsjahr 2014/15 (1.7.2014 bis 30.6.2015) ab. Im Vergleich zum Vorjahr stieg der Umsatz um 106 Mio. Euro auf 6,98 Mrd. Euro. Dies entspricht einem EBIT von 224,1 Mio. Euro (3,7 Prozent des Nettoumsatzes). Die Baufachmärkte konnten im Vergleich zum Vorjahr um 10,3 Prozent auf 1,54 Mrd. Euro zulegen. Die Fachmärkte insgesamt (Baumärkte und Alphatecc.-Elektrofachmärkte) verzeichnen einen Umsatz von 1,62 Mrd. Euro und damit ein Plus von 9,1 Prozent. 3,26 Mrd. Euro des Gesamtumsatzes entfallen auf die deutschen SB-Warenhäuser. Der leichte Umsatzrückgang um 1,1 Prozent geht insbesondere auf die Preisentwicklung der Tankstellen zurück. Die russischen und tschechischen Hypermärkte verzeichnen insgesamt einen Umsatz von 2,1 Mrd. Euro. In Russland stieg der Umsatz um 32 Mio. Euro auf 1,16 Mrd. Euro, was einem Plus von 33,8 Prozent vor Währungseffekten entspricht. Globus ist damit auf einem guten Weg, seine Marktposition weiter auszubauen.

Eröffnung des elften Hypermarkts in Russland

„Wir werden in Russland mit offenen Armen empfangen und freuen uns auf die Eröffnung unseres elften Standortes im November 2015 in Puschkino“, sagt Thomas Bruch, geschäftsführender Gesellschafter der Globus Holding. Im zurückliegenden Geschäftsjahr eröffnete Globus gleich zwei neue Märkte. Im November 2014 ging das Haus in Elektrostal ans Netz und im April 2015 kam der zehnte Standort in Tula im Großraum Moskau hinzu. Die anhaltende Expansion von Globus in Russland findet ihre Entsprechung in dem großen Zuspruch der russischen Kunden. Trotz der angespannten politischen und wirtschaftlichen Lage verzeichnet Globus an allen Standorten stabile Umsätze und liegt teilweise deutlich über Plan. „Wie in Deutschland setzen wir auch in Russland auf die Kooperation mit regionalen Lieferanten“, sagt Thomas Bruch. Dank der starken regionalen Verwurzelung und der Zusammenarbeit mit außereuropäischen Partnern finden die Kunden bei Globus trotz wirtschaftlicher Sanktionen ein lückenloses Sortiment vor.

Umfangreiche Investitionen in neue Standorte

Für die Neu- und Umbauten in Russland investierte Globus mehr als 140 Mio. Euro. „Wir halten unser Investitionsniveau im In- und Ausland weiterhin hoch und legen neben Neubauten ein großes Augenmerk auf die Modernisierung bestehender Flächen“, sagt Christian Heins, bei Globus Geschäftsführer für Finanzen. Mit insgesamt 32,1 Mio. Euro finanzierte Globus die Neubauten der Baufachmärkte in Kaltenkirchen und Peine sowie die Integration fünf ehemaliger Max-Bahr-Standorte in Dessau, Wolfsburg, Oldenburg, Oststeinbeck und Salzgitter. Damit bauen die Globus Baufachmärkte ihr Netz weiter aus und unterstreichen ihre immer stärker



werdende Marktposition. Die SB-Warenhäuser setzen derzeit mit der Eröffnung ihres Marktes in Koblenz-Bubenheim neue Maßstäbe. Insgesamt flossen rund 40 Mio. Euro in das Projekt, das deutschlandweit große Aufmerksamkeit erhielt. SB-Warenhäuser und Baufachmärkte setzen ihre Expansion gemeinsam in Rüsselsheim fort. Beide eröffnen auf dem Gelände der ehemaligen real- und Praktiker-Märkte neue Häuser. Nach Kaiserslautern, Bobenheim, Hockenheim, Hattersheim, Wiesbaden-Nordenstadt, Stockstadt, Maintal und Limburg ist Rüsselsheim der neunte real-Standort, den Globus integriert und mit einer Investitionssumme von mehr als 30 Mio. Euro revitalisiert. Die Eröffnung ist für Ende 2016 geplant.

Die Großfläche der Zukunft in Koblenz

„In Rüsselsheim wollen wir an die erfolgreiche Standortentwicklung von Koblenz anknüpfen“, sagt Johannes Scupin, Sprecher der Geschäftsführung Globus SB-Warenhäuser. Mit der Eröffnung des SB-Warenhauses in Koblenz-Bubenheim im September 2014 brachte Globus seinen modernsten Markt in Deutschland ans Netz. Auf 10.000 Quadratmetern Verkaufsfläche präsentiert Globus rund 80.000 Produkte. Flache Regale, breite Gänge, LED-Beleuchtung und zeitgenössische Architektur sorgen für schnelle Orientierung und angenehme Einkaufsatmosphäre. Das Herz des neuen Marktes bildet der rund 1.400 Quadratmeter große „Marktplatz der Frische“ mit Obst und Gemüse, Fisch, Sushi, Käse, Salaten und Antipasti. Ein weiteres Aushängeschild ist die rund 800 Quadratmeter große Gastronomie mit dem angesagten Front-Cooking-Konzept. Von der traditionellen Küche mit regionalen Spezialitäten über Pizza aus dem Steinofen bis hin zu Wok-Gerichten zeichnen Eigenproduktion und Vielfalt das Globus Restaurant aus. Zahlreiche Preise, unter anderem der Handelsimmobilienpreis „Store of the Year 2015“ in der Kategorie „Food“ des Handelsverbands Deutschland und die Auszeichnung als „Supermarkt des Jahres“ in der Kategorie „Zukunftsmarkt“ durch die Lebensmittel Praxis, unterstreichen den großen Erfolg.

Neuer Geschäftsbereich: das Kleinflächenkonzept fridel markt&restaurant

„Neben unserem Kerngeschäft, dem Handel auf Großflächen, testen und entdecken wir in Deutschland auch neue Handelsformate“, erklärt Johannes Scupin, Sprecher der Geschäftsführung Globus SB-Warenhäuser. Im April 2015 eröffnete das neue Kleinflächenkonzept fridel markt&restaurant in Saarbrücken seine Türen. Der Markt vereint in innerstädtischer Lage Convenience-Markt, Restaurant und Online-Drive. Im Pilotmarkt in Saarbrücken finden die Kunden auf rund 450 Quadratmetern 3.000 ausgewählte Artikel aus den Bereichen Food und Non Food. Sowohl im Markt als auch im Restaurantbereich (800 qm) stehen handwerklich hergestellte, frische Convenience-Produkte im Fokus. Über Globus Drive können die Kunden mehr als 6.000 Waren online bestellen und den Einkauf an der Abholstation im Markt abholen.

Innovation als Teil der Unternehmenskultur

„Projekte wie fridel, Globus Drive oder das Innovative Retail Laboratory (IRL) sind unsere Versuchsfelder. Hier leisten wir uns Investitionen in Forschung und Entwicklung, bei denen es zunächst um den Gewinn an Erkenntnissen geht“, erläutert Thomas Bruch. So sammelt Globus mit seinem Drive-Konzept Erfahrungen mit dem Online-Geschäft und arbeitet gemeinsam mit Wissenschaftlern des Innovative Retail Laboratory (IRL) an innovativen Services der Zukunft. Die Kunden können an dieser Forschungsarbeit unmittelbar teilnehmen und die Ergebnisse gleich selbst ausprobieren. Im SBW Koblenz hilft ihnen z. B. der Artikelfinder, den schnellsten Weg zum gewünschten Produkt zu gehen, und der Self-Checkout-Service „Scan&Go“ vereinfacht den Bezahlvorgang. „Die Verknüpfung von Tradition und Innovation ist es, was uns als Unternehmen auszeichnet“, sagt Thomas Bruch.



50 Jahre „Globus verbindet“

Pionierarbeit leisteten auch Dr. Walter Bruch und Werner Martin, als sie vor 50 Jahren, 1965, ihre Idee eines großflächigen Verbrauchermarktes in das Handelsregister eintragen ließen. Diesen Meilenstein feierte Globus zwischen Mai und Oktober 2015 deutschlandweit mit seinen Kunden. Neben zahlreichen Aktionen und Gewinnspielen in den Häusern erweckt Globus das Jubiläumsmotto „Globus verbindet“ auf ganz besondere Weise zum Leben. An allen Standorten planen und bauen Globus-Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gemeinsam mit einem regionalen Projektpartner einen Garten für ihre Region. Nach einem großen Eröffnungsfest, zu dem Kunden, Bürger, soziale Einrichtungen und natürlich die Globus-Mitarbeiter eingeladen sind, ermöglicht Globus Gruppen und Vereinen, den Garten auf ganz unterschiedliche Weise zu nutzen. Hier kann in Workshops und Lehrpfaden an die Natur herangeführt werden, man findet Erholung oder trifft sich zum Spielen und Zusammensein. Los ging es bereits mit sieben Pilotgärten in Völklingen, Ludwigshafen, Gera, Isserstedt, Plattling, Rostock und Zwickau. Bis 2016 entstehen deutschlandweit an allen 46 Standorten Globus Gärten.

Miteinander füreinander leisten

„Die Globus Gärten symbolisieren, worauf es uns als Arbeitsgemeinschaft ankommt, nämlich miteinander und füreinander zu leisten“, sagt Johannes Scupin, Sprecher der Geschäftsführung Globus SB-Warenhäuser. Täglich bringen sich rund 43.000 Menschen an rund 170 Standorten mit Engagement, Fachkenntnis und Kreativität bei Globus ein. Davon sind 17.900 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bei den deutschen SB-Warenhäusern beschäftigt. Mehr als 8.000 Menschen gestalten den Erfolg der Baufachmärkte. Ihnen allen eröffnet Globus die Möglichkeit, sich in die Entwicklung des Unternehmens einzubringen und daran zu partizipieren. Bereits seit 1990 ermöglicht Globus seinen Mitarbeitern, sich als stille Gesellschafter am Unternehmen zu beteiligen. Dafür spricht Globus als eine von sieben Mitarbeitergarantien die „Mitunternehmer-Garantie“ aus. Weitere Garantien sind die „Azubi-Übernahme-Garantie“, die „Altersvorsorge-Garantie“ oder die „Treue-Garantie“ für eine Jubiläumsvergütung nach Betriebszugehörigkeit.

Aktuelle Auszeichnungen bestätigen das Geschäftskonzept von Globus

„Wir wollen für unsere Mitarbeiter die bestmöglichen Rahmenbedingungen schaffen und besonders die Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben erleichtern“, erklärt Thomas Bruch. Für das diesbezügliche Engagement ist Globus zum dritten Mal in Folge mit dem Zertifikat „audit berufundfamilie“ der Hertie Stiftung unter der Schirmherrschaft des Bundesfamilienministeriums ausgezeichnet worden. Dass die Balance stimmt und sich die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter unbeschwert und dadurch erfolgreich ihrer Aufgabe widmen können, belegen die Bestnoten des Kundenmonitors 2015. Zum siebten Mal in Folge führt Globus 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. Gleiches gilt für den Fruchthandel Magazin Retail Award für die beste Obst- und Gemüseabteilung, den Globus 2015 zum dritten Mal in Folge und insgesamt zum vierten Mal verliehen bekam.