

Geschäftsjahr 2022/2023

## GLOBUS Gruppe bleibt auf Erfolgskurs

- **Kunden honorieren großes Engagement der GLOBUS Mitarbeitenden**
- **101 GLOBUS Hypermärkte markieren Abschluss einer einmaligen Wachstumsphase**
- **GLOBUS Baumärkte behaupten sich in einem stagnierenden Markt und treiben Digitalisierung voran**
- **Internationale Nachhaltigkeitsstrategie bündelt Aktivitäten der GLOBUS Gruppe**

Saarbrücken-Dudweiler/St. Wendel, 22. November 2023. Die GLOBUS Gruppe bleibt spartenübergreifend auf Erfolgskurs und schließt das Geschäftsjahr 2022/2023 (1.7.22-30.6.23) mit einem Umsatz von 9,82 Mrd. Euro (+ 11,4 Prozent im Vergleich zum Vorjahr) sowie einem EBIT von 486,2 Mio. Euro ab. Neben einem starken operativen Ergebnis beinhaltet das EBIT einen Sondereffekt von 196,3 Mio. Euro aus der Hebung stiller Reserven für fünf Standorte im Rahmen einer Sale & Lease Back-Finanzierung. Im Kontext steigender Energie- und Verbraucherpreise sowie einer wachsenden Kaufzurückhaltung konnten die GLOBUS Baumärkte ihren Umsatz auf dem Niveau des Vorjahres halten (+0,3 Prozent). Die GLOBUS Hypermärkte verzeichnen insbesondere durch die Eröffnung neuer Standorte sowie deutliche Umsatzsteigerungen in den eigenen Produktionen einen Zuwachs von 14,8 Prozent. Dazu berichteten im Rahmen eines gemeinsamen Marktrundgangs durch die GLOBUS Markthalle Saarbrücken-Dudweiler am heutigen Mittwoch Matthias Bruch, Sprecher der Geschäftsführung GLOBUS Gruppe, Nico Andres, Geschäftsführer Finanzen GLOBUS Gruppe, und Thomas Hewer, Sprecher der Geschäftsführung GLOBUS Markthallen. Der Standort Dudweiler ist einer von insgesamt 16 ehemaligen real-Märkten, die GLOBUS in den vergangenen drei Jahren - neben zwei weiteren Expansionsstandorten in Eschborn und Neunkirchen - an den Markt gebracht hat.

„Das abgelaufene Geschäftsjahr hat gezeigt, dass wir uns mit unserem einzigartigen GLOBUS Konzept auch in einem gesamtwirtschaftlich sowie geopolitisch anspruchsvollen Umfeld gut behaupten und als Gruppe starke Ergebnisse erwirtschaften können,“ sagt Matthias Bruch, Sprecher der Geschäftsführung GLOBUS Gruppe. „Wir konnten viele neue Kunden für uns begeistern und deutlich an Umsatz hinzugewinnen, vor allem durch die Integration der real-Standorte in Deutschland, aber auch durch die Eröffnung von weiteren Groß- und Kleinflächen.“

### **Kunden honorieren großes Engagement der GLOBUS Mitarbeitenden**

Einen großen Erfolg konnten die rund 28.400 Mitarbeitenden in Deutschland erst vor wenigen Wochen feiern, denn sowohl die GLOBUS Markthallen als auch die GLOBUS Baumärkte wurden beim jährlichen Kundenmonitor, der hierzulande wichtigsten Verbraucherstudie, zu den beliebtesten Einkaufsstätten der Deutschen gewählt. „Wir sind ein wirkliches ‚Unternehmer-Unternehmen‘ mit ganz besonderer Kundenzugewandtheit. Unsere Kollegen verstehen sich als gute Gastgeber, gestalten ihren Markt nach den Wünschen und Bedürfnissen der Kunden vor Ort maßgeblich mit und können ihnen damit nicht nur

Medienkontakt:

**GLOBUS Pressestelle**

Isabel del Alcazar von Buchwald

T. 06851 909-1800

@ [presse@globus.net](mailto:presse@globus.net)

Weitere Informationen zum Unternehmen

erhalten Sie unter [www.globus.de](http://www.globus.de)

Aktuelle Unternehmensnews sowie Bildmaterial

finden Sie unter [www.globus.de/presse](http://www.globus.de/presse)

das Beste, sondern auch das Besondere am jeweiligen Standort bieten“, so Matthias Bruch. Gerade während der aktuellen Preissteigerungen bewähren sich insbesondere die GLOBUS Stärken in der hauseigenen Herstellung: „Wir können unseren Kunden ein unvergleichbares Preis-Qualitätsverhältnis bieten.“ Das wird auch an den Zahlen deutlich: Die Eigenproduktion verzeichnet eine anhaltend starke Entwicklung mit steigenden Absätzen und einem Umsatzwachstum deutlich über den Inflationsraten. Als eines von wenigen Unternehmen bietet GLOBUS seinen Mitarbeitern außerdem die Möglichkeit der finanziellen Beteiligung am Unternehmen an. Etwa die Hälfte aller Mitarbeiter macht über den Kauf von Unternehmensanteilen davon Gebrauch, partizipiert als stiller Gesellschafter direkt am Erfolg des eigenen Standortes oder des Gesamtunternehmens, und wird dadurch zum „Unternehmer im Unternehmen“.

## **101 GLOBUS Hypermärkte markieren Abschluss einer einmaligen Wachstumsphase**

Mit Eröffnung des ehemaligen real-Marktes in Hamburg-Lurup im Juli dieses Jahres vollendet das Unternehmen die Integration von insgesamt 16 ehemaligen real-Standorten innerhalb von nur drei Jahren und betreibt Stand heute deutschlandweit 65 GLOBUS Markthallen. Insbesondere in Nordrhein-Westfalen hat sich das Unternehmen mit der Übernahme mehrerer ehemaliger real-Standorte ein zusätzliches Kerngebiet erschlossen, darunter moderne und florierende Handelsstandorte, aber auch in die Jahre gekommene Märkte, an denen aufwendige Umbaumaßnahmen notwendig sind und waren. „Standorte, an denen wir mit unserem vollständigen GLOBUS Konzept an den Start gehen konnten, verzeichnen von Beginn an eine sehr gute Kundenresonanz“, berichtet Thomas Hewer, Sprecher der Geschäftsführung GLOBUS Markthallen. „Nun gilt es, die Markthallen in den Fokus zu nehmen, in denen wir nicht mit Metzgereien, Bäckereien, Frischetheken und Restaurants starten konnten, sondern diese über Umbauten nach und nach implementieren und die Markthallen so auf das bewährte GLOBUS Niveau heben.“

Denn GLOBUS unterscheidet sich mit seinem Konzept des „Local Hero“ merklich von Vorgänger real, wie beim Rundgang durch den Markt in Dudweiler deutlich wurde: In den hauseigenen Bäckereien und Metzgereien stellen die GLOBUS Mitarbeitenden in handwerklicher Produktion und nach regionalen Rezepturen täglich frisch im Markt Lebensmittel selbst her, Verkostungen und persönliche Beratung auf der Fläche sowie ein umfangreiches regionales und lokales Sortiment ergänzen das breite und tiefe Angebot.

In Tschechien eröffnete GLOBUS im Juni 2023 im Prager Stadtteil Štěrboholý seinen 16. Hypermart und zeigt dort auf 6.000 Quadratmetern Fläche ebenfalls eindrucksvoll alle Facetten der hauseigenen Herstellung von der Meisterbäckerei über Fach- und Geflügelmetzgerei bis hin zur in Tschechien besonders beliebten Gastronomie. Rund 2.900 Gerichte verkauft GLOBUS dort pro Tag und Markt. „Inflation und Kaufkraftverluste sind auch in Tschechien deutlich spürbar“, berichtet Matthias Bruch. „Wie in Deutschland greifen unsere tschechischen Kunden daher verstärkt zu Produkten aus unserer eigenen Herstellung und zu Eigenmarkenartikeln.“ Zum Portfolio gehören im Land unter anderem zwei „GLOBUS Fresh“, mit denen das Unternehmen sehr vielversprechend ein Kleinflächenformat testet und mit Lagen in Wohngebieten und Stadtzentren näher an die Kunden heranrückt. Die russischen GLOBUS Hypermärkte schöpfen ihr Potential aus dem Bestand. Für die Lebensmittelmärkte hat GLOBUS mit Beginn des Russland-Ukraine-Krieges die Investitionen frühzeitig und signifikant reduziert. Die Lebensmittelmärkte leisten jedoch weiterhin einen Beitrag für die Grundversorgung der Zivilbevölkerung. GLOBUS folgt damit den Beschlüssen der Bundesregierung und der EU-Mitgliedstaaten, die betonen, dass sich die ergriffenen Wirtschaftssanktionen ausdrücklich nicht gegen die russische Gesellschaft richten.

Medienkontakt:

**GLOBUS Pressestelle**

Isabel del Alcazar von Buchwald

T. 06851 909-1800

@ [presse@globus.net](mailto:presse@globus.net)

Weitere Informationen zum Unternehmen erhalten Sie unter [www.globus.de](http://www.globus.de)

Aktuelle Unternehmensnews sowie Bildmaterial finden Sie unter [www.globus.de/presse](http://www.globus.de/presse)

## **GLOBUS Baumärkte behaupten sich in einem stagnierenden Markt und treiben Digitalisierung voran**

Mit einem neuen Baumarkt-Flaggschiff im ost-westfälischen Löhne setzt GLOBUS Baumarkt einmal mehr Maßstäbe in puncto Innovation und Modernität und ist damit an insgesamt 91 Standorten und mit rund 9.000 Mitarbeitern vertreten.

In einer für die gesamte Branche nicht einfachen gesamtwirtschaftlichen Situation schafft es der Unternehmensbereich Marktanteile hinzuzugewinnen und behauptet sich auf einem hohen Niveau: Nach Lieferengpässen im vergangenen Jahr haben ein kühler und verregener März und April den Frühjahrsumsatz beeinträchtigt, hinzu kommt eine branchenweite Kaufzurückhaltung. Als Umsatztreiber im abgelaufenen Geschäftsjahr erwiesen sich vor allem die Sortimente Tiernahrung, Brennstoffe und Öfen sowie der Bereich Installation durch stark nachgefragte Solar-Balkonkraftwerke. GLOBUS spezifisch punktet auch bei den GLOBUS Baumärkten die hauseigene Gastronomie, die es an deutschlandweit 36 Standorten gibt.

Mit dem Bereich E-Commerce haben sich die Baumärkte bereits vor einigen Jahren ein weiteres Zukunftsfeld erschlossen und treiben dieses konsequent voran. Die Beziehungen zu Kunden, Lieferanten und Mitarbeitern werden durch digitale Mehrwerte weiter optimiert. Beispiele hierfür sind eine neue Mitarbeiter-App und der Ausbau von E-Learning-Modulen. Eine verbesserte Kundenansprache erfolgt durch den Relaunch des Onlineshops. Dieser wurde im September vom Deutschen Institut für Service-Qualität (DISQ) und dem Nachrichtensender ntv zum besten Onlineshop 2023 in der Kategorie „Bauen & Heimwerken (mit Filialnetz)“ gekürt.

Branchenweite Spitzenplätze belegen die GLOBUS Baumärkte regelmäßig auch bei weiteren Verbraucherbefragungen: In der Baumarktstudie von Konzept & Markt und ANXO Management Consulting in Kooperation mit dem diy-Fachmagazin des Dähne Verlags wurden sie zum 13. Mal in Folge zum kundenfreundlichsten Baumarkt Deutschlands gewählt und in der Gartenmarktstudie zum besten Gartenmarkt Deutschlands. Dazu kommen Arbeitgeber-Auszeichnungen wie Platz zwei in der Studie „Top nationale Arbeitgeber 2023“ des FOCUS-Business-Magazins oder ganz aktuell zum dritten Mal in Folge „Top Company“ durch den Arbeitgeberbewerter kununu. Im September 2022 haben die GLOBUS Baumärkte das Zertifikat „audit berufundfamilie“ erhalten.

## **Internationale Nachhaltigkeitsstrategie bündelt Aktivitäten der GLOBUS Gruppe**

„Als Familienunternehmen in der sechsten Generation betrachten wir Nachhaltigkeit und die Übernahme von Verantwortung gegenüber nachfolgenden Generationen als ganz wesentlichen Teil unseres Selbstverständnisses“, so Matthias Bruch.

Mit der Implementierung einer länder- und bereichsübergreifenden Infrastruktur bündelt die GLOBUS Gruppe zukünftig alle Aktivitäten im Bereich Nachhaltigkeit, um insbesondere auf den Feldern, die zum Kern des Unternehmens gehören, eine besondere Schlagkraft zu entfalten und wesentliche Beiträge leisten zu können. Vier Fokusthemen - Mensch, Produktion & Produkt, Grüne Energie sowie Umwelt & Umfeld – dienen dabei als Leitplanken. Ein Fokusfeld ist die Vermeidung von Lebensmittelverschwendung. Dem Anspruch folgend, so wenig „food waste“ wie möglich zu produzieren, ergreift GLOBUS in seinen Markthallen bereits jetzt verschiedenste Maßnahmen von der Ganztierverarbeitung in den Fachmetzgereien, einer sich ständig weiterentwickelnden, bedarfsgerechten Disposition über Vermarktungskonzepte MHD-gefährdeter Ware bis hin zu Markthallen-internen Warenkreisläufen zur Weiterverarbeitung noch verkehrsfähiger Lebensmittel.

Medienkontakt:

### **GLOBUS Pressestelle**

Isabel del Alcazar von Buchwald

T. 06851 909-1800

@ [presse@globus.net](mailto:presse@globus.net)

Weitere Informationen zum Unternehmen erhalten Sie unter [www.globus.de](http://www.globus.de)

Aktuelle Unternehmensnews sowie Bildmaterial finden Sie unter [www.globus.de/presse](http://www.globus.de/presse)



## Über GLOBUS

Die Wurzeln der GLOBUS Gruppe liegen im saarländischen St. Wendel: 1828 gründet Franz Bruch dort einen kleinen Kolonialwarenladen, der sich schnell zur Großhandlung und in den 1960er Jahren zum Cash & Carry-Markt weiterentwickelt. 1966 eröffnet in Homburg-Einöd dann der erste großflächige Verbrauchermarkt. In den 1980er Jahren folgt die Gründung der Globus Baumärkte und mit der deutschen Wiedervereinigung expandiert das Unternehmen zunächst in den Osten

Deutschlands, wenig später nach Tschechien und Anfang der 2000er Jahre nach Russland. Matthias Bruch führt das Familienunternehmen als geschäftsführender Gesellschafter in sechster Generation, zu dem heute 101 GLOBUS Hypermärkte, davon 65 GLOBUS Markthallen in Deutschland, sowie 91 GLOBUS Baumärkte in Deutschland und Luxemburg gehören.

Medienkontakt:

**GLOBUS Pressestelle**

Isabel del Alcazar von Buchwald

T. 06851 909-1800

@ [presse@globus.net](mailto:presse@globus.net)

Weitere Informationen zum Unternehmen

erhalten Sie unter [www.globus.de](http://www.globus.de)

Aktuelle Unternehmensnews sowie Bildmaterial

finden Sie unter [www.globus.de/presse](http://www.globus.de/presse)