

28.03.2006 – 12:00 Uhr

Globus-Gruppe: Gewinn verdoppelt



Zürich (ots) -

- Hinweis: "Nettoumsätze", "Konzernerfolgsrechnung" und "Statistische Angaben Gruppe" als pdf-Datei, sowie Bildmaterial (zusätzlich über www.eqimages.ch verbreitet) ist abrufbar unter: <http://www.presseportal.ch/de/story.htx?firmaid=100004627> -

Die Globus Warenhäuser, Herren Globus, Interio und Office World steigerten den vergleichbaren Nettoumsatz auf unveränderter Verkaufsfläche um 2.5% auf 1104.2 Mio. CHF. Der Konzerngewinn wurde mit 33.4 Mio. CHF (Vorjahr 13.0 Mio. CHF) mehr als verdoppelt und übertraf damit die Erwartungen deutlich. Dieses gute Ergebnis bestätigt die vor drei Jahren eingeschlagene Strategie der Konzentration auf die starken Marken im Inland. Als letzter Schritt im Bereinigungsprozess soll nun auch noch die Führungsstruktur vereinfacht werden.

Die Globus Warenhäuser (+ 2.6%) steigerten den Umsatz auf leicht reduzierter Verkaufsfläche; Wachstumstreiber waren vor allem die ***delicatessa (+ 5%), die Accessoires (+ 6%) und die Parfümerie (+ 5%) sowie die Herrenmode (+ 5%). Auch Herren Globus (+ 5.0%) und Interio (+ 2.1%) erarbeiteten ein Wachstum auf unveränderter Verkaufsfläche. Office World (+ 2.1%) steigerte den Umsatz bei leichter Expansion, wobei das Online-Geschäft um 15% zunahm. Die Umsatzminderung von Interio Deutschland (- 22.4%) ist bedingt durch den Marktrückzug Ende 2005 (siehe Medienmitteilung vom 23. 8. 2005). Zusammen mit den Liegenschaftenerträgen sowie diversen Umsätzen (siehe Tabelle Nettoumsätze, "Übrige") erzielten die Detailhandelsunternehmen einen vergleichbaren Nettoumsatz von 1104.2 Mio. CHF, was einem Wachstum von 2.5% entspricht.

Die im Jahr 2004 abgeschlossene Restrukturierung der Gruppe (Schliessung Oviessa und Globest) sowie eine im Berichtsjahr geänderte Buchungspraxis bezüglich der Umsätze von Drittpartnern verminderten den Nettoumsatz der Gruppe um 6.5% auf 1105.6 Mio. CHF.

Operatives Ergebnis markant gesteigert

Die Globus-Gruppe, im Berichtsjahr erstmals von Altlasten befreit, steigerte das operative Ergebnis (EBIT) um 33.5 Mio. CHF auf 35.0 Mio. CHF (Vorjahr 1.5 Mio.) und übertraf damit die Erwartungen. Alle Unternehmungen - Globus, Herren Globus, Office World und Interio - haben zu diesem guten Ergebnis beigetragen. In allen Unternehmungen wurden zudem Effizienz-Projekte durchgeführt, welche die Betriebskosten gegenüber dem Vorjahr senkten. Zusammen mit dem Finanzergebnis und den Steuern ergab sich mit 33.4 Mio. CHF (Vorjahr 13 Mio. CHF) ein zweieinhalb Mal höherer Konzerngewinn.

Investition in die starken Marken

Grösstes Globus-Projekt des Berichtsjahres war die Neugestaltung des Flagships an der Bahnhofstrasse in Zürich, das Ende September nach 14-monatiger Umbauzeit in neuem Glanz eröffnet wurde. Die Kundinnen und Kunden nahmen das Haus, in das 46 Mio. Franken investiert wurden, mit Begeisterung auf; sie honorierten auch die mutige Verlegung der Parfümerie in den ersten Stock, wo eine Welt der Schönheit und des Wohlfühlens geschaffen wurde, mit deutlich höheren Umsätzen. Das Sortiment wurde vollständig überarbeitet und um 70 neue Marken erweitert. Weitere geplante Erneuerungen im laufenden Jahr sind Umbauten im Globus in Lausanne (Parterre) und im Globus in Genf (Heim & Haushalt).

Die neue Ausrichtung von Herren Globus, dessen Ziel der weitere Ausbau der Modekompetenz und der Dienstleistungen ist, wurde in den grossen Filialen in Basel, Bern und Zürich nachhaltig mit Erfolg honoriert. Im Bereich Businessmode erzielten die erweiterten Hugo Boss-Shops und in der Freizeitmode die neuen, exklusiv von Herren Globus geführten Swiss-Cross-Shops von Strellson, markante Umsatzsteigerungen. Herren Globus plant eine weitere Expansion; neue Standorte werden geprüft. Im Berichtsjahr wurde die Filiale in Vevey erneuert.

Office World baute sowohl das stationäre als auch das Online-Geschäft aus. Ende September 2005 wurde im Einkaufszentrum Zugerland mit bester Verkehrsanbindung der 18. Fachmarkt eröffnet. Weitere Standorte werden gesucht und geprüft, um ein Verkaufsnetz mit nationaler Abdeckung zu realisieren. Die Funktionalitäten und das Sortiment des office-world.ch-shop wurden ausgebaut; er erzielte ein Wachstum von 15%; der Durchschnittseinkauf lag bei guten 220 CHF.

Interio verlegte sein Einrichtungshaus in Emmenbrücke ins Einkaufszentrum Meierhöfli, wo das Geschäft im März 2005 mit neuem Erscheinungsbild eröffnet wurde und auf Antrieb höhere Umsätze generierte. Mit frischer, jugendlicher Ausstrahlung bietet die Filiale viel Einkaufserlebnis. Die Gestaltungsideen des Hauses sind nun wegleitend für die weitere Erneuerung der Filialkette. Im laufenden Geschäftsjahr ist der Umbau des Einrichtungshauses in Dübendorf geplant, der umsatzstärksten Filiale von Interio.

"Top Prozesse": Mehr Wertschöpfung

Die Globus Warenhäuser entwickelten mit dem Projekt "Globus to the Top" in zwei Jahren Sortiment, Warenpräsentation und Service und positionierten dadurch Globus als gehobenes, modisch aktuelles und innovatives Unternehmen. Ergänzend dazu wurde nun im Berichtsjahr das Projekt "Top Prozesse" in Angriff genommen, das gleichzeitig auch bei Herren Globus umgesetzt wird. Das Projekt ist nicht in erster Linie ein Rationalisierungsprogramm, sondern setzt sich vielmehr zum Ziel, die Ressourcen besser einzusetzen und dadurch die Wertschöpfung in den Arbeitsprozessen zu steigern. Dazu zählt sowohl eine höhere Warenbereitschaft im Verkauf als auch eine bessere Steuerung des Warenflusses vom Lieferanten über das Verteilzentrum bis in den Laden. Das Projekt soll anschliessend auch von Interio und Office World umgesetzt werden.

Anpassung der Führungsstruktur

Im Zuge der Bereinigung der Geschäftszweige wurde der Umsatz der Globus-Gruppe seit 2002 nahezu halbiert und der Kreis der Unternehmen auf die starken Marken im Inland konzentriert. Die Führungsstruktur der Gruppe soll nun diesen Gegebenheiten angepasst und vereinfacht werden. Es ist geplant, die Globus Warenhäuser (inkl. Herren Globus), Interio, Office World und die Liegenschaften-Betrieb AG, welche alle Immobilien der Globus-Gruppe vereinigt, als unabhängig voneinander operierende Unternehmungen innerhalb der M-Gemeinschaft zu führen. Weiterhin gilt: "Globus bleibt Globus - Migros bleibt Migros". Die Führungsebene Gruppe wird somit aufgehoben. Die Gruppenfunktionen werden teils in die Unternehmungen integriert, teils als Shared Services vom Globus Warenhaus erbracht oder in die M-Gemeinschaft ausgelagert. Thomas Kern, seit 2002 CEO der Globus-Gruppe, will die Anpassung der Führungsstruktur bis zum 100-Jahr-Jubiläum der Magazine zum Globus im Jahr 2007 abschliessen. Der Umbau auf Gruppenebene soll ohne Entlassungen realisiert werden. Betroffene Mitarbeitende sollen, sofern sie nicht kurz vor der Pensionierung stehen, im neu strukturierten Dienstleistungscenter bleiben oder in die bestehenden Unternehmen übertreten.

"Nettoumsätze", "Konzernerfolgsrechnung" und "Statistische Angaben Gruppe" im Anhang.

Globus-Bilder in Druckqualität Link: <http://globus.steckdesign.ch>

Kontakt:

Ernst Pfenninger
Industriestrasse 171
8957 Spreitenbach
Tel.: +41/58/455'22'04
E-Mail: ernst.pfenninger@globus.ch

Medieninhalte



Globus Zürich Bahnhofstrasse. Weiterer Text über ots. Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Abdruck bitte unter Quellenangabe: "ots/Globus-Gruppe". Texte complémentaire par ots. L'utilisation de cette image est pour des buts rédactionnels gratuite. Reproduction sous indication: "ots/Globus-Gruppe".



Thomas Kern, CEO Globus-Gruppe. Weiterer Text über ots. Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Abdruck bitte unter Quellenangabe: "ots/Globus-Gruppe". Texte complémentaire par ots. L'utilisation de cette image est pour des buts rédactionnels gratuite. Reproduction sous indication: "ots/Globus-Gruppe".

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100004627/100506726> abgerufen werden.