



Presse-Information

Globus-Gruppe überschreitet die 7-Milliarden-Euro-Schwelle

St. Wendel, 13. Oktober 2016. Die Globus-Gruppe überschreitet erstmalig die 7-Milliarden-Euro-Marke und schließt das Geschäftsjahr 2015/16 (1.7.2015 bis 30.6.2016) mit einem Umsatz von 7,08 Mrd. Euro ab. Damit kann die Globus-Gruppe ihre Umsätze im Vergleich zum Vorjahr um 86 Mio. Euro (1,2 Prozent) steigern und erreicht ein EBIT von 213,1 Mio. Euro (3,46 Prozent des Nettoumsatzes). „Aus Sicht der Globus-Gruppe sind wir mit dem zurückliegenden Geschäftsjahr sehr zufrieden. Dabei weisen die einzelnen Geschäftsbereiche unterschiedliche Entwicklungen auf, wobei die der Baumärkte und von Globus Russland besonders erfreulich sind“, erklärt Christian Heins, Geschäftsführer Finanzen der Globus-Holding. Wachstumsmotor sind weiterhin die Baumärkte, die im Vergleich zum Vorjahr erneut um 5,5 Prozent auf 1,63 Mrd. Euro zulegen. 3,28 Mrd. Euro des Gesamtumsatzes entfallen auf die deutschen SB-Warenhäuser, die damit ihren Umsatz stabil halten. In Russland steigen die Umsätze in russischen Rubeln um 22,5 Prozent und gehen in Euro aufgrund von Währungseffekten leicht auf 1,15 Mrd. Euro zurück. Globus in Tschechien steigert seine Umsätze im Vergleich zum Vorjahr um 12,9 Mio. Euro auf 952 Mio. Euro.

Die Globus-Mitarbeiter

Vom Mitarbeiter zum Mitunternehmer

„Den gemeinsam erwirtschafteten Gewinn verstehen wir bei Globus als Saatgut für die Zukunft und lassen ihn zu großen Teilen in die Arbeitsgemeinschaft zurückfließen“, sagt Thomas Bruch, geschäftsführender Gesellschafter der Globus-Gruppe. Insgesamt gestalteten rund 43.200 Menschen, davon 18.400 in den deutschen SB-Warenhäusern, 8.500 in den Globus Fachmärkten, 8.600 in Russland und 7.700 in Tschechien das Unternehmen im vergangenen Geschäftsjahr. Damit sich die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bestmöglich entfalten und umfangreich in das Unternehmen einbringen können, setzt Globus konsequent auf das Befähigen und Beteiligen. Zahlreiche Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten, u. a. zum IHK-zertifizierten Fachberater für verschiedene Warenbereiche, duale Studiengänge oder Sortimentsschulungen ermöglichen es den Mitarbeitern, sich noch besser in die betrieblichen Abläufe zu integrieren und persönlich weiterzuentwickeln. Das Verständnis des Mitarbeiters als Mitunternehmer findet seine Entsprechung zudem in der wirtschaftlichen Beteiligung der Mitarbeiter am Unternehmen. Mehr als 8.500 von ihnen sind als stille Gesellschafter wirtschaftlich an Globus beteiligt. Auch Familienfreundlichkeit spielt bei Globus eine große Rolle: Für die gute Vereinbarkeit von Beruf und Familie wurde Globus SBW 2015 zum wiederholten Mal mit dem Zertifikat „audit berufundfamilie“ ausgezeichnet.



Die Globus SB-Warenhäuser

Vom Lebensmittelmarkt zum Lebensmittelpunkt

Mit einem Marktanteil von 1,7 Prozent ist Globus SB-Warenhaus im deutschen Lebensmitteleinzelhandel so etwas wie der „Kleine unter den Großen“. An den insgesamt 46 Standorten aber kennen die Mitarbeiter die Wünsche ihrer Kundinnen und Kunden genau, stimmen Sortiment und Service passgenau darauf ab und machen Globus so zum „local hero“. Auf dem Kurs in Richtung Zukunft profitieren die SB-Warenhäuser zusätzlich von der ausgeprägten Innovationskraft innerhalb des Unternehmens. „Im zurückliegenden Geschäftsjahr konnten wir weitere wichtige Schritte auf unserem Weg vom klassischen SB-Warenhaus hin zu unserem ganz eigenen Vertriebstyp machen“, sagt Johannes Scupin, Sprecher der Geschäftsführung Globus SB-Warenhaus. Ziel ist es, die händlerische Kernkompetenz und die Stärken im Sortiment immer mehr mit dem handwerklichen Können in der Eigenproduktion und der Angebotsvielfalt in der Marktplatz-Gastronomie zu verzahnen und so ein Erlebnis zu schaffen, das die Kundinnen und Kunden zum Verweilen einlädt. Wichtiger Meilenstein ist der Bau des jüngsten Marktes in Rüsselsheim. Insgesamt investierte das Unternehmen 33,5 Millionen Euro, um hier unter anderem sein innovatives Gastronomie-Konzept mit Front-Cooking und Mitnahmeservice zu verwirklichen und sein Sortiment neuartig zu präsentieren. Gleichzeitig schloss es im vergangenen Geschäftsjahr rund 80 Projekte zur Modernisierung und Weiterentwicklung der SBW-Häuser ab. So wurde in St. Wendel die deutschlandweit 32. Meisterbäckerei mit der Besonderheit einer Konditorei mit eigener Baumkuchenherstellung eingerichtet. In Leipzig-Seehausen entstand die erste deutsche „Culinaria“ und die Märkte in Plattling und Leipzig-Seehausen setzten das neue Globus Gastronomie-Konzept mit modernem Front-Cooking um. In Saarbrücken testet Globus seit April 2015 das Kleinflächenkonzept „fridel markt&restaurant“, das 2015/16 sein erstes vollständiges Geschäftsjahr abschließt. Die anhaltend stark steigende Kundenzahlen belegen, dass Globus mit „fridel“ den Puls der Zeit getroffen hat.

Die Globus Fachmärkte

Zukunftsorientierte Vision und anhaltend positive Umsatzentwicklung

Auch die Globus Fachmärkte setzen auf neue Konzepte sowie ein immer dichter werdendes Vertriebsnetz und knüpfen mit dieser Strategie an den Erfolg des Vorjahres an. „Die Tatsache, dass sich die Globus Baumärkte deutlich besser entwickeln als der Wettbewerb, unterstreicht die Zukunftsfähigkeit unseres Geschäftsmodells“, sagt Erich Huwer, Sprecher der Geschäftsführung der Globus Fachmärkte. Mit der Eröffnung des Baumarktes in Göttingen schlossen die Globus Fachmärkte die Integration der insgesamt 11 Max-Bahr- und Praktiker-Märkte ab und sind an nunmehr 90 Standorten vertreten. Darüber hinaus wurden einige hela Profi Zentren umgebaut und auf Globus Baumarkt umgeflaggt, so Bitburg, Hermeskeil und Merzig sowie Bettembourg und Junglinster in Luxemburg. Mit der Fertigstellung des eigenen Online-Shops im Juli 2015 stellten die Globus Baumärkte die Weichen überaus erfolgreich in Richtung Zukunft. Inzwischen bieten die Baumärkte über 50.000 Artikel online an, die auch online reserviert und spätestens nach vier Stunden im Markt der Wahl abgeholt werden können. Bis zu 40.000 Besucher pro Tag nutzen dieses neue Online-Angebot, wodurch Globus Baumarkt einen zusätzlichen Umsatz generiert, der doppelt so hoch ist wie der eines durchschnittlichen Baumarktes in Deutschland. Erfolgreich ist auch die zukunftsorientierte Sortimentserweiterung der Baumärkte unter der Überschrift „altersgerechte



Assistenzlösungen“. So verfügen inzwischen alle Baumärkte über ein umfangreiches Sortiment in den Bereichen Mobilität, Alltagshilfen und Diagnostik und erschließen sich damit ein stark nachgefragtes Sortiment. Unterdessen laufen in Saarlouis die Bauarbeiten für den modernsten Globus Baumarkt auf Hochtouren. Eine Verkaufsfläche von ca. 20.000 m², ein auf die Kundenwünsche optimal abgestimmtes Sortiment und zahlreiche technische Innovationen sorgen voraussichtlich Ende 2016 für ein besonderes Einkaufserlebnis.

Globus Russland

Anhaltender Kundenzuspruch und weiter steigende Umsätze

Globus Russland feiert 2016 sein 10-jähriges Jubiläum und freut sich auf die Eröffnung seines 12. Marktes in Odinzowo, im Oblast Moskau. Gleichzeitig arbeitet das Unternehmen an der Entwicklung eines neuen, noch moderneren Vertriebstyps. „Wir wollen die Expansion zielgerichtet weiter vorantreiben und mindestens ein bis zwei neue Standorte pro Jahr eröffnen“, erklärt Volker Schaar, Sprecher der Geschäftsführung Globus Russland. Um mit diesem Wachstum auch logistisch Schritt zu halten, nahm Globus im September 2015 ein neues Logistikzentrum in Sofrino mit einer Fläche von 45.000m² in Betrieb. Hier werden ca. 65 Prozent aller Waren aus dem Frische-, Trocken- sowie Non Food-Sortiment kommissioniert und verschickt. Bei der Sortimentsgestaltung setzt Globus Russland weiterhin stark auf die Zusammenarbeit mit russischen Lieferanten und wählt, wo möglich, Lieferanten aus der unmittelbaren Nachbarschaft der einzelnen Märkte. Dadurch konnten die wirtschaftlichen Sanktionen auf westliche Lebensmittel gut aufgefangen und den Kunden durchgehend ein lückenloses Sortiment angeboten werden. Die Kunden schätzen Globus und unterstreichen mit ihrem Einkaufsverhalten, dass Globus besonders auch in wirtschaftlich schwierigen Zeiten für sie attraktiv bleibt. Dadurch konnte die Eröffnung des jüngsten Marktes in Puschkino zur erfolgreichsten in der zehnjährigen Globus Russland-Geschichte werden und auch insgesamt freut sich Globus Russland über deutlich steigende Umsätze. Eine anhaltend große Herausforderung stellen die Wechselkursschwankungen dar. Dem begegnet Globus mit der Finanzierung in russischen Rubeln und Sicherungsgeschäften.

Globus Tschechien

Neue Konzepte bestimmen den Kurs in Richtung Zukunft

In Tschechien betreibt Globus 15 Standorte und feiert 2016 mit seinen Kundinnen und Kunden sein 20-jähriges Bestehen. Wie in Deutschland setzt Globus auch in Tschechien auf Qualität, Frische und Handwerk und kann sich mit einem hervorragenden Preis-Leistungs-Verhältnis gegenüber den Wettbewerbern erfolgreich positionieren. Darauf zahlten auch die Investitionen in interne Strukturen ein, mit dem Ziel, die Produktivität deutlich zu steigern. Gleichzeitig ist das Unternehmen in Tschechien für seine Innovationsfreude bekannt. So ist beispielsweise das kontaktlose Bezahlen in tschechischen Globus-Märkten längst zum Standard geworden und auch „Scan&Go“, als Weiterentwicklung des Self-Scannings, wird von den Kunden sehr gut angenommen. 2016 ging Globus mit seinem Online-Weinshop „Vinothek“ live. „Der E-Shop Vinothek ist für uns ein Feld, auf dem wir Erfahrungen sammeln, die auch für die Einrichtung eines Online-Shops mit erweitertem Sortiment wichtig sind“, sagt Hans-Jörg Bauer, Sprecher der Geschäftsführung Globus Tschechien. In seinem Kerngeschäft konzentriert sich das Unternehmen auf



die bestmögliche Abstimmung zwischen Kundenwünschen und händlerischem Angebot und perfektioniert u. a. sein Convenience-Sortiment aus eigener Herstellung.

Immobilien

Flexibilität und Sicherheit durch Eigentum

Die Globus-Gruppe ist bei deutlich über der Hälfte ihrer Märkte Eigentümerin der jeweiligen Immobilie. Eigentum auf der einen Seite und Fachexpertise rund um das Thema Immobilien auf der anderen Seite verschaffen Globus die notwendige Freiheit und Flexibilität, bedarfsgerecht und langfristig in die nationalen und internationalen Standorte zu investieren. Im Bereich SB-Warenhaus Deutschland wurden im Geschäftsjahr 2015/16 mehr als 80 Umbau- und Renovierungsprojekte umgesetzt. Gleichzeitig treibt Globus die Expansion weiter voran und setzt in Zeiten hoher Genehmigungshürden besonders auf Flächenübernahmen. Die Globus Fachmärkte schlossen im Oktober 2015 die Integration von insgesamt elf ehemaligen Max-Bahr-Märkten ab und planten nach umfangreichen Umbauten die Neueröffnung des ehemaligen hela-Marktes in Merzig unter neuer Globus Baumarkt-Flagge. Umgeflaggt wurden auch die hela Profi Zentren in Bitburg und Hermeskeil sowie Bettembourg und Junglinster in Luxemburg. Gleichzeitig entsteht in Saarlouis der modernste Globus Baumarkt Deutschlands und in Rüsselsheim ist nach der Eröffnung des SB-Warenhauses bereits der Baubeginn für den Globus Baumarkt geplant. Wie in Deutschland investiert Globus auch in Russland und Tschechien fortwährend in seine bestehenden Flächen und dadurch in die Attraktivität seiner Märkte. Neben dieser laufenden Instandhaltung werden die einzelnen Globus-Märkte durchschnittlich alle 10 Jahre umfangreich revitalisiert. Die neusten Globus-Konzepte werden maßgeschneidert am jeweiligen Standort umgesetzt und der Markt damit auf den jeweils aktuellen Stand der Entwicklung gebracht.

Investitionen

Umfangreiche Investitionen in Expansion und Revitalisierung

Die Globus-Gruppe investierte im zurückliegenden Geschäftsjahr insgesamt rund 321 Millionen Euro, einen Großteil davon in den Bereich „Immobilien“. „Unser Investitionsniveau, insbesondere in bestehende Immobilien und neue Flächen, ist anhaltend hoch“, sagt Christian Heins, Geschäftsführer Finanzen der Globus-Holding. Die deutschen SB-Warenhäuser investierten insgesamt 37,8 Mio. Euro in neue Häuser, die Regeneration bestehender Märkte und den Ausbau der Globus-Eigenproduktion. Unterdessen investierten die Fachmärkte 31,5 Mio. Euro in die Umflaggung der hela Profi Zentren in Bitburg und Hermeskeil sowie in Bettembourg und Junglinster (Luxemburg), in den umfangreichen Umbau in Merzig und in den Neubau in Göttingen. In Russland flossen 81,2 Mio. Euro in die Grundstücksicherung in Odinzowo, den dortigen Baubeginn, in den Ende November 2015 neu eröffneten Markt in Puschkino sowie zahlreiche Umbauten. Globus Tschechien baute seine Märkte in Brünn, Pardubice und Chomutov um und erweiterte in seinem Zentrallager die Bereiche für Food Frische sowie Obst und Gemüse deutlich.



Auszeichnungen

Globus hat die zufriedensten Kunden

Aktuelle Auszeichnungen belegen, dass Globus die Wünsche seiner Kunden kennt und seine Konzepte erfolgreich darauf abzustimmen weiß. Im Kundenmonitor Deutschland 2016, der bundesweit umfassendsten Verbraucherstudie, sehen die Kunden die SB-Warenhäuser in 20 Kategorien, davon in allen fünf Hauptkategorien, auf Platz 1 unter den SB-Warenhäusern. In der wichtigsten Kategorie, der Globalzufriedenheit, erreichten die Globus SB-Warenhäuser mit der Note 1,93 sogar Platz 1 unter allen Lebensmittelmärkten Deutschlands. Die Globus-Stärken Eigenproduktion und Frische akzentuieren Auszeichnungen wie der Bundesehrenpreis für Backwaren, den das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) auslobt, sowie das Gastronomie-Qualitätssiegel „Q“ der Tourismus-Zentrale Saarland oder der „Fruchthandel Magazin Retail Award“ für die beste Obst- und Gemüseabteilung Deutschlands. Das Engagement der SB-Warenhäuser auf dem Gebiet der ökologischen Nachhaltigkeit ist mit dem EHI Energiemanagement Award ausgezeichnet. Der Preis wird jährlich an Handelsunternehmen verliehen, die besonders innovative Konzepte zu Energieeinsparung und Klimaschutz realisiert haben.

Auch das Image der Globus Baumärkte liegt weit über dem Branchenschnitt. So belegen die Baumärkte beispielsweise im „Kundenmonitor Deutschland“ insbesondere bei den personalbasierten Leistungsfaktoren regelmäßig erste Plätze. Gleichzeitig erreichen die Baumärkte in der bedeutendsten DIY-Studie des Dähne Verlags in Zusammenarbeit mit „Konzept & Markt“ zum achten Mal in Folge den ersten Platz in der Kategorie Kundenzufriedenheit. Auch in der Studie „Fanfocus Deutschland 2016“ lassen die Baumärkte ihre Wettbewerber hinter sich. Alle diese Studien belegen, dass Globus Baumarkt die qualifiziertesten, freundlichsten und hilfsbereitesten Mitarbeiter in der deutschen Baumarktbranche hat und sich damit eindeutig und einzigartig im deutschen DIY-Markt positioniert. Als einziges Do-it-yourself-Handelsunternehmen in Deutschland wurden die Globus Fachmärkte 2015 zudem mit der ISO-Norm für Arbeits- und Umweltschutzmanagement zertifiziert.

Die russischen Hypermärkte wurden im Rahmen der Russian Retail Week im Juni 2015 mit dem Preis für den besten Händler ausgezeichnet und erhielt zudem den „Private Label Award 2016“ für die beste Eigenmarke im Food-Bereich. „Die zahlreichen Belobigungen zeichnen unsere händlerische Kompetenz aus und belegen, dass wir als Unternehmen erfolgreich aufgestellt sind. An erster Stelle aber stehen unsere Kundinnen und Kunden, die uns mit ihren Einkäufen Tag für Tag Rückmeldung zu unserer Leistung geben. Ihre Wünsche sind es, die unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bestmöglich erfüllen möchten“, sagt Thomas Bruch, geschäftsführender Gesellschafter der Globus-Gruppe.