

23.08.2017 – 14:00 Uhr

Im April 2018 entstehen die ersten 27 Globus Fachgeschäfte

Spreitenbach (ots) -

Globus entwickelt sich stationär und online zum grössten Schweizer Shopping-Netzwerk im Premium-Segment. Die Mitte Mai 2017 angekündigte Zusammenführung der Formate Globus, Schild und Herren Globus unter der Dachmarke Globus schreitet planmässig voran. Im April 2018 werden die ersten 27 Schild und Herren Globus Filialen in Globus Fachgeschäfte umgewandelt.

Die schrittweise Umsetzungsplanung der One-Brand-Strategie für die Globus Gruppe ist in vollem Gang. Wie Mitte Mai kommuniziert, stärkt Globus seine Position im Premium-Segment durch die Integration der beiden Modeformate Schild und Herren Globus. Nach einer ersten Standortanalyse werden im April 2018 bereits 27 von 68 Schild und Herren Globus Filialen in Globus Fachgeschäfte für Damen- und/oder Herrenmode umgewandelt und digital mit dem Online-Sortiment verknüpft. «Wir arbeiten mit Hochdruck daran, den Kundinnen und Kunden von Globus, Schild und Herren Globus ein einmaliges Einkaufserlebnis unter dem Dach der Marke Globus zu bieten», erklärt Thomas Herbert, CEO der Magazine zum Globus AG. «Mit den ersten Globus Fachgeschäften starten wir im Frühling 2018 den Aufbau zum grössten Schweizer Einkaufsnetzwerk im Premium-Segment.»

Anpassungen im Netz der Verkaufsstellen im Frühjahr 2018

Die Zusammenführung unter der Dachmarke Globus wird ab Frühjahr 2018 wie angekündigt Anpassungen im stationären Verkaufnetz auslösen. Neben den 27 Umwandlungen werden im kommenden Frühling an drei Standorten (Luzern, Winterthur, Basel) zwei bestehende Filialen in einem Globus Fachgeschäft zusammengeführt. Bei fünf Filialen (Schild Wohlen, Outlet Hinwil, Herren Globus Fribourg, Biel und Lugano) ist im Frühjahr 2018 aufgrund des zu geringen Standortpotenzials die Schliessung unvermeidlich. «Wenn wir eine Ladenfläche freigeben, heisst dies jedoch nicht, dass wir uns für immer verabschieden», betont CEO Thomas Herbert. Neueröffnungen seien sehr gut möglich, insbesondere wenn sich an einem Ort attraktive Standortpotenziale eröffnen. In Zürich Sihlcity ist bereits eine Neueröffnung im Frühling geplant. Mittelfristig sind weitere neue Standorte in Aussicht.

Die weiteren Schild und Herren Globus Verkaufsstellen bleiben bis Anfang 2019 bestehen, wobei die Standortanalyse vertieft wird. Sobald diese abgeschlossen ist, wird informiert, welche Standorte in der zweiten Phase in ein Globus Fachgeschäft überführt werden.

Interne Weiterbeschäftigung betroffener Mitarbeitender steht im Vordergrund

Die strukturellen Veränderungen im Filialnetz betreffen im Frühjahr 2018 rund 30 Vollzeitstellen. Für die betroffenen Mitarbeitenden sucht die Globus Gruppe interne Beschäftigungslösungen, um Kündigungen wenn immer möglich zu vermeiden. Denn wie das Beispiel Sihlcity zeigt, entstehen auch neue Geschäfte. «Wir wollen an attraktiven Standorten neue potenzielle Kundinnen und Kunden ansprechen und können hier gleichzeitig Arbeitsplätze schaffen», erklärt Thomas Herbert. Die Sozialpartner sind eng und frühzeitig in den Veränderungsprozess eingebunden.

Ein Online-Shop, eine Mobile App, eine Kundenkarte

In der Globus Zentrale Spreitenbach laufen derweil die Arbeiten an der Ausgestaltung des künftigen Premium-Sortiments für die stationären Ladengeschäfte und das neue Online-Angebot sowie die entsprechende Einkaufs- und Marketingorganisation. Durch die One-Brand-Strategie werden die Kunden von Vereinfachungen profitieren. Künftig finden sie das umfassende Globus Angebot in einem zentralen Online-Shop sowie in einer Mobile App, und sie profitieren von einer einzigen Kundenkarte.

One-Brand-Strategie und digitale Transformation zur starken Positionierung im Wettbewerb

Die Magazine zum Globus AG ist eine Tochtergesellschaft des Migros-Genossenschafts-Bunds. Sie beschäftigt in der Schweiz rund 3400 Mitarbeitende und ist mit Warenhäusern und Modegeschäften an 83 Standorten präsent (Globus: 15, Schild: 45, Herren Globus: 23). Im Jahr 2016 erzielte die Globus Gruppe einen Umsatz von 879 Mio. Franken. Angesichts des schweizweit massiv schrumpfenden Textilmarkts insbesondere im mittleren Preissegment hat die Migros-Gruppe Mitte Mai 2017 beschlossen, die Strategie der Magazine zum Globus AG auf das wachsende Premium-Segment unter der Dachmarke Globus neu auszurichten sowie die digitale Transformation konsequent voranzutreiben.

Hinweis:

Die Planung für die Umwandlung der weiteren Schild und Herren Globus Filialen ist noch im Gang.

Bei jeder Verkaufsstelle wird nach einer eingehenden Standortanalyse das optimale Format umgesetzt.

Kontakt:

Medienstelle Magazine zum Globus AG
Frau Marcela Palek, Tel. +41 58 578 23 09
E-Mail: media@globus.ch

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100004627/100805902> abgerufen werden.