

Globus-Chronik

Turbulente Gründerjahre

- 1892 Josef Weber, der Sohn eines reichen Händlers, eröffnet auf der Papierwerdinsel in Zürich «J. Webers Bazar», das erste grosse Warenhaus der Schweiz. Die Attraktion: elektrisch beleuchtete Schaufenster. Seine Geschäftspraktiken, die er bei Printemps in Paris kennenlernte, sind für Zürich neu: Unter einem Dach führt er in spezialisierten Abteilungen beinahe alle Handelsbranchen (Strategie: «Alles für alle»); ohne Kaufzwang kann die Ware wie in einer Ausstellung besichtigt werden; die Preise sind angeschrieben, und es muss bar bezahlt werden – ein Feilschen gibt es nicht. Und vor allem: Weber setzt auf Neuheiten. Die Geschäfte laufen gut an. Bereits ein Jahr später sind aber die Kassen leer. Weber sucht einen Geldgeber.
- 1893 Der Bankier Heinrich Burkhardt erwirbt «J. Webers Bazar». Er will rasch expandieren – aber auch er wird nicht über Nacht zum Warenhauskönig. Doch dem zielstrebigem Mann gelingt es wiederholt, nach Misserfolgen das Hauptgeschäft (ehemals Webers Bazar) in eine neue Gesellschaft zu retten.
- 1896 «Globus» wird erstmals als Firmenname verwendet.
- 1907 Nun hat Heinrich Burkhardt Erfolg: Am 7. Februar wandelt er das Handelsunternehmen in die «Magazine zum Globus» um – diese Unternehmung hat Bestand. Filialen sind das Hauptgeschäft auf der Papierwerdinsel in Zürich, ein Warenhaus in Aarau und ein Konfektionsgeschäft am Löwenplatz in Zürich. Im gleichen Jahr wird ein vierter Globus in Basel eröffnet. Die Geschäfte laufen nun ausgezeichnet. Burkhardt führt die Sonntagsruhe im Warenhaus ein (damals wird 60 Stunden pro Woche gearbeitet).
- 1908 Eröffnung des Globus in Chur am Kornmarkt und in St. Gallen (Zukauf «Rösslitor» erst im Jahr 1927).
- 1909 Burkhardt muss 1909 seine Globus-Aktien verkaufen; sein Bankhaus benötigt dringend Geld. Nun folgt ein unrühmliches Intermezzo: Neue Inhaber, die auf das grosse Geld hoffen, machen Globus zum Billigwarenhaus. Sie schaden seinem guten Ruf, und bald brechen die Umsätze ein. 1914 erzwingen die übrigen Aktionäre die Rückkehr zu den soliden Grundsätzen Burkhardts. Trotz Mangel und Not meistert Globus den Ersten Weltkrieg mit Erfolg.
- 1917 Die Familien Mahler und (etwas später) Bitterli werden Mehrheitsaktionäre der «Magazine zum Globus». Sie bestimmen die Entwicklung und die Kultur des Unternehmens bis 1997.

Globus wird «Treuhänder der Konsumenten»

- 1924 E. Hans Mahler übernimmt 1924 für vier Jahrzehnte die Leitung von Globus und schafft dem Unternehmen ein solides Fundament. Zwischen 1926 und 1936 führt er die «wissenschaftliche Betriebsführung» ein, die klare betriebliche Strukturen schafft und durch Planungsvorgaben für Umsätze, Warenbestände und Kosten jede Verschwendung entschieden bekämpft. Strategie: Globus versteht sich nun als «Treuhänder des Konsumenten», der vor allem mittlere Ansprüche erfüllt. Globus wird zum «Schweizer Warenhaus des Mittelstandes», das 85% seiner Waren von Schweizer Lieferanten bezieht, wobei mehr als drei Viertel davon in der Schweiz gefertigt werden.
- 1930 Zentralisierung des Einkaufs, Vereinheitlichung des Globus-Logos, Ausbau der betrieblichen Ausbildung und des Lehrlingswesens. Gründung der Hauszeitung, die sechsmal pro Jahr erscheint.
- 1931 Globus wird Mitglied des Internationalen Warenhausverbandes, kurz IWV genannt.
- 1932 Der Zeichner Robert Lips und der Werbeleiter J. K. Schiele erfinden die Globi-Figur für die Jugendmeetings des Jubiläums «25 Jahre Globus». Globi-Auftritte bewirken Massenaufläufe!
- 1933 Die Wirtschaftskrise, die Globus dank der «Wissenschaftlichen Betriebsführung» ohne Entlassungen

meistert – die Sozialleistungen werden noch ausgebaut – , führt zu Kampfmassnahmen des gewerblichen Handels gegen Warenhäuser und Filialisten (u.a. Migros). Die Politik wird mobilisiert: Im Oktober verabschiedet das Parlament das berüchtigte «Filiaverbot». Damit ist jedes weitere Wachstum von Globus bis Ende 1945 gestoppt. Eine Ohrfeige für die Handelsfreiheit.

- 1935 Gründung der Pensionskasse.
- 1939 Als der Zweite Weltkrieg ausbricht, sichert E. Hans Mahler den Globus-Wehrmännern das Salär zu, Monate vor der Einführung der Lohn- und Verdienstersatzordnung durch den Bund. Im Krieg findet Globus eine neue Rolle: Er wird zum Berater der «klugen Hausfrau». Sparzwang, Ersatzwaren und neue Werkstoffe schaffen eine grosse Nachfrage nach Ideen und Anleitungen. Im Globus Basel wird sogar ein Instruktionsgarten betrieben...
- 1950 Abbruch des Hauptgeschäftes (ehemals Webers Bazar) auf der Papierwerdinsel in Zürich. Der Umzug in Provisorien beginnt: ab 1950 Verkaufsbetrieb im Linthescher-Schulhaus an der Bahnhofstrasse, ab 1961 bis zur Eröffnung des Geschäfts an der Bahnhofstrasse im Globus-Provisorium an der Bahnhofbrücke. Grund der Odyssee: Jede Veränderung im Limmatraum löst heftige politische Reaktionen aus.

Globus erfindet die Länderaktionen

- 1954 Nach dem Zweiten Weltkrieg beginnt die Hochkonjunktur. Man spart für neue Konsumgüter wie Kühlschränke und geht auf Reisen. Der Grundbedarf ist gedeckt – die Menschen wollen nun Neuheiten, sie wünschen Dinge, die sie in den Ferien gesehen haben, sie wollen Emotionen – der «Treuhandler» wird selbstverständlich. Globus erkennt die Zeichen und lanciert 1954 die Italienaktion «L'Italia al lavoro» mit 3000 neuen Artikeln. 1956 folgt mit grösstem Erfolg die USA-Aktion, 1960 die erste Indienaktion. Die Länderaktionen werden ein wichtiges strategisches Element von Globus, das die Weihnachtsaktionen (Geschenkhaus) und die Modeeröffnungen ergänzt – Globus wird zum «Neuheitenhaus».
- 1955 Gründung der Personaldelegation.
- 1958 Ermutigt durch die Erfolge der Länderaktionen, wird das legendäre «Globus Studio» ins Leben gerufen, ein Thinktank, der sich mit neuen Produkten und den Kundenwünschen von übermorgen auseinandersetzt. Ab 1960 wird erstmals der Design-Wettbewerb «Form» durchgeführt. Präsident der Jury ist bis 1964 Max Bill.
- 1964 Hans H. Mahler, seit 1963 Konzernleiter, setzt auf die Diversifikation, die 1956 mit dem ABM eingeleitet wurde: Die Konfektionsgeschäfte in Zürich, Basel und Schaffhausen werden aus dem Globus ausgegliedert und im «Herren Globus» zusammengefasst und als Fachgeschäfte geführt.
- 1965 Globus Chur zieht vom Kornmarkt zum Bahnhof.

Globus inszeniert die Erlebniswelten

- 1967 Sensation an der Zürcher Bahnhofstrasse: Globus bittet im neu eröffneten Haus zum Einkaufserlebnis. Der «Regisseur» ist Peter Kaufmann, seit 1961 Globus-Chef, der Architekt des Hauses Karl Egender. Revolutionär ist die Warengliederung in *Erlebniswelten*. Der Kunde findet nun auf «Bühnen» beisammen, was er im Alltag auch zusammen braucht: den gedeckten Tisch, den Bade- und Reise-Shop usw. Ein neuer Mehrwert wird dadurch geschaffen: Globus gibt Anregungen – Globus wird zum «Ideenhaus», das Ästhetik, Stil, Neuheiten und Savoir-vivre vermittelt. Die Erlebniswelten an der Zürcher Bahnhofstrasse verschaffen Globus internationales Ansehen, aber die Rechnung geht (noch) nicht auf. Die kreative Eruption muss erst verdaut werden – der künftige Weg von Globus ist aber vorgezeichnet. Die ***delicatessa entwickelt sich zur strategischen Kraft.
- 1967 Eröffnung des Globus in Bern.
- 1975 Eröffnung des Globus im Einkaufszentrum Glatt.

Konzentration auf Stärken

- 1981 Jürg Fretz übernimmt für 16 Jahre das Steuer von Globus. Ihm gelingt, das Einkaufserlebnis zum Erfolg zu führen und es definitiv zum Markenversprechen von Globus zu machen. Intensiv wird der Kundenservice, der «persönliche Globus», gepflegt. Um die Kompetenz gegenüber neuen Mitbewerbern zu behaupten, konzentriert sich Globus auf Stärken und strafft die Sortimente – bis heute ein wichtiges Thema. Globus wird zum Multispezialisten. Regelmässig werden grosse Länderaktionen durchgeführt.
- 1986 Der Globus in Aarau wird geschlossen.
- 1994 Globus kassiert mit dem Scanner: Die Reassortierung erfolgt nun automatisch – eine Revolution.

Globus wird zum «nationalen Warenhaus»

- 1996 Ein alter Traum erfüllt sich: Globus wird «national». In ehemaligen Jelmoli-Häusern in Genf, Lausanne, Neuchâtel, Luzern und Locarno wird ein Globus eröffnet. 1100 Jelmoli-Mitarbeiter werden übernommen. *Globus ist nun mit 11 Warenhäusern in allen Landesteilen präsent.* Die Verkaufsfläche verdoppelt sich, das Beschaffungsvolumen macht einen Quantensprung. Die Erweiterung des Filialnetzes wird zur Erfolgsgeschichte. Globus versteht sich nicht mehr als Deutschschweizer, sondern als *nationales* Unternehmen. Ziel der kommenden Jahre: einheitlicher Auftritt in allen Landesteilen.
- 1997 Die wachsenden Ertragsprobleme von ABM verunsichern die Aktionäre. Migros unterbreitet dem Mehrheitspool der Aktionäre eine Kaufofferte für die Globus-Gruppe (Globus, Herren Globus, ABM, Interio, Office World und Globi-Verlag). Der Kaufpreis entspricht einem Unternehmenswert von 700 Mio. Franken. Strategie von Migros: «Globus bleibt Globus, Migros bleibt Migros». Georg Boesch, Globus-Chef von 1967 bis 2000, strafft die Sortimente weiter (u.a. Aufgabe der Möbel). Er und Thomas Kern (Globus-Chef 2001, dann Wechsel zur Konzernspitze) steigern die Ertragskraft: Die «Betriebsform Warenhaus», immer wieder totgesagt, hat einmal mehr ihre Bewährungsprobe bestanden.

Globus «to the Top»

- 2002 Marcel Dietrich startet das Strategieprojekt «Globus to the Top». Es soll die bewährten Globus-Werte wie Einkaufserlebnis und Innovation aktuell interpretieren, um den Vorsprung gegenüber den Mitbewerbern wieder auszubauen. 2000 Kundinnen und Kunden werden zu Globus befragt, das Sortiment wird vollständig überarbeitet und durch exklusive Marken nach oben abgerundet. Die Architektur prägt nun die Marke Globus mit: Die Läden strahlen eine wohltuende Grundruhe und Urbanität aus und vermitteln durch den Einsatz von echten Materialien Wertigkeit und Zeitlosigkeit. Bis 2006 werden rund 100 Millionen Franken in die Erneuerung der Warenhäuser investiert.
- 2003 Eröffnung des Globus am Bellevue in Zürich: Alles rund um den Genuss. Heute besuchen den innovativen Take-away mit weltstädtischem Ambiente täglich über 2000 Gäste. Ein Meilenstein in der Romandie ist die Eröffnung der grosszügigen «Delicatessa» mit Foodhall im Genfer Globus.
- 2005 Neueröffnung des Globus an der Zürcher Bahnhofstrasse mit über 70 neuen Marken. 46 Millionen Franken werden in die Erneuerung der Erlebniswelten und der Haustechnik investiert.
- 2007 **100 Jahre Globus.** Wichtige Projekte: In Luzern wird Ende August 2007 eine ****delicatessa* eröffnet; ein dreizehnter Globus wird im Oktober 2008 im Einkaufszentrum Westside bei Bern eröffnet; der Globus in der Berner Innenstadt wird für 25 Mio. Franken erneuert.
Neue Struktur: Die Globus-Gruppe wird Ende 2006 in selbstständige Unternehmungen der Migros-Gruppe aufgelöst. Globus bildet seit Anfang Januar 2007 zusammen mit Herren Globus die Aktiengesellschaft «Magazine zum Globus AG».

GLOBUS

Bildmaterial (historisch und aktuell) in Druckqualität (300 dpi) aus dem Jubiläums-Buch «Globus – das Besondere im Alltag»: <http://globus.steckdesign.ch>