

WACHSTUM

IN EINER NEUEN DIMENSION



Information der Globus-Gruppe
zum Geschäftsjahr 2020 | 2021



GESCHÄFTSJAHR 2021

HIGHLIGHTS

- ▶ Homeoffice, „Cocooning“ sowie der Wunsch nach mehr Nachhaltigkeit und Gesundheit zeichnen sich im Warenkorb der Globus-Kunden ab
- ▶ Globus Fachmärkte halten Ergebnis trotz Lockdown-Schließungen auf Vorjahresniveau
- ▶ E-Commerce gewinnt stark an Bedeutung und nimmt überproportional zu
- ▶ Investitionen der Globus-Gruppe in neue Standorte und bestehende Märkte anhaltend auf hohem Niveau
- ▶ Neuer Expansionsschub für Globus in Tschechien
- ▶ In Russland wächst Globus trotz Kaufkraftverlust und Wechselkursschwankungen

▶ Hinweis:

Ausschließlich aus Gründen der Barrierefreiheit und besseren Lesbarkeit verwenden wir Begriffe wie Mitarbeiter oder Kunden in der männlichen Form. Selbstverständlich sind alle Geschlechtsformen immer mit eingeschlossen.

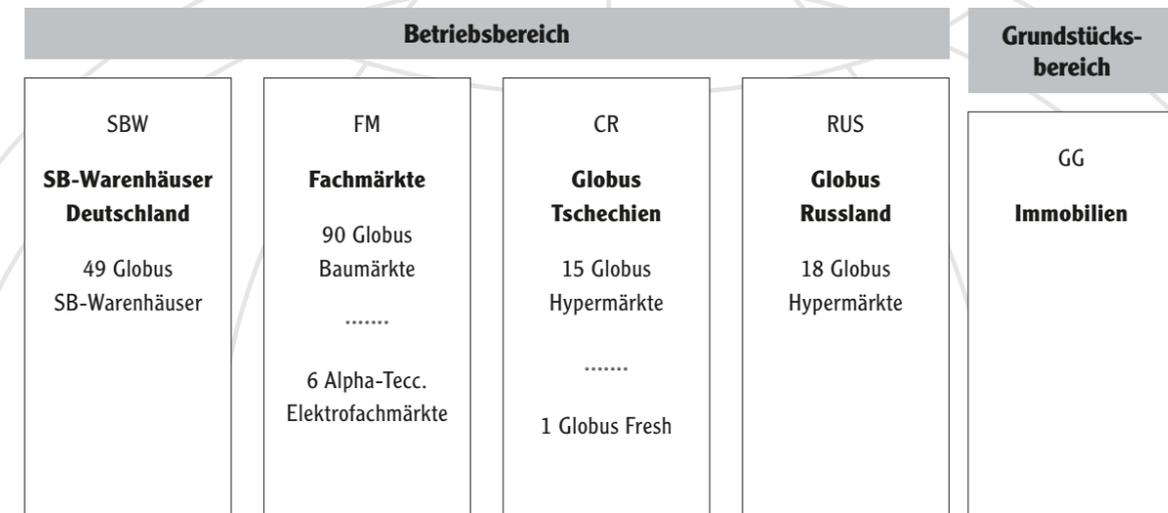


Die Globus-Gruppe Daten und Fakten im Überblick

Die Globus-Gruppe mit Sitz im saarländischen St. Wendel blickt auf eine Unternehmensgeschichte von über 190 Jahren zurück. 1828 von Franz Bruch, Ur-Ur-Ur-Großvater des heutigen Geschäftsführers der Globus Holding, Matthias Bruch, als Kolonialwarenhandlung gegründet, entwickelte sich das Unternehmen im Laufe der 1950er Jahre zu einem der ersten Cash & Carry-Märkte in Deutschland. 1966 eröffnete in Homburg-Einöd dann der erste großflächige Verbrauchermarkt mit Selbstbedienung. 1982 folgte der erste Baumarkt in Gensingen in Angliederung an das dortige

SB-Warenhaus. Den ersten „alleinstehenden“ Globus-Baumarkt eröffnete Globus dann 1986 in Zweibrücken. Heute vereint die Globus-Gruppe unter ihrem Dach die Geschäftsfelder Globus SB-Warenhaus Deutschland, die Globus Fachmärkte, Globus Russland und Globus Tschechien. Insgesamt arbeiten rund 46.000 Menschen in der Globus-Gruppe, davon rund 19.400 in den deutschen SB-Warenhäusern und rund 9.550 in den Fachmärkten. In Russland und Tschechien beschäftigt Globus insgesamt rund 17.000 Mitarbeiter.

Globus-Gruppe



Die Globus-Gruppe in Zahlen	GJ 2018/19	GJ 2019/20	GJ 2020/21
Standorte (Anzahl)	175	178	179
Umsätze (in Mrd. Euro)	7,71 (+1,5 %)	7,95 (+3,2 %)	7,76 (-2,4 %)
EBIT (in Mio. Euro)	220,4	284,1	301,3
Mitarbeiter (Anzahl)	46.000	46.000	46.000

GJ jeweils 1.7. bis 30.6.2021

Globus-Gruppe bleibt erfolgreich auf Wachstumskurs

Die Globus-Gruppe geht gestärkt aus dem zweiten Corona-Jahr hervor. Infolge der monatelangen Schließungen der Globus Fachmärkte sowie der Globus-Restaurants in Deutschland, Russland und Tschechien Anfang des Jahres geht der Umsatz für das Geschäftsjahr 2020/2021 (1.7.2020 bis 30.6.2021) leicht um 2,4 Prozent auf 7,76 Mrd. Euro zurück, währenddessen verzeichnet das Unternehmen für den operativen Gewinn eine stabile Steigerung um 6,1 Prozent (EBIT 301,3 Mio. Euro) im Vergleich zum Vorjahr.

„Wir sind als Unternehmen mit viel Rückenwind unterwegs und erleben eine tolle Entwicklung“, sagt Matthias Bruch, Sprecher der Globus Holding, anlässlich der Bilanzpressekonferenz der Gruppe am heutigen Montag. „Die Corona-Pandemie hat uns nicht aus der Bahn geworfen, sondern gezeigt, dass wir die Herausforderungen, die auf uns zukommen, nutzen können, um uns deutlich weiterzuentwickeln.“

Wachstumstreiber SB-Warenhaus

Die 49 deutschen Globus SB-Warenhäuser (Stand: Juni 2021) legen im abgelaufenen Geschäftsjahr deutlich zu und verzeichnen ein Umsatzwachstum von 3,4 Prozent auf 3,50 Mrd. Euro (inkl. Tankstellen). „Wir erleben eine anhaltend sehr schöne wirtschaftliche Entwicklung, die auch die wochenlangen Schließungen unserer Gastronomiebereiche im Frühjahr nicht bremsen konnte“, erläutert Jochen Baab, Sprecher der Geschäftsführung Globus SB-Warenhaus. „Ein Beleg dafür, dass viele Entwicklungen, wie etwa die Einführung von PAYBACK und der Beitritt zur Einkaufsgemeinschaft RTG (Retail Trade Group), die wir im vergangenen Jahr angestoßen hatten, bereits Früchte tragen.“ Die Globus Fachmärkte beenden das Geschäftsjahr nach nahezu dreimonatiger Komplettschließung im zweiten Lockdown mit einem Umsatz von 1,87 Mrd. Euro (-3,7 Prozent). Dennoch bleibt das Ergebnis des Unternehmensbereichs auf Vorjahresniveau, auch dank des schnellen Ausbaus des Online-Geschäfts und erheblichen Investitionen in die digitale Transformation. In Russland wächst der Umsatz der Globus-Hypermärkte trotz einer derzeit schwierigen volkswirtschaftlichen Lage, sinkender Kaufkraft und weitreichender Corona-Schließungen um 5,8 Prozent auf 124,1 Mrd. Rubel. Dort erweisen sich insbesondere die



▶ Matthias Bruch,
Geschäftsführung
Globus Holding

neuen Märkte als Wachstumsträger. Besonders stark von Corona gebeutelt ist Tschechien, dort sinkt der Umsatz der Globus-Hypermärkte, vor allem bedingt durch monatelange Restaurant-Schließungen, erstmals auf 1,02 Mrd. Euro (-3,8 Prozent). Die Reorganisation der Geschäftsführung, eine engere Verzahnung mit dem deutschen Geschäftsbereich sowie neue Expansionsprojekte kündigen bereits eine Trendwende an.

Jahrhundertchance real: Wachstum in einer neuen Dimension

Mit der Übernahme von bis zu 16 real-Standorten ergreifen die Globus SB-Warenhäuser im abgelaufenen Geschäftsjahr ihre „Jahrhundertchance“. Perspektivisch wird sich das Unternehmen inklusive eigener Standortentwicklungen in den kommenden Jahren um mehr als ein Drittel vergrößern. Entsprechend hoch sind die Investitionen der Globus-Gruppe im abgelaufenen Geschäftsjahr: 336,6 Mio. Euro investierte sie in die Entwicklung neuer Standorte wie etwa den Bau der SB-Warenhäuser in Eschborn und Neunkirchen, den Umbau der ehemaligen real-Standorte in Braunschweig, Krefeld und Essen, und die Modernisierung mehrerer Fachmarkt-Standorte. Im russischen Kosino nahe Moskau bezog Globus das Einkaufszentrum Gorod Kosino und errichtete in Puschkino ein neues Logistikzentrum. In Tschechien startet das Unternehmen mit neuer Kraft in die Expansion: Mit Kladno ist bereits der erste Standort verabschiedet.

Kunden küren Globus zum beliebtesten Händler

Optimismus und Engagement, die im Unternehmen an allen Stellen zu spüren sind, machen sich auch in der Meinung der Kunden bemerkbar. Erst im vergangenen Monat wählten sie die Globus SB-Warenhäuser beim Kundenmonitor 2021 zum beliebtesten Lebensmittelhändler Deutschlands noch vor Discount, Supermarkt, Großfläche und Drogerie. Die Globus-Baumärkte behaupten sich beim Kundenmonitor in punkto Fachberatung, Freundlichkeit, Aufmerksamkeit und Verfügbarkeit der Mitarbeiter vor den Branchenriesen und erzielten auch in der jährlichen repräsentativen Verbraucherbefragung des Dähne-Verlags Spitzenresultate im Bereich Mitarbeiter, wo sie zudem zum elften Mal in Folge zum kundenfreundlichsten Baumarkt gekürt wurden.

Die Globus SB-Warenhäuser positionieren sich ganz neu

Die inzwischen 49 deutschen Globus SB-Warenhäuser weisen mit 3,5 Mrd. Euro (3,1 Mrd. Euro ohne Tankstellen), trotz herausfordernder Monate ein deutliches Umsatzplus von 3,4 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum aus.

Comeback von Wocheneinkauf und Selbstkochen

Auch auf die Einkaufskörbe der Kunden hatte die Corona-Pandemie deutlichen Einfluss: Nicht nur weniger, dafür aber größere Einkäufe waren im abgelaufenen Geschäftsjahr wahrnehmbar. Der Trend ging hin zu einer gesünderen, nachhaltigeren Ernährung mit regionalen Produkten – und zum Kocherlebnis in der heimischen Küche. „Wir verzeichnen in den Bereichen Bio und Spezialernährung, bei regionalen Produkten und im Frischebereich, vor allem bei Obst & Gemüse, starke Zuwächse“, erläutert Jochen Baab. Mit der Eigenproduktion vor Ort, einer Vielzahl an lokalen Lieferanten, Kooperationen mit nachhaltigen Herstellern wie Demeter und Alnatura trafen die SB-Warenhäuser damit bei ihren Kunden mehr denn je ins Schwarze. Dabei erfuhr die neue Abteilung „Einfach wertvoll“ einen großen Zuspruch, eine ganze Abteilung nur für innovative und nachhaltige Produkte von Bio- über gluten-, laktose- und fruktosefreien bis hin zu vegetarischen und veganen Lebensmitteln. Die Globus-Restaurants schafften es, mit hausgemachten Convenience-Angeboten einen Teil der Umsatzverluste durch die monatelangen Schließungen auszugleichen.

Nonfood profitiert vom „Cocooning-Effekt“

Verzeichnete der Nonfood-Bereich zu Beginn der Pandemie zunächst Umsatzrückgänge, waren über die Winter- und Frühjahrsmonate vor allem die Bereiche Home und Living, Ordnungssysteme, Schreibwaren und Büroorganisation stark nachgefragt. Digitale Services wie etwa Click & Collect werden weiterhin außerordentlich gut angenommen, in der Osterwoche erzielte Globus damit einen neuen Höchstwert an Einkäufen. Mittlerweile in sechs Märkten verfügbar und aktuell für vier weitere Märkte in Umsetzung wird das Konzept weiter ausgerollt.

Handelskooperationen als Stellschrauben für die Zukunft

Seit Beginn des Geschäftsjahres 2020/2021 sind die Globus SB-Warenhäuser Teil der derzeit größten Handelskooperation Deutschlands, der RTG (Retail Trade Group). „Wir steigern damit unsere Wettbewerbsfähigkeit und erhöhen unser Einkaufsvolumen, was sich in besseren Konditionen niederschlägt, die wir an unsere Kunden weitergeben können.“ Erste positive Spanneneffekte und verbesserte Einkaufspreise sind sowohl in den Warenbereichen als auch im technischen Einkauf und im Supply Chain Management (SCM) bereits zu sehen. Seit Juli 2021 kooperiert Globus mit PAYBACK, Deutschlands erfolgreichstem Bonusprogramm – „Mein Globus PAYBACK“ ist die aus meiner Sicht beste Kundenkarte im deutschen Lebensmittelhandel“, so Jochen Baab. Denn sie vereint die gewohnten PAYBACK-Vorteile mit den einzigartigen Globus-Services wie Scan & Go und dem beliebten „Tankeschön“.

Platz 1 beim Kundenmonitor:

Globus ist beliebtester deutscher Lebensmittelhändler

Zum wiederholten Mal küren die Kunden Globus beim „Kundenmonitor“, der bundesweit bedeutendsten jährlichen Verbraucherstudie, zum beliebtesten deutschen Lebensmittelhändler. Mit der Bestnote 1,88 in der Hauptkategorie „Globalzufriedenheit“ schneidet Globus im Kundenranking deutlich besser ab als die Branche (2,07). Entsprechend groß ist die „Weiterempfehlungsabsicht“, bei der Globus ebenfalls die Bestnote erhält. Globus führt zudem im Vergleich zu den Mitbewerbern auf der Großfläche in den Kategorien Produktangebot, Frische und Service. Neben einem vielfältigen Bio-Angebot sowie einer großen Auswahl an regionalen Lebensmitteln gewinnen in den Augen der Kunden zudem Aspekte wie Zukunfts- und Umweltorientierung, Digitalisierung, aber auch Regionalität und gesellschaftliche Verantwortung der Händler immer stärker an Bedeutung. Dass sich Globus in diesen Bereichen seit vielen Jahren stark engagiert, honorieren die Verbraucher daher durchweg mit Spitzenbewertungen.



**DI
ME
NSI
MONI**

4.200 vegane Lebensmittel

4.500 bio-zertifizierte Artikel

450 Demeter-Produkte

(alle Angaben pro Woche)

Um innovativen, nachhaltigen Produkten und Lebensmitteln eine noch bessere Plattform zu schaffen, hat Globus 2020 die Warenwelt „Einfach wertvoll“ eingeführt.

real-Integrationen – Start ins Jahrhundertprojekt

In den letzten Dezembertagen 2020 war es so weit: Das Bundeskartellamt sprach Globus die Übernahme von bis zu 24 real-Standorten zu. Mit Krefeld, Braunschweig und Essen sind die ersten Märkte mittlerweile bereits eröffnet. In den kommenden beiden Jahren übernimmt Globus mindestens 16 ehemalige real-Standorte.

Mit Braunschweig konnte Globus das umsatzstärkste Haus von real übernehmen und auch Krefeld und Essen gehören zur Spitzengruppe. Die Modernität der Standorte, was sowohl die bauliche Substanz als auch die Innovationen in Sortiment und Präsentation anbelangt, machte es damit auch möglich an den Standorten die Umflaggung innerhalb von nur zwei Wochen umzusetzen. An allen drei Standorten hat Globus die ehemaligen real-Mitarbeiter übernommen.

Rund 6 Mio. Euro investierte Globus in den Umbau in Krefeld. Entstanden ist auf rund 11.000 Quadratmetern Verkaufsfläche ein moderner Markt mit Fokus auf Frische und Eigenproduktion. Um dem Globus-Konzept gerecht zu werden, wurden sowohl Bäckerei- als auch Metzgereitheke vergrößert und Frischebereich sowie Obst & Gemüse ausgebaut. Auf über 9.000 Quadratmetern präsentiert sich der neue Markt in Braunschweig inklusive aller neuen innovativen Globus-Services. Viele Bereiche konnten aus der ehemaligen Markthalle ins Globus-Konzept integriert werden. Highlight des neuen Marktes ist neben den modernen, großzügigen Frischetheken im Eingangsbereich auch das große Eigenmarken-Portfolio, das perfekt in Szene gesetzt wird.



► Globus Braunschweig bietet eine Auswahl von rund 80.000 Artikeln



► Der Trend geht hin zum One-Stop-Shopping. Globus-Kunden schätzen die breitgefächerte Auswahl, Beratung sowie Frische und Qualität der Produkte



► Die Globus-Weinwelt bietet ein unvergleichliches Angebot an Wein und Sekt





Innovative Konzepte stellen die Weichen in die Zukunft der Globus Fachmärkte

Das Geschäftsjahr 2020/2021 der Globus Fachmärkte ist geprägt durch die Herausforderungen der Corona-Pandemie und den damit verbundenen mehrmonatigen Schließungen. Mit einem Umsatz von 1,87 Mrd. Euro setzt das Unternehmen dennoch sein Wachstum fort.

„Seit dem vergangenen Jahr ist kein Tag wie der andere und zukunftsorientiert zu handeln ist die größte Herausforderung“, so Timo Huwer, Sprecher der Geschäftsführung der Globus Fachmärkte. Frühzeitig kümmerten sich die Globus Fachmärkte um das Online-Geschäft und optimierten die Abläufe in Shop, Kundenservice und Logistik. Insbesondere bei Click & Collect wurden die Prozesse einfacher gestaltet und es kamen weitere Versandstationen hinzu, um eine schnellere Bearbeitung der Bestellungen zu ermöglichen. Ein Rollout auf alle Märkte soll bis Ende 2021 erfolgen.



► Von großem Interesse für die Kunden waren im abgelaufenen Geschäftsjahr Fahrräder und E-Bikes



► Weitere Prozessoptimierungen bei Click & Collect und der Ausbau der Versandstationen führten zur schnelleren Bearbeitung der Bestellungen

Fokus auf Kundenzufriedenheit

Nach dem harten Winter-Lockdown durften die ersten Märkte Anfang März wieder komplett öffnen, in einigen Bundesländern zunächst nur die Gartencenter. Umsatztreiber waren die Bereiche Wohnen und Garten, mit Pools und Grills, aber auch Fahrräder erfreuten sich einer großen Nachfrage. Trotz der Konkurrenz von Discontnern und Supermärkten, die in der Krise ihr Sortiment um Baumarkt-Artikel erweitert haben, ist die Nachfrage nach Heimwerkerzubehör ungebrochen.

Das Vertrauen der Kunden spiegelt sich erneut in der Gemeinschaftsstudie 2021 von Konzept & Markt und dem Dähne Verlag wider, in der die Globus-Baumärkte zum elften Mal in Folge zum kundenfreundlichsten Baumarktunternehmen Deutschlands gekürt wurden und in fünf von acht Hauptkategorien punktet: Einkaufsatmosphäre, Mitarbeiter, Preisniveau, Verantwortung sowie Qualität und Service. Auch beim „Kundenmonitor Deutschland 2021“ belegen die Globus-Baumärkte mit deutlichem Abstand

zur Branche den ersten Platz bei den personalbezogenen Leistungsfaktoren Freundlichkeit, Fachberatung, Aufmerksamkeit und Verfügbarkeit von Ansprechpartnern.

Engere Verzahnung von Online- und Offline-Services

Den Rollout einer digitalen Verkaufsunterstützung über Monitore mit Touch-Funktion haben die Globus Fachmärkte im August 2020 erfolgreich abgeschlossen. Zudem investierte das Unternehmen in eine neue Kassensoftware, in eine Modernisierung der Warenwirtschaft und in erste Tests mit digitalen Preisschildern. Darüberhinaus wurde das Eigenmarkensortiment durch die Einführung einer „Primaster Pro-Serie“ mit smartem Akku-Wechselsystem ergänzt. Neu rundet eine Maschinenvermietung, die es aktuell an 17 Standorten gibt, das Service-Angebot der Globus-Baumärkte ab. Auch der Gasflaschen-Tauschautomat ist mittlerweile an 30 Standorten verfügbar. In Idar-Oberstein entstand eine neue Musterhalle, die auch den Anforderungen eines eigenen Konferenzentrums entspricht.



► Umsatztreiber im Geschäftsjahr 2020/2021 waren die Bereiche Wohnen und Garten mit Pools und Grills



► Neue Musterhalle in Idar-Oberstein



► Umrüstung auf digitale Preisschilder

Globus Tschechien startet mit neuem Führungskreis

In ihrem 25. Jahr in Tschechien mussten die Globus-Hypermärkte erstmals einen leichten Umsatzrückgang verzeichnen. Der Führungskreis Globus Tschechien blickt dennoch positiv in die Zukunft.

Harte Corona-Maßnahmen in Winter und Frühjahr

Nachdem Tschechien die erste Corona-Welle im Frühjahr 2020 erfolgreich gemeistert hatte, erlebte es im Herbst einen Rückschlag – eine dritte Welle traf das Land Anfang 2021 hart. Über Wochen mussten die Nonfood-Bereiche geschlossen bleiben, ebenso die Gastronomien. Die Öffnungszeiten der Lebensmittelmärkte waren eingeschränkt, Kunden von Ausgangssperren betroffen. Besonders litt die Kleinfläche „Globus Fresh“ im Prager Stadtzentrum. Der Markt, umgeben von Bürogebäuden, bot sich vor Corona für Mittagspausen und Kurzeinkäufe an. „Schweren Herzens haben wir uns daher im Dezember entschieden, die Fläche in Pankrác abzugeben“, so Jochen Baab. „Dass das Konzept funktioniert und gerade in Großstädten wie Prag eine Zukunft haben kann, beweist aber weiterhin unser zweiter Standort in Pardubice. Wir werden die Entwicklung daher weiter vorantreiben und ausrollen.“

Eigenproduktion als Zukunftschance

Am Standort Cerný Most eröffnete Globus im Frühjahr 2020 seine erste Geflügelmetzgerei, ein Jahr später lassen sich erste Erfolge ver-



► Wachstumsmarkt Geflügelmetzgerei: In Tschechien werden 24 Kilo Geflügelfleisch im Jahr pro Einwohner verseist



buchen. „Tschechien ist ein Geflügelland – fast 24 Kilo Geflügelfleisch werden dort im Jahr pro Einwohner verseist. Das sind fast zehn Kilo mehr als in Deutschland“, erklärt Jochen Baab. Die Eigenproduktion bietet daher immer neue Möglichkeiten der Profilierung. „Insbesondere die Globus-Metzgerei betrachten wir nach wie vor als Wachstumsmarkt und die neue Geflügelmetzgerei als erfolgsversprechende Weiterentwicklung.“ Auch in Tschechien ist der Trend hin zu einer bewussten und gesunden Ernährung spürbar. „Wir sehen dort große Sortimentspotenziale, wie auch im Bereich Obst & Gemüse und bei höherwertigen Lebensmitteln“, sagt Jochen Baab.

Neue Potenziale durch gebündelte Kräfte

Mit Blick in die Zukunft erfolgte im Januar 2021 die Neuaufstellung der Geschäftsführung für Globus Tschechien. Die Verzahnung und Zusammenarbeit der Unternehmensbereiche Tschechien und Deutschland sowie der Local Hero-Gedanke werden weiter gestärkt, u. a. über einen gemeinsamen Führungskreis. Ähnlich wie in Deutschland erfuhr das Click & Collect-Angebot durch Corona einen Schub. Der Service wird dort noch schneller und stärker ausgerollt als im Nachbarland. Auch die Nutzungsrate von Scan & Go machte mit Corona einen Sprung: Sie stieg stellenweise um bis zu 100 Prozent. Strategisch soll auch die Expansion in Tschechien angestoßen werden: Mit Kladno, nordwestlich von Prag, ist bereits ein erster Entwicklungsstandort verabschiedet.



► Großes Sortimentspotential bieten Bio- und Spezial-Produkte sowie der Bereich Obst & Gemüse



► Neu: Kooperationen mit bekannten Marken im Shop-in-Shop-Format



Globus in Russland: Treiber der digitalen Transformation

Die Corona-Pandemie wirkte sich in Russland spürbar auf Kaufkraft und Kaufverhalten aus. Die russischen Kunden achten stärker auf den Preis, Wechselkursschwankungen erschweren unternehmerische Planungen. Globus Russland lässt sich auf seinem Weg dennoch nicht beirren: Der Umsatz stieg im zu Ende gegangenen Geschäftsjahr um 5,8 Prozent.

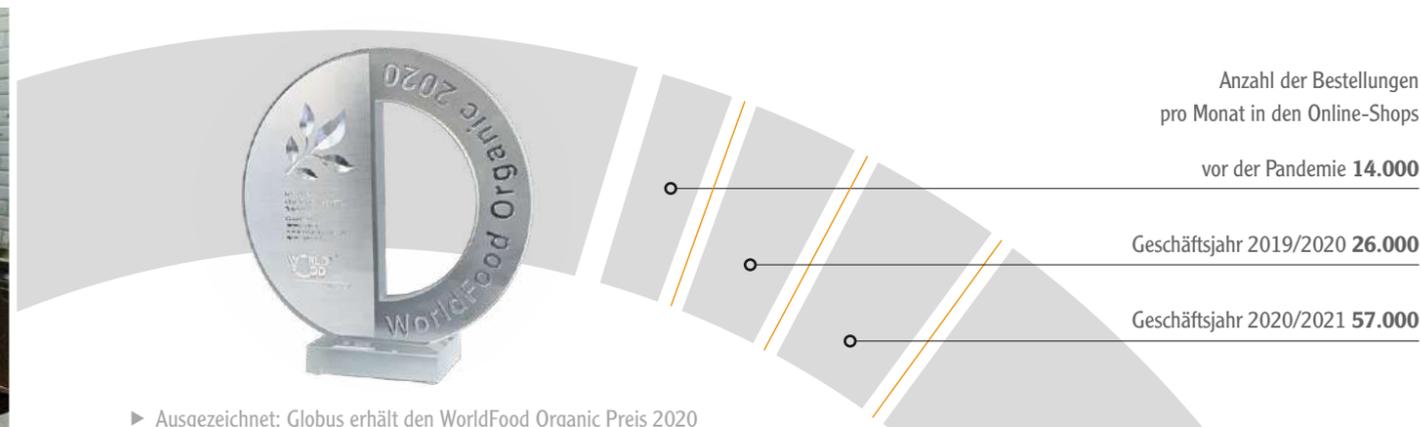
„Wir entwickeln uns analog und digital weiter – und das auf dem hohen Serviceneiveau, das unsere Kunden kennen. Wir haben es geschafft, unsere Position am Markt zu festigen“, so Volker Schaar, Sprecher der Geschäftsführung Globus Russland.

Digital auf dem Vormarsch: E-Commerce-Lösungen beliebt

Die Kaufgewohnheiten veränderten sich während der Pandemie: Die Kunden kommen weniger häufig, kaufen dann aber mehr. Und sie kaufen zunehmend online. An allen 18 Standorten bietet Globus Online-Services an, davon an acht Standorten sogar mit eigenen Online-Shops, die mit Click & Delivery einen Lieferservice haben – vier davon besitzen darüberhinaus mit Click & Collect einen Abholservice. Alle Standorte kooperieren dabei mit den Lieferservices iGoods und Sbermarket. Die Anzahl der Bestellungen ist im Laufe von einem Jahr von



► Permanente Sortimentsarbeit unter dem Aspekt der Effizienz, der Vielfalt und der Kundenerwartungen



► Ausgezeichnet: Globus erhält den WorldFood Organic Preis 2020



durchschnittlich 26.000 auf 57.000 pro Monat gestiegen. Der E-Commerce-Umsatz verdoppelte sich – von 119 auf 281 Millionen Rubel pro Monat.

Stetige Entwicklungen in den Hypermärkten

Neu auf der Fläche sind Kooperationen mit bekannten Marken, die als Shop-in-Shop-Format in die Hypermärkte kommen. Ein besonderer Wettbewerbsvorteil sind nach wie vor Entwicklungen in der Eigenproduktion. Neu sind beispielsweise eine Döner-Station oder die Herstellung von Pelmeni. Zudem integrieren die Märkte auch Lebensmittel für Kunden mit höherem Einkommen, so etwa aserbaidschanische Tomaten. Im Dezember 2020 eröffnete der 18. Hypermarkt im Moskauer Stadtteil Medvedkovo, innerhalb des Autobahnringes gelegen der erste Markt im Stadtgebiet. Der 2020 eröffnete Markt in Kaluga verzeichnete einen Umsatzanstieg von 30 Prozent gegen-

über dem Vorjahr und einen prozentual noch größeren Anstieg der Käuferzahl. Globus implementiert dort eine Reihe innovativer und einzigartiger Lösungen im Rahmen des „Local Hero-Konzepts“. Beispielsweise erhielten mehr als 400 Mitarbeiter des VW-Automobilwerks in Kaluga einen Globus-Gutschein.

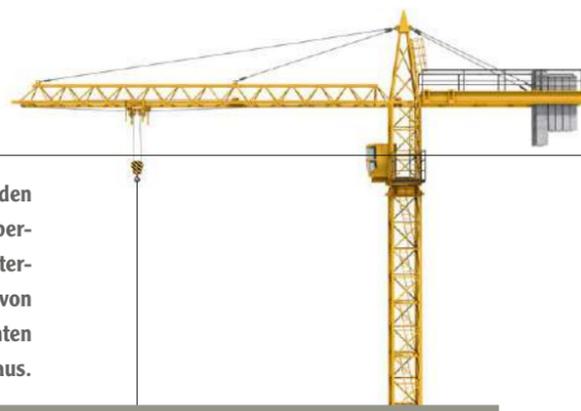
Logistikzentrum ermöglicht schlankere Prozesse

Mit seinem Logistikzentrum in Puschkino kann Globus unabhängig von Dritten agieren und die Fläche bei Bedarf sukzessive erweitern. „Wir können die logistischen Prozesse künftig effizienter für die Märkte und letztendlich für unsere Kunden gestalten.“ Dies zeigt sich zum Beispiel in der Umstellung von der bisher üblichen Nacht- auf Tagverräumung. So können die Mitarbeiter auf schwankende Artikelzahlen und Aktionsware effizienter reagieren.



► Erweiterte Eigenproduktion mit hausgemachten Pelmenis

Mit der Übernahme von ausgewählten real-Standorten in diesem und den kommenden beiden Geschäftsjahren wird Globus in einer neuen Dimension expandieren. Darüber hinaus forciert das Unternehmen über alle Unternehmensbereiche hinweg die Weiterentwicklung bestehender Märkte. Anhaltend hoch bleiben daher die Investitionen von Globus in bestehende und neue Standorte. Im abgelaufenen Geschäftsjahr machten die Investitionen im Bereich Immobilien rund 58 Prozent der Gesamtinvestitionen aus.



INVESTITIONEN

Wachstum in einer neuen Dimension

Globus SB-Warenhäuser

In Deutschland betreibt Globus Stand Oktober 2021 50 SB-Warenhäuser. Mit Krefeld expandierte das Unternehmen erstmals in die Region Nordrhein-Westfalen, mit Essen folgte dort bereits der nächste Standort. An den selbst entwickelten Standorten Eschborn und Neunkirchen laufen die Bauarbeiten weiterhin auf Hochtouren. Eschborn eröffnet Anfang November, Neunkirchen im Februar 2022. Weitreichende Investitionen im dreistelligen Millionenbereich flossen auch in die bestehenden SB-Warenhäuser. So wurden

die Standorte Zwickau und Weischlitz umfassend mit einer neuen Gastronomie und Mallfläche mit Metzgershop und Snackinsel modernisiert.



► Spatenstich in Dietzenbach



► Auf Hochtouren laufen die Bauarbeiten in Neunkirchen

Globus Fachmärkte

Seit Mitte Februar nutzen die Globus Fachmärkte ein neues Distributionszentrum von Dachser in Magdeburg mit einer Logistikfläche von insgesamt 40.000 Quadratmetern. Die ehemaligen hela-Märkte in Bad Kreuznach, Horb am Neckar und Schwäbisch Hall wurden auf das neueste Globus-Baumarkt-Konzept umgestellt und die Globus-Baumärkte in Bennstedt, Gensingen, Grünstadt sowie die Tankstelle in Königsbrunn erneuert. Mit einer Erweiterung von über 4.000 Quadratmetern und einer Gesamtinvestition von 13 Mio. Euro wird der Globus-Baumarkt in Müllheim ein Vorzeigemarkt. Fünf weitere Großumbauten sind im Geschäftsjahr 2020/2021 gestartet. Für den Standort Dietzenbach erfolgte im März 2021 der Spatenstich, dort entsteht der größte hessische Globus-Baumarkt auf insgesamt 15.000 Quadratmetern.



► Ausgezeichnet: Das Logistikzentrum in Puschkino ist „Logistic Center of the Year“



► Modernisierungen in Prag-Čakovice



► Modernisierungen in Prag-Čakovice mit neuen Regalsystemen und Raumkonzepten

Globus Tschechien

„Um wieder expansionsfähig zu werden, entwickeln wir unser Konzept für das Land derzeit deutlich weiter und stecken verstärkt Kraft in die Standortakquise“, sagt Jochen Baab, als Geschäftsführer für den Bereich Immobilien in Tschechien verantwortlich. In Kladno, etwa 25 Kilometer nordwestlich von Prag, hat Globus bereits ein passendes Areal erworben. Weitere Projekte, wie in Mladá Boleslav und Brno Modrice, befinden sich in der Entwicklung. In Prag-Šterboholý hat Globus den Mietvertrag für einen weiteren Standort, im Einkaufszentrum EUROPARK, unterzeichnet. Das in Dubina erfolgreiche Kleinflächenformat Globus Fresh wird weiterentwickelt und zur Rollout-Fähigkeit geführt.

Globus Russland

In Kosino im Osten Moskaus mietet Globus 22.600 Quadratmeter Fläche im Einkaufszentrum „Gorod Kosino“. Weitere Ankermieter sind Leroy Merlin und Decathlon, ergänzt um eine Galerie mit 164 Geschäften und Entertainment. Weitere Verträge für Neueröffnungen in den

Folgejahren sind bereits geschlossen. Insgesamt investierte Globus Russland im Geschäftsjahr 2020/2021 rund 6 Mrd. Rubel (69 Mio. Euro) in seine Immobilien und Infrastruktur.

Logistikzentrum im russischen Puschkino

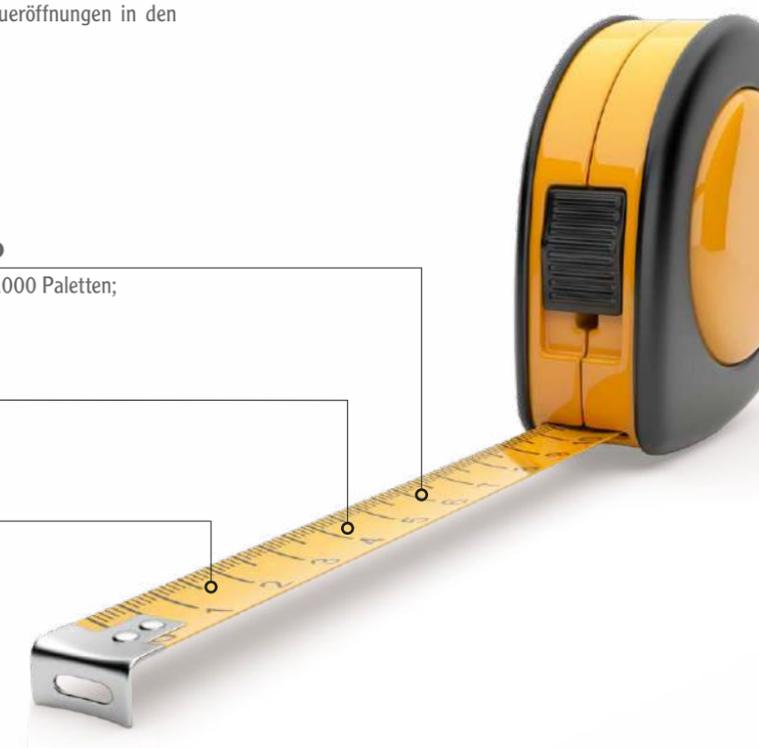
Gesamtfläche 78.000 Quadratmeter, Kapazität von 61.000 Paletten; Bearbeitung von bis zu 250 LKW pro Tag.

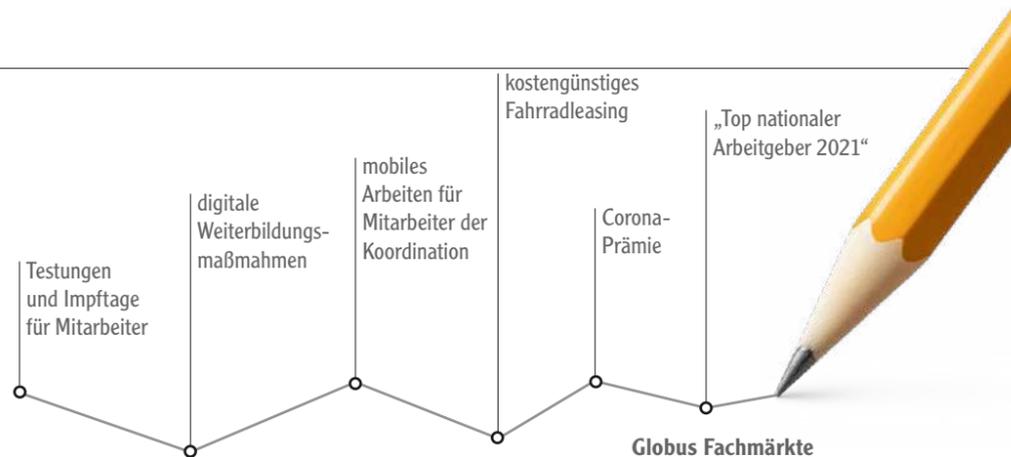
Expansion im Fokus

18. russischer Markt in Medvedkovo eröffnet. Baugenehmigung für tschechischen Globus-Markt in Kladno folgt.

Nachhaltige Gebäude

Hypermarkt Kommunarka und Logistikzentrum sind ausgezeichnete „Green Buildings of the Year“.





MITARBEITER

Miteinander füreinander in die Zukunft

Zusammenhalt und die Bereitschaft zum Übernehmen anderer Aufgaben sind unter den 46.000 Mitarbeitern der Globus-Gruppe durch die Pandemie deutlich gewachsen. Auch hat der Wert des Miteinander und füreinander ein nochmals stärkeres Gewicht bekommen.

Globus SB-Warenhäuser

Die 19.400 Mitarbeiter der Globus SB-Warenhäuser haben ein Stück weit gelernt, mit der sich permanent ändernden Corona-Situation umzugehen. Dazu gehört das ständige Tragen von Masken oder in der Koordination für das Arbeiten aus der Distanz. „Unsere erste Entscheidung als neuer Führungskreis war es, die Anstrengungen der Kollegen in der Pandemie mit zwei Tagen Sonderurlaub und einem 100-Euro-Warengutschein zu honorieren“, erinnert sich Uwe Wamser, als Geschäftsführer SB-Warenhaus verantwortlich für den Bereich



► Weiterbildung für den Bereich Schulstart



► Trotz Corona: Die Globus-Mitarbeiter packen an

Mitarbeiter. Trotz der Einschränkungen durch Corona ist im gesamten Unternehmen eine Aufbruchstimmung wahrzunehmen. Dazu tragen zukunftsweisende Unternehmensentwicklungen bei, etwa der Beitritt zur RTG (Real Trade Group) oder die Entwicklung eines neuen Corporate Designs. Als Chance zur Entwicklung begriffen die Globus-Mitarbeiter auch die Möglichkeit der Übernahmen der real-Standorte. Für die Mitarbeiter ist das Wachstum ein Indiz dafür, dass sie in einem gesunden Unternehmen arbeiten.

Globus Fachmärkte

„Gerade für unsere Mitarbeiter war die Belastung in den vergangenen Monaten enorm“, erklärt Timo Huwer, Sprecher der Geschäftsführung der Globus Fachmärkte. „Unser primäres Ziel ist es, sie gesund und unbeschadet aus dieser Pandemie zu führen.“ Auch im Geschäftsjahr 2020/2021 zeigen sich die Globus Fachmärkte

als schneller Krisenmanager. Nicht nur wegen der ausbezahlt Corona-Prämie von bis zu 1.500 Euro im Jahr 2020 gehört das Unternehmen Globus Fachmärkte zu Deutschlands besten Arbeitgebern, auch viele weitere Maßnahmen sorgen für eine hohe Mitarbeiterzufriedenheit. Dazu gehören Schulungen, Seminare und Förderkreise, die im abgeschlossenen Geschäftsjahr oftmals durch Online-Schulungen ersetzt wurden. Die rund 9.550 Mitarbeiter der Globus Fachmärkte profitieren u. a. von flexiblen Arbeitszeiten, einer betrieblichen Altersvorsorge, einem betrieblichen Gesundheitsmanagement und attraktiven Beteiligungsmodellen. In der Studie „Top nationale Arbeitgeber 2021“ des Magazins Focus-Business in Zusammenarbeit mit der Arbeitgeber-Bewertungsplattform kununu zählen die Globus Fachmärkte als einziger Baumarktbetreiber zu den Top Ten in der Kategorie „Handel und Konsum“.



► Blickt in die Zukunft: Der gemeinsame Führungskreis der Unternehmensbereiche Tschechien und Deutschland. (v. l. n. r.): Jan Navrátil, Matthias Bruch, Jochen Baab, Uwe Wamser, Marija Mihhailova, Nobert Schillo und Ralf Kunz

Globus Tschechien

Die mehr als 7.150 tschechischen Globus-Mitarbeiter waren in den vergangenen Monaten besonders stark von den Auswirkungen der Corona-Pandemie betroffen. Nun geht das Unternehmen einen mutigen Schritt Richtung



► Weiterbildungsangebote und Coaching, unter anderem über Online-Lernangebote, gewinnen an Bedeutung

Zukunft. Mit der Umstrukturierung des tschechischen Führungskreises entstand in Tschechien ein neues Verantwortungs- und Gemeinschaftsgefühl. „Wir haben in Tschechien starke Führungskräfte, die Gedanken mit uns entwickeln, multiplizieren und bereit sind mitanzupacken“, berichtet Uwe Wamser, Geschäftsführer Globus Tschechien. Gleichzeitig erlangt das länderübergreifende Arbeiten mit den Kollegen aus Deutschland einen neuen Stellenwert. Gerade in den Bereichen IT und Multichannel gibt es viele Überschneidungen und erste Projekte sind bereits angestoßen. Das führt zu einer höheren Stabilität sowie zu einer verbesserten Produktivität.

Globus Russland

Um das unternehmerische Potenzial der 9.900 russischen Mitarbeiter auch in Pandemiezeiten zu fördern, hat Globus seine Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen digitalisiert und neue Formate entwickelt. „Damit erreichen wir viel – auch wenn man nicht alle händlerischen Themen online vermitteln kann“, so Volker Schaar, Sprecher der Geschäftsführung Globus Russland. Besonders wichtig sei es, die Mitarbeiter stets über alle Veränderungen in Russland und im Unternehmen zu informieren, um in

unsicheren Zeiten Stabilität zu vermitteln. Die Pandemie hat in der Koordination, im Logistikzentrum, in den Callcentern und den administrativen Bereichen der Märkte eine hybride Arbeitsweise etabliert, die das Unternehmen auch nach der Pandemie beibehalten wird. Auch bildet Globus in Russland nach deutschem Vorbild dual aus: Aktuell sind es knapp 90 Auszubildende, im kommenden Jahr sollen es mehr als 250 junge Menschen sein, die in den Bereichen Handel, Logistik und Eigenproduktion Berufe erlernen.



► Duale Ausbildung fördert das Verständnis für Unternehmenssinn und Eigenverantwortung

NACHHALTIGKEIT

Engagement in allen Bereichen summiert sich zum großen Ganzen

Globus SB-Warenhäuser

Unter dem Dach von „Bewusst leben“ möchte Globus Informations- und Aufklärungsarbeit leisten – und das nicht nur online über die gleichnamige Ratgeber-Plattform, sondern auch über vielfältige Hinweise und Aktionen direkt am Regal. Um innovativen, nachhaltigen Produkten und Lebensmitteln eine noch bessere Plattform zu schaffen, hat Globus 2020 die Warenwelt „Einfach wertvoll“ eingeführt. Dort finden sich mittlerweile mehr als 1.600 vegetarische, vegane und „frei von“-Produkte und über 4.500 bio-zertifizierte Artikel. Als Mitglied des Rezyklat-Forus setzt sich Globus für die Aufklärung der Kunden zur Mülltrennung ein, informiert zum Thema Rezyklat und setzt dieses verstärkt in eigenen Verpackungen ein,

z. B. bei Tüten und Tortenverpackungen in der Meisterbäckerei. Auch setzen die SB-Warenhäuser kontinuierlich auf den Ausbau des nachhaltigen Energiemanagements.

Die Globus-Stiftung

Zukünftig möchte die Globus-Stiftung auch ökologische Themen in ihren Fokus aufnehmen und unterstützt hier das ganzjährige theorie- und praxisorientierte Bildungsprogramm GemüseAckerdemie. „Ziel ist es u. a., dass Kinder sich Wissen zum Gemüseanbau aneignen, Wertschätzung für Natur und Lebensmittel entwickeln, um sich später verantwortungsbewusster, nachhaltiger und sozialer zu verhalten“, resümiert Graciela Bruch. Nicht nur in Deutschland, auch in Russland engagiert

sich die Globus-Stiftung. So werden deutsche Organisationen gefördert, die in Russland tätig sind, wie beispielsweise nicht-staatlich geförderte Kinder- und Waisenheime.

Globus Fachmärkte

Auch in der Corona-Krise gehören die Azubi-Sozialprojekte zum festen Bestandteil des Ausbildungsprogramms der Globus Fachmärkte. So wurde die integrative Kindertagesstätte „Regenbogen“ in Lachen-Speyerdorf verschönert und auf dem Gelände des Baumarktes in Ingolstadt bewiesen zwölf Lehrlinge Umweltbewusstsein, planten und bauten drei Insektenhotels, die nun auf dem Gelände stehen. Im Bereich Energiemanagement investieren die Globus Fachmärkte in den Ausbau von Schnell- und Normallade-



► Bei Eigenmarken setzen die Fachmärkte auf nachhaltige Verpackungen



► Ausbau der Photovoltaikanlagen



► Mit 109.000 Euro förderten die Globus-Baumärkte die Aktion „Pack an! Mach mit!“ und das Azubi-Team unterstützte einen der ausgewählten Vereine beim Umbau



► Das „Mädchenprojekt Zukunft“ im Handwerkerinnenhaus in Köln bietet praktische Programme der beruflichen Orientierung nur für Mädchen an

stationen und kooperieren dafür mit den Pfalzwerken. Auf den Dächern von bisher zehn Märkten wurden Photovoltaikanlagen installiert, weitere acht Märkte sollen im kommenden Geschäftsjahr hinzukommen. Und sowohl im Food-Bereich wie auch bei den Eigenmarken setzt das Unternehmen auf nachhaltige Verpackungen und versucht, wo immer möglich, den Anteil an Plastik zu reduzieren.

Globus Tschechien

Im Fokus des Nachhaltigkeitsengagements der tschechischen Hypermärkte stand im vergangenen Jahr die Suche nach umweltfreundlichen Alternativen zum gewohnten Plastik. Plastikbesteck und -strohhalm konnten zu großen Teilen bereits erfolgreich gegen Alternativen aus Papier und Holz ausgetauscht werden. In Eigenregie führt Globus zudem Pfandflaschen für Suppen aus der Eigenproduktion ein – ein Projekt, das in Tschechien derzeit noch einzigartig ist. Gleichzeitig läuft der kontinuierliche Ersatz der Eigenmarkenverpackungen durch recycelte und recycelbare Varianten. Zuletzt wurden die Gebäckbeutel der Meisterbäckereien durch eine Ganzpapier-Variante ersetzt. Trotz steigender Technisierung in den Produktionen, in den Mitarbeiterbereichen sowie auf der Verkaufsfläche ist es Globus in Tschechien im abgelaufenen Geschäftsjahr gelungen, sein

Energiemanagement in Bezug auf die Nachhaltigkeit deutlich voranzutreiben. Mit seinem Wohltätigkeitsprogramm „Globus bessere Welt“ setzt sich Globus in Tschechien zudem bereits seit vielen Jahren für die Förderung sozialer Projekte ein und fokussiert sich darauf, Menschen, Gemeinden oder Projekte im Zusammenhang mit Krisensituationen zu unterstützen.

Globus Russland

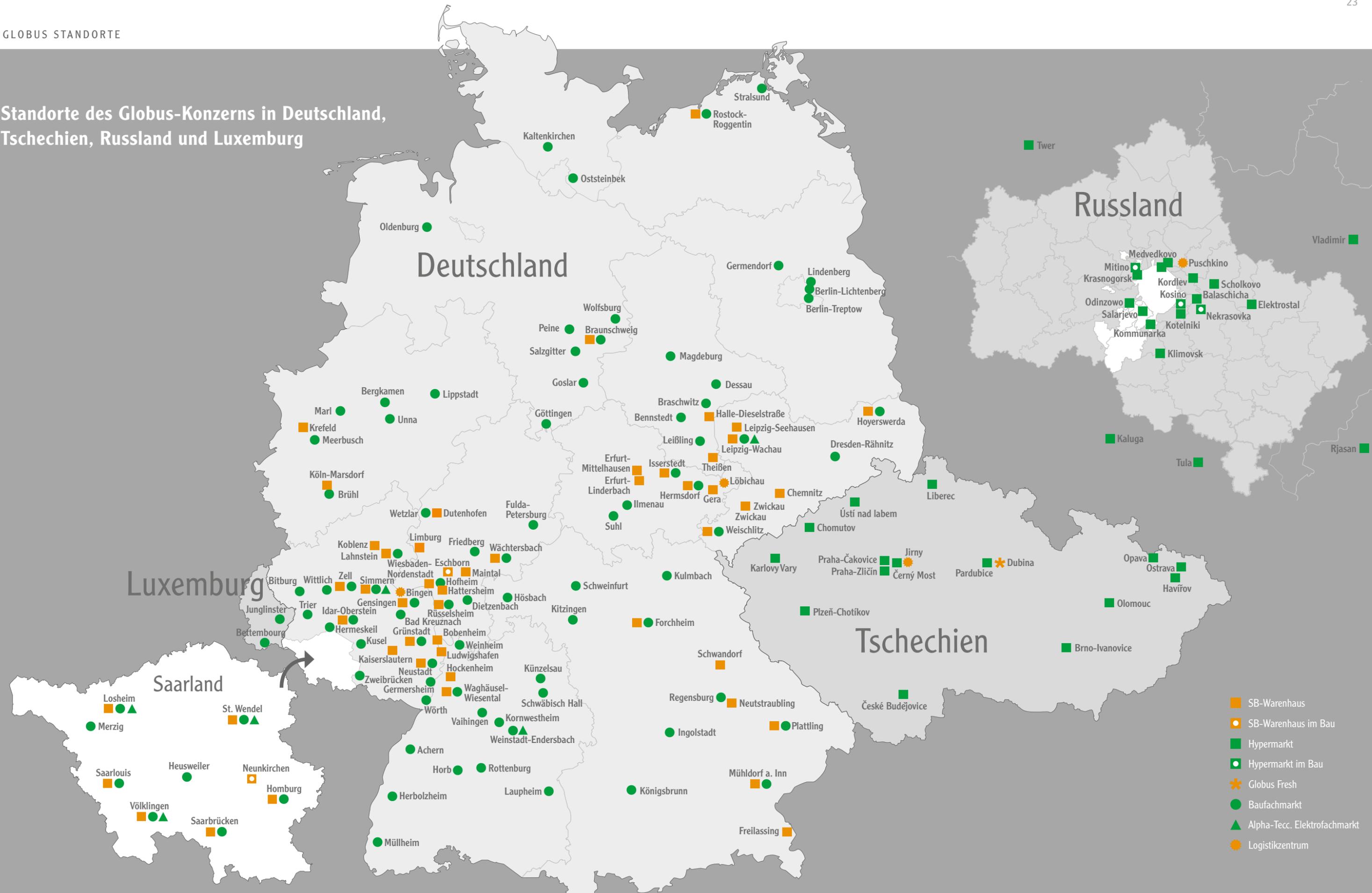
Fürsorge für die Natur, die Gesundheit und den Menschen sind die drei Kernthemen, zu denen Globus Russland Verantwortung für sein unternehmerisches Tun übernimmt. Mit dem Ziel, den Ressourcenverbrauch zu senken, schaffte Globus entsprechende Technologien an. Bis 2025 will die Globus-Hypermarktkette den Energieverbrauch um 30 Prozent senken. Auch im Bereich der Wiederverwertung wertvoller Rohstoffe setzt Globus in Russland ein besonderes Zeichen: In allen Verbrauchermärkten der Kette wurde eine Abfallsammlung getrennt nach Materialien eingeführt: zum Beispiel Altpapier, Glas oder Folie. Kunden können Batterien und Quecksilberlampen zum Recycling bringen. Im abgeschlossenen Geschäftsjahr installierten



► Wohltätigkeitsprogramm „Globus bessere Welt“

neun der Globus-Hypermärkte Leergutautomaten. Die 2017 gestartete Fachabteilung „Öko Bio Vegan“ bietet insgesamt 2.500 Artikel, einschließlich Naturkosmetik und Eigenmarken „Globus Vita“ und „Globus Vita Organic“. 600 Artikel sind bio-zertifiziert. „Öko Bio Vegan“ unterstützt auch lokale Bio-Produzenten mit Know-how.

Standorte des Globus-Konzerns in Deutschland, Tschechien, Russland und Luxemburg



- SB-Warenhaus
- SB-Warenhaus im Bau
- Hypermarkt
- Hypermarkt im Bau
- ★ Globus Fresh
- Baufachmarkt
- ▲ Alpha-Tecc. Elektrofachmarkt
- ★ Logistikzentrum



Pressekontakt:

Isabel del Alcazar von Buchwald

Tel.: +49 (0)721-62514-23

E-Mail: presse@globus.net

www.globus.de

IMPRESSUM

HERAUSGEBER: Globus Holding GmbH & Co. KG, Leipziger Straße 8, 66606 St. Wendel, Telefon +49(0)6851/909-0, Telefax +49(0)6851/909-600, www.globus.de, **REDAKTION, KONZEPT UND GESTALTUNG:** Arthen-Kommunikation GmbH Karlsruhe, www.arthen-kommunikation.de **BILDNACHWEIS:** Kreisstadt Dietzenbach (S. 16), Sebastian Heck (S. 3, 5, 7, 8, 9, 10, 11, 16, 17, 18, 19), iStockphoto/Alexander Bedrin (S. 17), iStock-photo/Gearstd (S. 16), iStockphoto/xxmmxx (S. 18), Shutterstock/Radoslaw Maciejewski (S. 20, 21) **DRUCK:** B&K Offsetdruck GmbH