

**STARKE VERBINDUNGEN FÜR
EINE SICHERE ZUKUNFT**

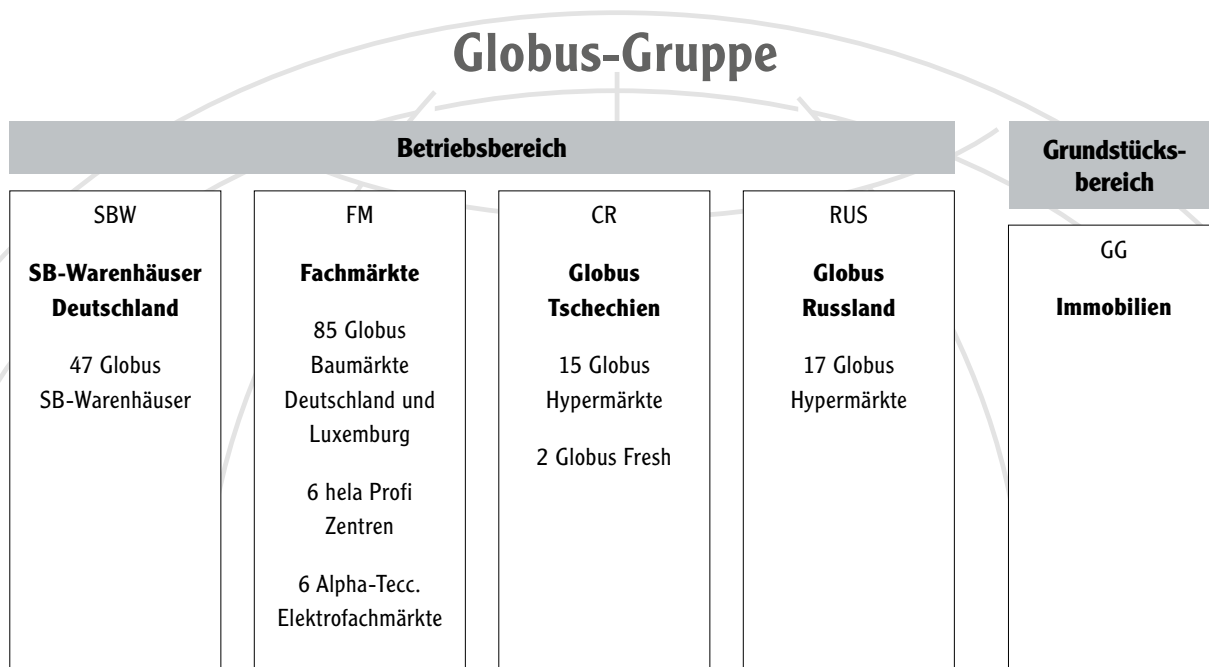


Information der Globus-Gruppe
zum Geschäftsjahr 2019 | 2020

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 geschäftsführenden Gesellschafters, 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 18.600 in den deutschen SB-Warenhäusern und mehr als 9.400 in den Fachmärkten. In Russland und Tschechien beschäftigt Globus insgesamt rund 18.000 Mitarbeiter.



Die Globus-Gruppe in Zahlen	GJ 2017/18	GJ 2018/19	GJ 2019/20
Standorte (Anzahl)	172	175	178
Umsätze (in Mrd. Euro)	7,59 (+1,0 %)	7,71 (+1,5 %)	7,95 (+3,2 %)
Mitarbeiter (Anzahl)	44.500	46.000	46.200

GJ jeweils 1.7. bis 30.6.2020

Stark aufgestellt für die Zukunft:

Der Umsatz der Globus-Gruppe wächst im Geschäftsjahr 2019/2020 auf 7,95 Mrd. Euro.

Die Globus-Gruppe blickt auf ein bewegtes Geschäftsjahr 2019/2020 (1.7.2019 bis 30.6.2020) zurück. Trotz vieler Einschränkungen und Unwägbarkeiten, die die Corona-Pandemie ab März 2020 mit sich brachte, verzeichnet sie ein deutliches Umsatzwachstum von 3,2 Prozent und schließt das Geschäftsjahr mit 7,95 Mrd. Euro Umsatz (EBIT 284 Mio. Euro).

„In den vergangenen Monaten haben wir bewiesen, dass wir auch turbulente Zeiten gut meistern und sogar gestärkt daraus hervorgehen können“, betont Matthias Bruch, geschäftsführender Gesellschafter der Globus Holding. „Es geht nun darum, in die Zukunftsfähigkeit und Weiterentwicklung unserer Kundenleistung zu investieren. Viele Entwicklungen, insbesondere im digitalen Bereich, haben durch Corona eine enorme Beschleunigung erlebt, sodass wir große Entwicklungsschritte gehen konnten.“

Gestärkt aus dem Corona-Lockdown

Die deutschen Globus SB-Warenhäuser bleiben mit einem leichten Umsatzwachstum von 0,3 Prozent auf dem Vorjahresniveau von 3,38 Mrd. Euro. Die Globus Fachmärkte legen um 5,1 Prozent zu und schließen das Geschäftsjahr mit einem Umsatz von 1,94 Mrd. Euro. In Russland verzeichnen die Globus-Hypermärkte ein Wachstum um 9,6 Prozent auf 117,28 Mrd. Rubel. Der Umsatz in den tschechischen Hypermärkten hält sich stabil bei 1,06 Mrd. Euro (+0,1 Prozent).

Geprägt sind die Bilanzen aller Unternehmensbereiche der Globus-Gruppe durch den länderübergreifenden Lockdown im Frühjahr diesen Jahres. Sowohl die deutschen Globus SB-Warenhäuser als auch die Globus-Hypermärkte in Russland und Tschechien mussten ihre Gastronomien über mehrere Wochen hinweg schließen. Die Globus Fachmärkte waren in mehreren Bundesländern sogar von Komplettschließungen betroffen. Kompensieren konnten die Märkte diese Entwicklungen durch schnelles und flexibles Handeln, innovative Konzepte und digitale Angebote.

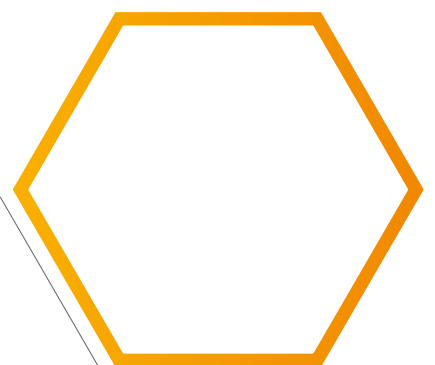
Wichtige Zukunftsprojekte erfolgreich vorangetrieben

Insbesondere die Digitalisierung erhielt durch Corona einen wichtigen Schub. Angebote wie der Onlineshop der Globus Fachmärkte, Click&Collect sowie Lieferservices und der Online-Vorbestellservice für Produkte aus der Eigenproduktion werden rege angenommen. Kontaktlose Bezahlmöglichkeiten und der Einkauf per Scan&Go bewährten sich in der Corona-Zeit, ebenso das tiefe und breite Angebot der Märkte. Ihre Investitionen hielt die Globus-Gruppe weiter hoch: In die Entwicklung neuer Standorte sowie die Weiterentwicklung und Werterhaltung bestehender Immobilien investierte sie 2019/2020 mehr als 390 Mio. Euro. In Halle eröffnete das 47. Globus SB-Warenhaus, in Eschborn sowie am Standort Neunkirchen starteten planmäßig die Bauarbeiten. In Russland eröffneten die Standorte Kaluga und Kommunarka, ganz aktuell folgte ein modernes Logistikzentrum. Noch für dieses Jahr ist die Eröffnung des 18. Globus-Hypermärkts geplant. Im tschechischen Prag ging das Kleinflächenformat Globus Fresh erfolgreich in die zweite Runde. Die Globus Fachmärkte unterdessen trieben insbesondere die Modernisierung bestehender Märkte voran.



Generationswechsel in mehreren Unternehmensbereichen

Der für das Jahr 2020 geplante Generationswechsel bei Globus konnte trotz Corona vollzogen werden: Bereits zum 1. Januar 2020 übernahm Timo Huwer die Nachfolge seines Vaters Erich Huwer als Sprecher der Geschäftsführung der Globus Fachmärkte. Im Frühjahr 2020 folgte die Neuaufstellung der Geschäftsführung im Bereich der Globus SB-Warenhäuser: Jochen Baab begleitet seit 1. April 2020 die Aufgabe des Sprechers der Geschäftsführung. Uwe Wamser, bisher als Geschäftsführer für Globus in Tschechien verantwortlich, verantwortet seit 1. April 2020 als Geschäftsführer u.a. die Bereiche Mitarbeiter, Unternehmenskommunikation und Recht. Zum 1. Juli 2020 übergab Thomas Bruch die Aufgabe des Sprechers der Geschäftsführung der Globus Holding an seinen Sohn Matthias Bruch.





Globus SB-Warenhäuser

Digitale Angebote ergänzen bewährte Globus-Stärken

Trotz mehrwöchiger Schließung ihrer Restaurants verzeichnen die deutschen Globus SB-Warenhäuser mit einem Umsatz von 3,38 Milliarden Euro für das vergangene Geschäftsjahr ein leichtes Wachstum von 0,3 Prozent. Das durch Corona veränderte Einkaufsverhalten der Kunden wirkt sich auf die SB-Warenhaussparte positiv aus: „Der Trend geht hin zum ‚One Stop-Shopping‘, dem Wocheneinkauf und zum Homecooking, was sich in der Größe des durchschnittlichen Warenkorbs widerspiegelt und eine niedrige Einkaufsfrequenz, vor allem während des Lockdowns, kompensiert“, erläutert Jochen Baab, Sprecher der Geschäftsführung Globus SB-Warenhaus. „Unsere Kunden haben zudem honoriert, dass wir aufgrund unseres großzügigen Flächenangebots die strengen Hygienemaßnahmen schnell umsetzen und den gebotenen Abstand jederzeit sicher gewährleisten konnten.“

Der im Frühjahr neu gegründete „Führungskreis SB-Warenhaus“ kann somit positiv auf die zurückliegenden ersten Monate blicken. Seine Tätigkeit hat der neue Führungskreis, bestehend aus den SB-Warenhaus-Geschäftsführern Jochen Baab, Petra Schäfer und Uwe Wamser sowie den Holding-Geschäftsführern Matthias Bruch und Norbert Schillo, am 1. April 2020 aufgenommen.

Mit der Einführung der Dachmarke „Von Hand mit Herz.Globus“ stellen die Globus SB-Warenhäuser traditionelle Herstellung und Handwerk in ihren Eigenproduktionsstätten noch stärker in den Vordergrund. „Von Hand mit Herz“ steht für handwerklich und mit Leidenschaft frisch hergestellte Produkte aus den Bereichen Fachmetzgerei, Meisterbäckerei, Salat- & Vitaminbar, Käse- und Fischtheke, Sushibar, Restaurant, Culinaria und Genussmanufaktur“, erläutert Jochen Baab.

Auf das wachsende Bewusstsein für gesunde Lebensmittel geht Globus auch mit seinem Konzept „Einfach wertvoll“ ein und bietet mit seinem neuen Konzept auch Food-Start-ups eine attraktive Plattform. „Viele junge Unternehmen setzen auf neue Herstellungsmethoden und außergewöhnliche Rohstoffe oder experimentieren mit Verpackungsmaterialien. Wir sind

stolz darauf, eine beispiellose Vielfalt an innovativen Produkten anbieten zu können“, sagt Jochen Baab. Diesen Anspruch unterstreicht Globus mit der „Globus Weinlounge“, die junge Weingenießer noch gezielter anspricht. Sie ergänzt die Länderregale der Weinwelt.

Der bereits seit Jahren kontinuierliche und zukunftsgerichtete Ausbau seiner digitalen Services kam Globus während der Corona-Pandemie besonders zugute. Denn für Kunden und Mitarbeiter erwiesen sich diese als echte Einkaufserleichterer. Neben der Möglichkeit des kontaktlosen Bezahlens am Kartenterminal ermöglicht Globus seinen Kunden seit verganginem Herbst zusätzlich die Möglichkeit des Bezahlens per Apple Pay und Google Pay. 44 Märkte können mittlerweile zudem einen Einkauf mit dem Selfscanning-System Scan&Go anbieten. Seit Anfang Oktober ist dies in den saarländischen Märkten sogar mit dem eigenen Smartphone möglich. Der Roll-out von „Scan&Go Mobile“ auf die weiteren Märkte ist bereits in vollem Gang. Mit der „Mein Globus“-App profitieren die Globus-Kunden auf ihrem Smartphone von den „Mein Globus“-Vorteilen. Auch der im Herbst 2019 eingeführte Online-Produktkatalog überzeugte zu Corona-Zeiten: Kunden können über globus.de die Produkte und Angebote für ihren Markt einsehen, ihren Einkauf vorab besser planen oder etwa eine digitale Einkaufsliste erstellen. Besonderer Beliebtheit erfreut sich auch der Globus-Online-Vorbestellservice für Sushi, Käse-, Fisch- und Antipastiplatten oder Präsentkörbe.





Das Wirtschaftsmagazin „Bilanz“ kürte Globus 2019 zum **zweiten Mal in Folge** zu einem der meistbewunderten Unternehmen Deutschlands.





1. Januar 2020

Generationswechsel von
Erich Huwer auf Timo Huwer

Globus Fachmärkte

Mit stationären und digitalen Angeboten zum multimedialen Unternehmen

Trotz des herausfordernden Geschäftsjahres 2019/2020 verzeichnen die Globus Fachmärkte mit einem Umsatz von 1,94 Mrd. Euro (+5,1 Prozent) ein kontinuierliches Wachstum und setzen ihre positive Entwicklung fort. Diese Beständigkeit beruht vor allem auf der erlebbaren Kundenorientierung, die in 85 Globus-Baumärkten, sechs hela Profi-Zentren und sechs Alpha-Tecc. Elektrofachmärkten in allen Bereichen zu spüren ist.

„Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter machen den Unterschied in unseren Unternehmen. Das spiegelt sich in allen Bereichen wider und soll auch zukünftig so bleiben. Gemeinsam führen wir den Erfolg der Fachmärkte weiter“, erklärt Timo Huwer, Sprecher der Geschäftsführung der Globus Fachmärkte. Der Grundgedanke und die Werte der Fachmärkte bleiben durch den Generationswechsel erhalten. Bereits zum 1. Januar 2020 hat Timo Huwer die Position seines Vaters Erich Huwer übernommen und führt das Erfolgskonzept der Fachmärkte unter Einbringung neuer Ideen und eigener Vorstellungen weiter. Gemeinsam mit Pia Frey und Gerald Neumayr bildet er die neue Führungsspitze der Globus Fachmärkte.

Die Globus Fachmärkte nutzten Corona als Chance und zeigten sich am Anfang der Krise als schneller und innovativer Akteur. Die konsequente Umsetzung von Schutzmaßnahmen, der zügige Ausbau des Online-Geschäfts und die vorbildliche Zusammenarbeit mit den Behörden sicherten ihnen die Zufriedenheit der Kunden sowie der eigenen Mitarbeiter.

Das veränderte Konsumverhalten in der Krise spiegelt sich auch bei den Baumarkt-Kunden wider: Während die Themen Wohnen und Garten sichtlich an Relevanz zunahmen, kauften die Kunden gezielter ein – die Basics blieben aber dieselben. „Der Baumarktkunde will Probleme gelöst haben, beraten werden und seine Projekte umsetzen“, sagt Timo Huwer. Das Vertrauen und die Zufriedenheit der Kunden zeigten sich erneut in der Gemeinschaftsstudie 2020 von Konzept & Markt in Kooperation mit dem Dähne Verlag, in der die Globus-Baumärkte zum zehnten Mal als

Sieger hervorgehen bzw. als kundenfreundlichstes Baumarktunternehmen gewählt wurden. Auch beim Kundenmonitor 2020 belegen die Globus-Baumärkte bei den personalbasierenden Leistungsfaktoren, wie Freundlichkeit, Fachberatung, Aufmerksamkeit und Verfügbarkeit, jeweils den ersten Platz.



Investitionen fließen auch im Fachmarkt-Bereich verstärkt in die Digitalisierung, darunter in den Ausbau des Stammkunden-Kartensystems wie auch in das Kundenservicecenter. Zur Ermittlung der Kundenwünsche und -anforderungen erweiterte das Unternehmen im vergangenen Geschäftsjahr den Bereich Online-Marktforschung und startete als digitale Verkaufunterstützung die Einführung eines Bildschirm-Informationssystem. Das System dient den Kunden als digitaler Produktberater und -finder. Mit der Erweiterung der Bezahlmöglichkeiten können die Kunden seit Juli 2019 ihre Click&Collect-Bestellungen bereits vorab im Online-Shop bezahlen. Dadurch gestaltet sich der Reservierungsprozess für die Kunden noch einfacher und komfortabler. Durch den Relaunch der Kunden-App ist der Online-Shop in die App integriert – von der Produktinformation bis zur Bestellung und Reservierung ist alles möglich. Auch die Baumarkt-Eigenmarken „TrendLine“ und „Primaster“ erhielten einen neuen Anstrich: Mit einem aufgefrischten Verpackungsdesign sowie einem erweiterten Angebot werden sie stärker positioniert und der Markenkern transparenter an die Kunden kommuniziert.

5,1 %

Umsatzsteigerung im Vergleich
zum Vorjahr



Globus-Hypermärkte Tschechien

Mit zukunftsfähigen Konzepten auf Wachstumskurs

„Es liegt ein spannendes Jahr hinter Globus Tschechien: Der zweite Globus Fresh öffnete seine Türen, die „Můj Globus“-App wurde aufgerüstet und an die Bedürfnisse der Kunden angepasst, unsere Umbauten in České Budějovice und Ústínad Labem sind erfolgreich fertiggestellt. Zudem konnten wir durch zahlreiche Maßnahmen und den tollen Einsatz aller Kolleginnen und Kollegen während der gesamten Corona-Zeit sowohl die Sicherheit unserer Kunden und Mitarbeiter als auch die Funktionalität aller unserer Hypermärkte auf sehr hohem Niveau gewährleisten“, berichtet Hans-Jörg Bauer, Sprecher der Geschäftsführung von Globus Tschechien.

Die 15 Globus-Hypermärkte in Tschechien wuchsen im abgeschlossenen Geschäftsjahr leicht um 0,1 Prozent und können damit den Umsatz von 1,06 Mrd. Euro aus dem Vorjahr halten. Obwohl die Restaurants und Shops in der Vorkassenzonen der Märkte für bis zu zweieinhalb Monate schließen mussten, konnte das Unternehmen die Verluste durch innovative Konzepte und Kooperationen kompensieren. „So konnten kurzfristig beispielsweise fertige Speisen aus unserer Gastronomie unseren Kunden mittels eines externen Bestell- und Lieferdienstes angeboten bzw. das Angebot an diesen Fertiggerichten auf den Verkaufsflächen der Hypermärkte deutlich erweitert werden.“, erläutert Hans-Jörg Bauer. Mit dem in allen Betrieben vorhandenen Service Scan&Go hatte Globus in Tschechien auch die passende Antwort auf den Wunsch des kontaktlosen Einkaufens: Seit Ausbruch der Pandemie wurde der Service um über 50 Prozent mehr genutzt, insbesondere über die „Můj Globus“-App. „Ein auf dem tschechischen Markt einmaliger Service“, erläutert Hans-Jörg Bauer. Ebenfalls von den Globus-Kunden gerne angenommen wird der Click&Collect-Service am Pilotstandort Prag-Zličín, welcher in der Zukunft weiter ausgebaut werden soll.

Zu Beginn der Corona-Krise Ende Februar bis Mitte März konzentrierten sich die Kunden verstärkt auf die Lebensmittelabteilungen. Wie in Deutschland

waren in Tschechien sogenannte Hamsterkäufe zu verzeichnen. Im April wandelte sich der Kundenfokus dann und erbrachte eine Umsatzsteigerung in fast allen Kategorien sowie im Gebrauchsgüterbereich. Verkaufsschlager bei Globus Tschechien waren unter anderem die Bereiche Obst und Gemüse, Eigenproduktion, Frische und die „Gesunde Welt“.

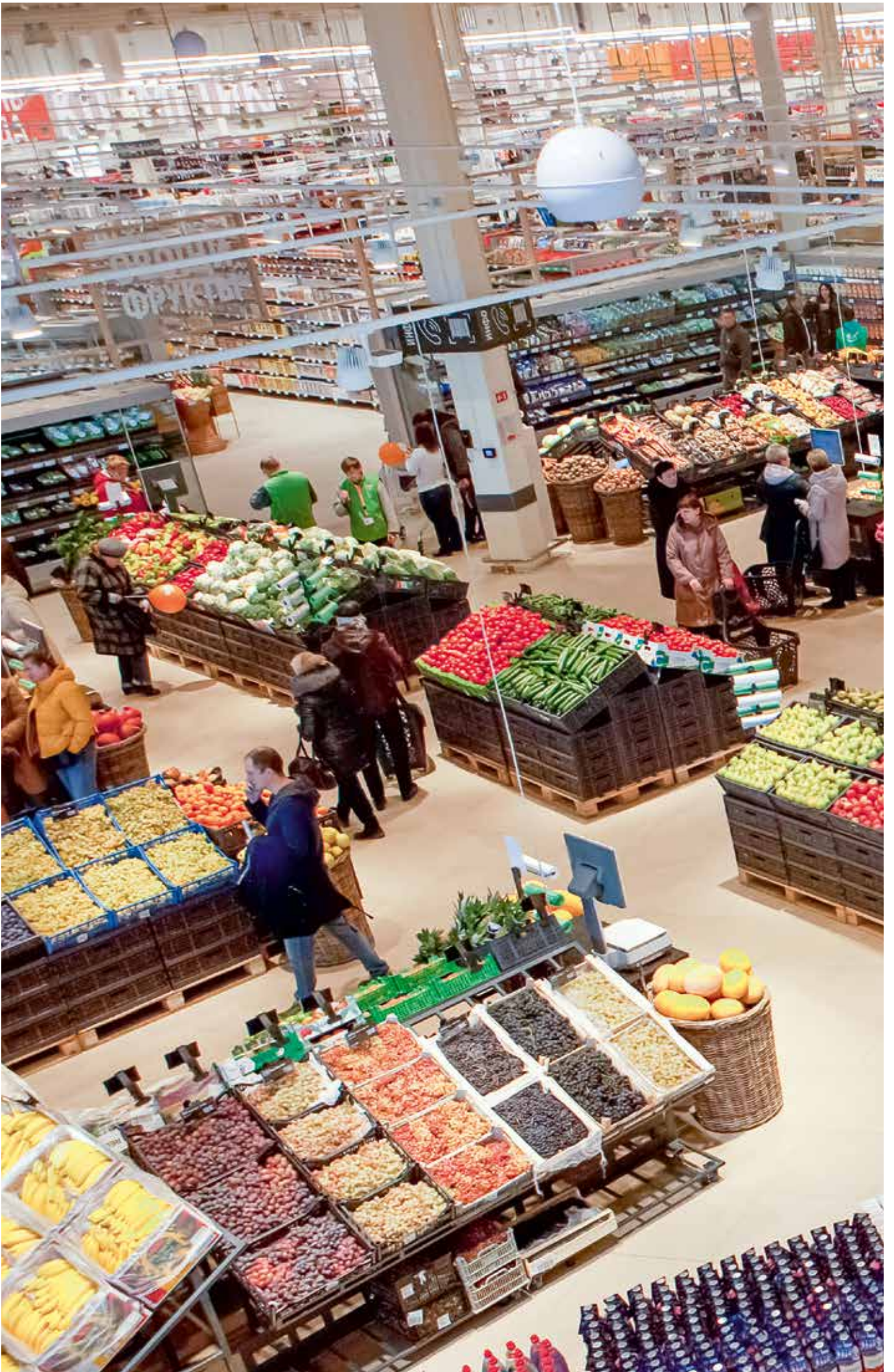
Mit der Eröffnung des Globus Fresh-Pilotmarktes Anfang Februar in Prag geht das Kleinflächenformat in die zweite Runde. Bis zu 2.000 Kunden kaufen täglich auf der gerade einmal 1.500 Quadratmeter großen Verkaufsfläche ein. Die Eigenproduktion unter der Marke „Pocitivá Výroba Globus“ (PVG) steht auch hier im Mittelpunkt. Ergänzt um ein Grundsortiment im Trocken- und Frischebereich können die Kunden hier in Summe zwischen 2.000 Artikeln auswählen. Räumliches Herzstück des zweiten Globus Fresh-Pilotprojektes ist ein großzügiger Restaurant- und Verzehrereich mit 140 Sitzplätzen.



„Die Kombination aus erlebbarer Frische unserer Globus-Eigenproduktionen, dem Verzehr vor Ort, dem schnellen Tageseinkauf und der guten Erreichbarkeit machen Globus Fresh zu einem sehr attraktiven Modell für unsere Kunden.“ freut sich Hans-Jörg Bauer über den gelungenen Start. Leider musste jedoch auch hier coronabedingt ab Mitte März für zweieinhalb Monate der Restaurant- und Verzehrereich geschlossen werden.

Ein Erlebnis bietet der neue Restaurantbereich des Hypermärktes Ústí nad Labem, der nach dem Umbau im Jahr 2019 neue Standards setzt. Neben der klassischen Selbstbedienung bietet das Restaurant eine Bedienung an den Theken sowie Live-Cooking an einer Kochstation. Im Rahmen des Umbaus des Globus-Hypermärktes České Budějovice wurde neben einer neuen Designgestaltung auch das Pilotkonzept der neuen Warenwelt „Internationale Küche“ realisiert, welche eine Auswahl von über 1.000 kulinarisch interessanten Artikeln aus aller Welt bietet.





**5.800
Quadratmeter**

ist die Größe des „kleinen“
Hypermarktes in Kaluga.



Globus-Hypermärkte Russland

Emotionale Warenwelten und digitale Extras
sorgen für besondere Einkaufserlebnisse

Mit einem Umsatzzuwachs um 9,6 Prozent auf 117,28 Mrd. Rubel bleibt Globus in Russland Wachstumstreiber der Gruppe. „In diesem Jahr blicken wir auf umfassende Weiterentwicklungen der Globus-Hypermärkte in Russland zurück: Neben der Eröffnung unseres ersten „5000er“-Globus-Hypermarkts haben wir eine außergewöhnliche Entwicklung hin zum E-Commerce durchlebt und erwarten, dass diese Leistungen auch in Zukunft den entscheidenden Unterschied für unsere Kunden machen“, sagt Volker Schaar, Sprecher der Geschäftsführung Globus Russland.

Auf 5.800 Quadratmetern Verkaufsfläche feierte der Standort Kaluga als Pilotprojekt am 31. Oktober 2019 seine Eröffnung. Der kleinere Markt ermöglicht eine Präsenz innerhalb der Stadt und damit einhergehend die Ansprache einer neuen Kundenzielgruppe. Die fußläufige Erreichbarkeit des neuen Hypermarktes macht ihn für tausende Anwohner und Beschäftigte im Umkreis attraktiv. Zudem verfügt er über einen Selbstbedienungsbereich mit Selbstbedienungskassen und Scan&Go, sodass die Kunden schnell und kontaktlos einkaufen können. Dies hat sich gerade in der Corona-Krise als großer Vorteil erwiesen. Im Februar 2020 eröffnete in Kommunarka der 17. Hypermarkt in Russland, bereits im Herbst 2020 folgt der Standort Medvedkovo.

Seit August 2019 bietet Globus Russland seinen Kunden im Hypermarkt in Krasnogorsk die Möglichkeit, ihre Einkäufe über die Funktion „Click&Collect“ online zu bestellen und im Markt abzuholen. Nach der erfolgreichen Pilotierung wird dieser Service mit weiteren Verbesserungen nun auch in den Hypermärkten in Puschkino und Klimovsk angeboten. Neu ausgestattet mit Drive-in stehen bis zu zehn Kundenparkplätze für die Abholung der Waren bereit, welche zuvor online bestellt wurden. Fünf Terminals ergänzen den Service mit der zusätzlichen Möglichkeit des kontaktlosen Bezahls. „Unsere Kunden schätzen diesen Service bereits sehr. Deshalb werden zwei weitere Drive-ins in den Hypermärkten in Krasnogorsk und Medvedkovo folgen“, berichtet Volker Schaar.

In Kooperation mit dem Lebensmittellieferservice igoods startete Globus Russland zudem die Auslieferung seiner Waren in dessen Online-Shop. Kunden können ihre Bestellungen auf der igoods-Webseite, auf der ein Globus-Katalog mit über 35.000 Artikeln integriert ist, mit einem Klick abschließen. Nach Erhalt der Bestellung stellt igoods selbstständig die auszuliefernde Ware in den Globus-Hypermärkten zusammen und

liefert diese an die Kunden aus. Mehr als 260.000 Bestellungen wurden so bislang erfolgreich zugestellt.

Die russischen Kunden schätzen an Globus besonders die große Sortimentsvielfalt. Allein in diesem Geschäftsjahr erhöhte sich das Sortiment um 141 Eigenmarkenartikel. In der Ausgestaltung des Sortiments und des Services steht Globus dem Fachhandel in nichts nach. In einem neuen Shop-in-Shop-Konzept werden damit Marken wie Tefal (Haushaltsgeräte) oder Asics (Laufschuhe) zusätzlich zu dem bereits umfassenden Sortiment den Globus-Kunden angeboten. Mit dem Umbau der Abteilungen Garten in Krasnogorsk, Bücher in Rjasan und Spielzeug in Kommunarka wurden zudem Räume mit ganz neuer Atmosphäre erschaffen.

„Besonders der Bereich Bio und Organic erfährt bei unseren Kunden großen Zuspruch. Mit fast 3000 Artikeln bieten wir unseren Kunden eines der umfassendsten Sortimente in diesem Segment an. Ausgezeichnet mit verschiedenen Preisen für das kompetenteste Bio-Sortiment sowie attraktiv gestalteten Warenpräsentationen in allen Hypermärkten rückt dieser Bereich in den Mittelpunkt und ist Differenzierungssortiment zu vielen Mitwettbewerbern“, berichtet Volker Schaar.

In den Non Food-Bereichen ist es Globus Russland ebenfalls gelungen, durch engere Zusammenarbeit mit großen Lieferanten Sortimente zu verbessern und mit guter Beratung der Kunden optimal zu betreuen. So wurde dies im Haushaltsgerätebereich mit der Firma Tefal sowie im Textil- und Schuhbereich mit zwei großen russischen Lieferanten getestet und befindet sich aktuell im Rollout in weiteren Märkten.



Investitionen

Zielgerichtete Expansion und kontinuierliche Weiterentwicklung bestehender Märkte



„Für Globus ist es strategisch wichtig, einen wesentlichen Teil der Immobilien im Eigentum zu halten. Dies sichert zum einen Substanzaufbau und zum anderen Handlungsfähigkeit bei der Weiterentwicklung der Immobilien“, erläutert Christian Heins, Geschäftsführer Finanzen. Im vergangenen Geschäftsjahr baute die Globus-Gruppe kontinuierlich auf die Weiterentwicklung und Werterhaltung bestehender Standorte sowie auf die Entwicklung neuer Märkte und investierte rund 390 Mio. Euro.

Globus SB-Warenhäuser

Mit der Fertigstellung des neuen Marktes in Halle betreibt die Globus-Gruppe im Geschäftsjahr 2019/2020 47 SB-Warenhäuser in Deutschland. Zudem starteten im abgelaufenen Geschäftsjahr die Bauarbeiten für gleich zwei weitere große Immobilienprojekte. Den Standort Eschborn hatte Globus bereits 2011 als einen von insgesamt acht ehemaligen Massa-Standorten erworben. Zum 1. April 2020 über-

nahm Globus das ehemals an real vermietete Gelände und konnte mit der Restrukturierung des Areals beginnen. Fast zeitgleich mit Eschborn begannen in Neunkirchen die Bauarbeiten. Entstehen wird bis Ende 2021 ein stark lebensmittelorientierter Markt mit fußläufiger Anbindung zur Neunkircher Innenstadt.

Globus Fachmärkte

Auch die Globus-Baumärkte investieren beständig in die Werterhaltung und Zukunftsfähigkeit ihrer Märkte. So sollen in den kommenden Monaten alle Märkte logistikfähig aufgestellt werden, um das Online-Geschäft weiter voranzutreiben und den Online-Kunden schneller beliefern zu können. Zudem wurden weitere Standorte modernisiert, darunter Meerbusch, Bergkamen, Bennstedt und Gensing. Mit dem Umbau in Gensing, dem ersten Globus-Baumarkt aus dem Jahr 1982, geht eine Erweiterung um über 3.000 Quadratmeter einher; die Gesamtinvestition be-

trägt rund zehn Mio. Euro. Im laufenden Geschäftsjahr startet die Modernisierung der Standorte Losheim, Grünstadt, Germendorf, Hoyerswerda und Dietzenbach. Die Umfluggungen der ehemaligen hela-Märkte in Saarbrücken, Müllheim und Bad Kreuznach wurden bereits vollendet. In Schwäbisch Hall und Horb wurde derweil begonnen, auf das moderne Globus-Baumarkt-Konzept umzustellen.

Globus Tschechien

Globus Tschechien geht mit seinem Kleinflächenformat Globus Fresh in die zweite Runde und schafft durch innenstadtnahe Märkte und Online-Lösungen Kontaktpunkte zu den Kunden. Als Vorbild für den Umbau weiterer Globus-Hypermärkte zählt der frisch umgebaute Markt in České Budějovice. Moderne Regalsysteme, Raumkonzepte und das nachhaltige Energiekonzept stellen die Weichen für zukünftige Umbauten und sorgen dafür, dass der Energieverbrauch möglichst gering ausfällt.





10 Mio. €

Investitionen machen Gensingen zum modernsten Globus-Baumarkt.



Globus Russland

Ebenfalls auf ein kleineres Format wagt sich Globus Russland und brachte in Kaluga das erste Haus auf einer Verkaufsfläche von 5.800 Quadratmetern an den Start. Ziel des Pilotprojektes Kaluga ist es, den Kunden alle Warengruppen anbieten zu können, jedoch das Gesamtsortiment auf 25.000 Artikel zu begrenzen. Durch die Kooperation mit 30 lokalen Herstellern liegt der Schwerpunkt weiterhin auf Frische. Mit dem Globus-Hypermarkt in der Siedlung Kommunarka eröffnete am 27. Februar 2020 der 17. Markt in Russland. Der Hypermarkt Kommunarka hat mit seinen 9.800 Quadratmetern Verkaufsfläche eine typische Globus-Größe. Wegen seiner hervor-

ragenden Lage in Neu-Moskau werden voraussichtlich mehr als fünf Millionen Kunden diesen Hypermarkt pro Jahr besuchen. Im aktuellen Geschäftsjahr eröffnete das neue Logistikzentrum in Puschkino im Moskauer Gebiet mit einer Lagerfläche von ca. 78.000 Quadratmeter. Diese Investition in Höhe von 6,7 Mrd. Rubel ist für Globus von strategischer Bedeutung und

ermöglicht es, am Standort sukzessive auf bis zu 180.000 Quadratmeter zu wachsen. Damit werden optimale logistische Prozesse langfristig für Globus sichergestellt. Kurz vor Eröffnung steht der 18. Hypermarkt in Medvedkovo. Das Investitionsvolumen hierfür beträgt etwa 6,5 Mrd. Rubel.



**6,5
Mrd. Rubel**

Investitionsvolumen für den neuen 18. Hypermarkt in Medvedkovo

Mitarbeiter

Besonderes Engagement, Zusammenhalt und Solidarität in der Krise

Die 46.000 Globus-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter sind bei Globus das wichtigste Gut. Dass „Miteinander-Füreinander-Leisten“ gelebter Unternehmenswert ist, zeigten die vergangenen Monate über alle Unternehmensbereiche hinweg deutlich. Zusammenhalt, besonderes Engagement und Unternehmergeist prägten die Corona-Zeit bei Globus und trugen maßgeblich zum Erfolg in unsicheren Zeiten bei.

Globus SB-Warenhäuser

Die 18.600 Mitarbeiter der Globus SB-Warenhäuser bewiesen eindrücklich, dass Zusammenhalt nicht gekannte Kräfte weckt. Während Hamstereinkäufe Anfang März für ein stark erhöhtes Kundenaufkommen sorgten und Kassierer, Warenverräumer und nachgelagerte Bereiche an ihre Belastungsgrenze trieb, mussten die Gastronomie sowie Teile der Gebrauchsgüterbereiche schließen. Ein Großteil der Koordinations-Mitarbeiter zog ins Homeoffice um. „Die zwischenmenschliche Kompo-

nente, die große Solidarität und Hilfsbereitschaft, genauso wie neue Wege der Kommunikation und Zusammenarbeit möchten wir mit in die Zukunft nehmen“, sagt Jochen Baab, Sprecher der Geschäftsführung Globus SB-Warenhaus. Als Zeichen der Anerkennung erhielt jeder Mitarbeiter und jede Mitarbeiterin einen Einkaufsgutschein sowie zwei Tage Sonderurlaub.

Globus Fachmärkte

„Wir haben in der Corona-Krise einen unglaublichen Zusammenhalt erlebt. Wir konnten spüren, dass dieses Unternehmen lebt und an einem Strang zieht“, berichtet Timo Huwer, Sprecher der Geschäftsführung der Globus Fachmärkte, über die Corona-Krise. Das zügige Handeln sowie die gute Umsetzung der Schutz-

maßnahmen hat dem Unternehmen auch viel Zuspruch aus den eigenen Reihen beschert. Um neben der Gesundheit der 9.400 Mitarbeiter auch Arbeitsplätze zu schützen, beantragten die Fachmärkte als Übergangslösung während des Lockdowns Kurzarbeit. Durch einen Zuschlag wurde das Kurzarbeitergeld von den Fachmärkten auf 90 Prozent der Normalbezüge sozialverträglich aufgestockt. Für den Einsatz in dieser Zeit bedankte sich das Unternehmen mit der Auszahlung einer Corona-Prämie. Um die Themen wie Employer Branding bzw. Recruiting stärker voranzutreiben wurde der Arbeitskreis „Mitarbeiter“ gegründet. Der Erfolg wird auch bei einer Sonderauswertung der Online-Plattform für Arbeitgeber-Bewertungen Kununu sichtbar. Diese hatte für die Lebensmittel Zeitung die Top 10 der Händler ausgewertet. Dabei landeten die Fachmärkte mit Abstand auf dem vordersten Rang. 82 Prozent der Fachmarkt-Mitarbeiter empfehlen das Unternehmen als Arbeitgeber weiter.





Globus Tschechien

„Die Corona-Zeit verdeutlichte, dass unsere 7.600 Globus-Mitarbeiter in Tschechien den Globus-Fixstern längst in sich tragen. Dieser lautet: 'Hier ist die Welt noch in Ordnung, weil wir eine Gemeinschaft von Herzensmenschen sind, welche täglich sinnvolle Dinge tun, die das Leben für andere ein bisschen besser machen. Sei dabei.“, erläutert Hans-Jörg Bauer, Sprecher der Geschäftsführung Globus Tschechien. Mitarbeiter, die durch die Krise nicht mehr in ihrem alten Arbeitsbereich tätig sein konnten, halfen nun in für sie neuen Abteilungen aus oder fingen an, Schutzmasken für Kolleginnen und Kollegen zu nähen. „Beispielsweise war es nur durch die Zusammenarbeit von vielen unterschiedlichen Bereichen möglich, die 16 Gastronomiebetriebe innerhalb weniger Tage an einen Lieferservice anzubinden sowie die zuvor geschlossenen Bedienungstheken in Selbstbedienungstheken umzuwandeln.“

Globus Russland

Während in Russland inmitten des Corona-Lockdowns einige Abteilungen über die Maßen gefordert waren, mussten andere, wie die Gastronomie, schließen. Kurzerhand erklärten sich die Mitarbeiter, die Corona-bedingt ihrer eigentlichen Arbeit nicht mehr nachgehen konnten, bereit, in den anderen Abteilungen auszuweichen. Mit Elan sorgten sie dafür, der erhöhten Putzfrequenz mit Desinfektionsmitteln in den Hypermärkten und den Nebenräumen sowie den Kassengebieten nachzukommen. Durch die Krise wurde die Zusammenarbeit der Mitarbeiter vollkommen neu dynamisiert. „Ohne die Teamfähigkeit und Ausdauer aller Beteiligten hätte die Krise auch für uns sehr negativ ausfallen können“, reflektiert Volker Schaar, Sprecher der Geschäftsführung Globus Russland.



Nachhaltigkeit

Nachhaltige Zukunftsperspektive und Fokus auf soziales Engagement



Globus SB-Warenhäuser

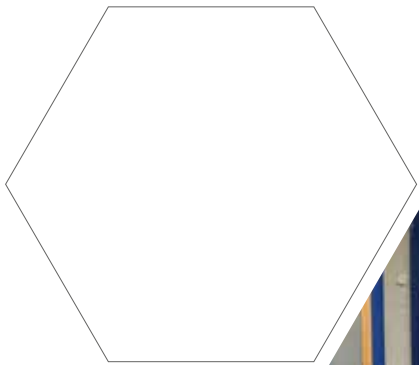
Zukunftsweisende Initiativen treiben die nachhaltige Entwicklung bei Globus voran und tragen den Gedanken der gesellschaftlichen Verantwortung nach außen. Als Teil des „Rezyklat-Forums“, einer Initiative von inzwischen rund 30 Händlern, Entsorgern und Verpackungsfirmen, setzt sich Globus aktiv für die Vermeidung und Reduzierung von Kunststoffverpackungen, die Erhöhung der Recyclingquoten sowie eine stärkere Verwendung von Rezyklaten ein. Das Projekt „Verpackungen neu denken“ widmet sich zusätzlich der Reduzierung von Kunststoffverpackungen, insbesondere in den Eigenproduktionsstätten. In der Obst- und Gemüseabteilung bietet Globus praktische Mehrwegnetze an und testet aktuell Papiertüten sowie Pergaminbeutel. Auch an Stellen, an denen Plastik noch unersetzlich ist, ist Globus aktiv: Bis Ende des Jahres bietet

die Globus-Meisterbäckerei ihre Produkte ausschließlich in Verpackungen aus 100 Prozent recyceltem Kunststoff an. In seinen Märkten setzt Globus zudem auf ein nachhaltiges Energiemanagement. Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurde bereits die 25. Photovoltaikanlage für ein Globus SB-Warenhaus in Betrieb genommen. Durch regionale Partnerschaften sowie die Kooperation mit namhaften Bio-Herstellern und den Bio-Anbauverbänden Bioland, Naturland und Demeter fördert das Unternehmen die ökologische Landwirtschaft und investiert in eine nachhaltige Produktion.

Globus-Stiftung

Die Globus-Stiftung konnte 2020 ihren 15. Geburtstag feiern: Gegründet, mit dem Ziel junge Menschen zu fördern und ihnen eine Berufsperspektive zu ermöglichen, förderte die Globus-Stiftung im Geschäftsjahr 2019/2020 85 Projekte. Ebenfalls unterstützt die Globus-Stiftung eine Vielzahl von sozialen Projekten in Russland und trägt damit nachhaltig und verantwortungsvoll zur Verbesserung der Lebenssituation von Bedürftigen bei.





Globus Fachmärkte

Soziales Engagement tragen die Globus Fachmärkte auch in ihre Ausbildung: „Die Umsetzung von Azubi-Sozialprojekten ist ein fester Bestandteil in unserem Ausbildungsprogramm“, sagt Timo Huwer, Sprecher der Geschäftsführung der Globus Fachmärkte. Rund 22 Auszubildende verschönerten beispielsweise während des Sozialprojektes „Baustelle Holzurm“ den Jugendclub in Gießen/Wetzlar. Gemeinsam wurden Flure und Seminarräume gestrichen und Schränke repariert.

Globus Tschechien

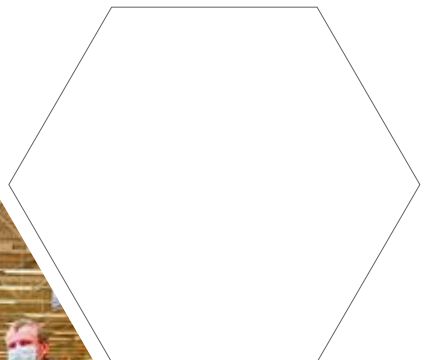
Das Wohltätigkeitsprogramm „Globus Bessere Welt“ fokussiert sich in Tschechien in diesem Jahr darauf, die Menschen, Gemeinden oder Projekte im Zusammenhang mit der aktuellen Krisensituation zu unterstützen. Eine Spende von Schutzmasken und Lebensmitteln ging unter anderem an die Stiftung Bona, das schlesische Krankenhaus in Opava, das Fakultäts-

krankenhaus Ostrava, Kinderheime und die Feuerwehr der Tschechischen Republik sowie an das Rote Kreuz. Zudem wurden umliegende Institutionen, die Senioren und Schwerkranken helfen, sowie regionale Pflegedienste unterstützt. Im November 2019 beteiligt sich Globus Tschechien an der nationalen Lebensmittelsammlung mit 142 Tonnen Lebensmittel, welche an die Lebensmittelbanken übergeben wurden – landesweit wurden von den Händlern an diesem Tag 698 Tonnen gespendet. Zusätzlich zu den Sammlungen spendet jeder Hypermärkte drei bis vier Mal pro Woche Lebensmittel, die sich kurz vor dem Verfallsdatum befinden.

Globus Russland

Globus Russland unterstützt Projekte und Initiativen, um die Umgebung der Hypermärkte nachhaltig zu verbessern. Kunden können durch

den Kauf der Globus-Eigenmarken „Globus“ und „Globus Vita“ indirekt ein Prozent an wohltätige Organisationen spenden zwischen Juli 2019 und März 2020 kamen so fast 21.356.742 Rubel zusammen. Außerdem haben Teilnehmer des Loyalitätsprogramms „Mein Globus“ seit diesem Geschäftsjahr die Möglichkeit, ihre gesammelten Punkte von der Kundenkarte für Kinder mit schweren Erkrankungen einzusetzen. Neben vielen weiteren Hilfsaktivitäten gilt es in diesem Jahr, insbesondere die spezielle Hilfe zur Corona-Zeit ab März 2020 zu betonen. So wurden von den Globus-Hypermärkten Twer, Elektrostal und Scholkovo Ärzte in Krankenhäusern mit Trinkwasser, Einweggeschirr und heißem Mittagessen unterstützt. Im Vorraum der Globus-Hypermärkte Kotelniki und Jaroslawl wurde eine Tafel für Hilfsbedürftige aufgebaut; in Russland läuft dies unter dem Namen „Korsina pomoschi“.



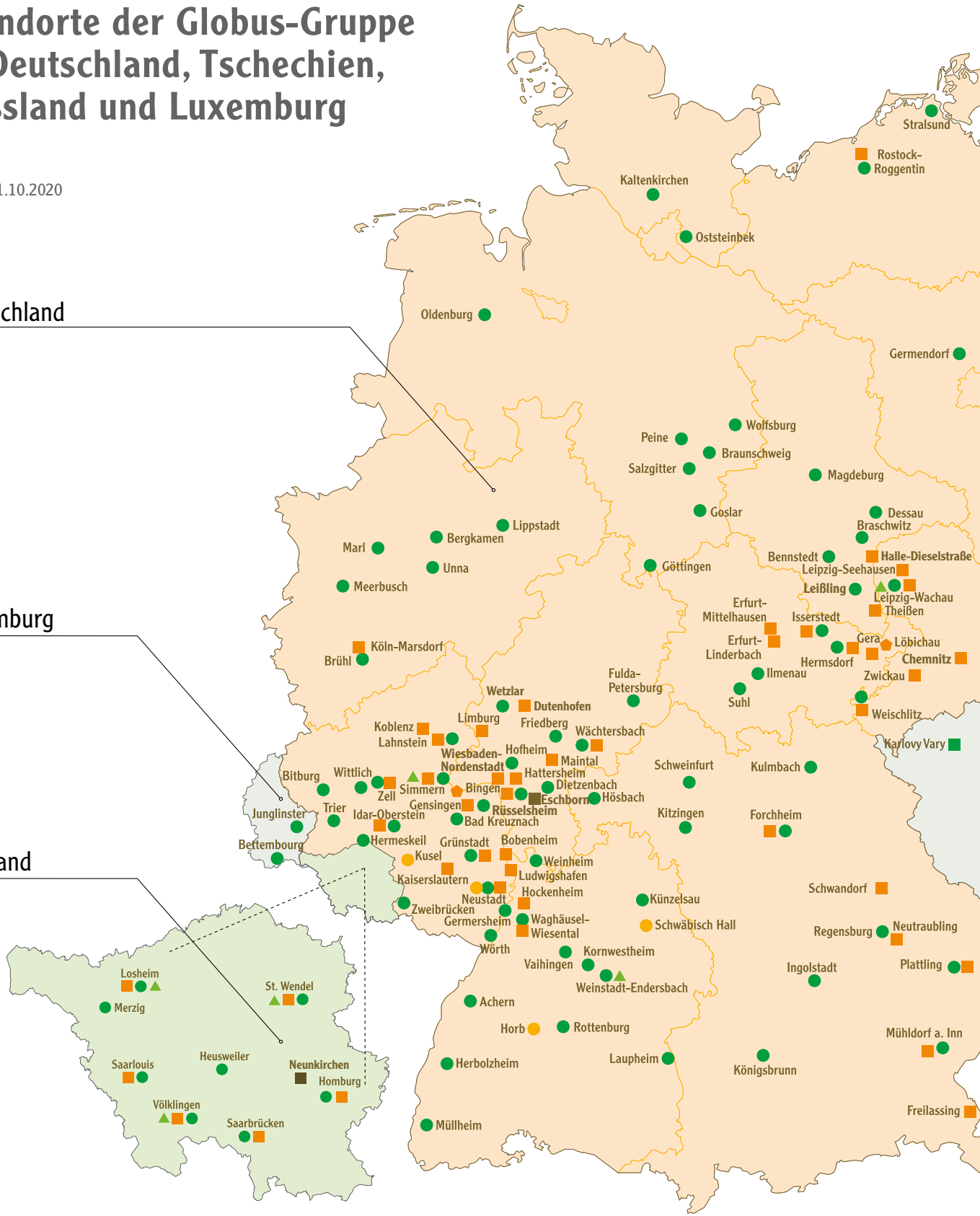
Standorte der Globus-Gruppe in Deutschland, Tschechien, Russland und Luxemburg

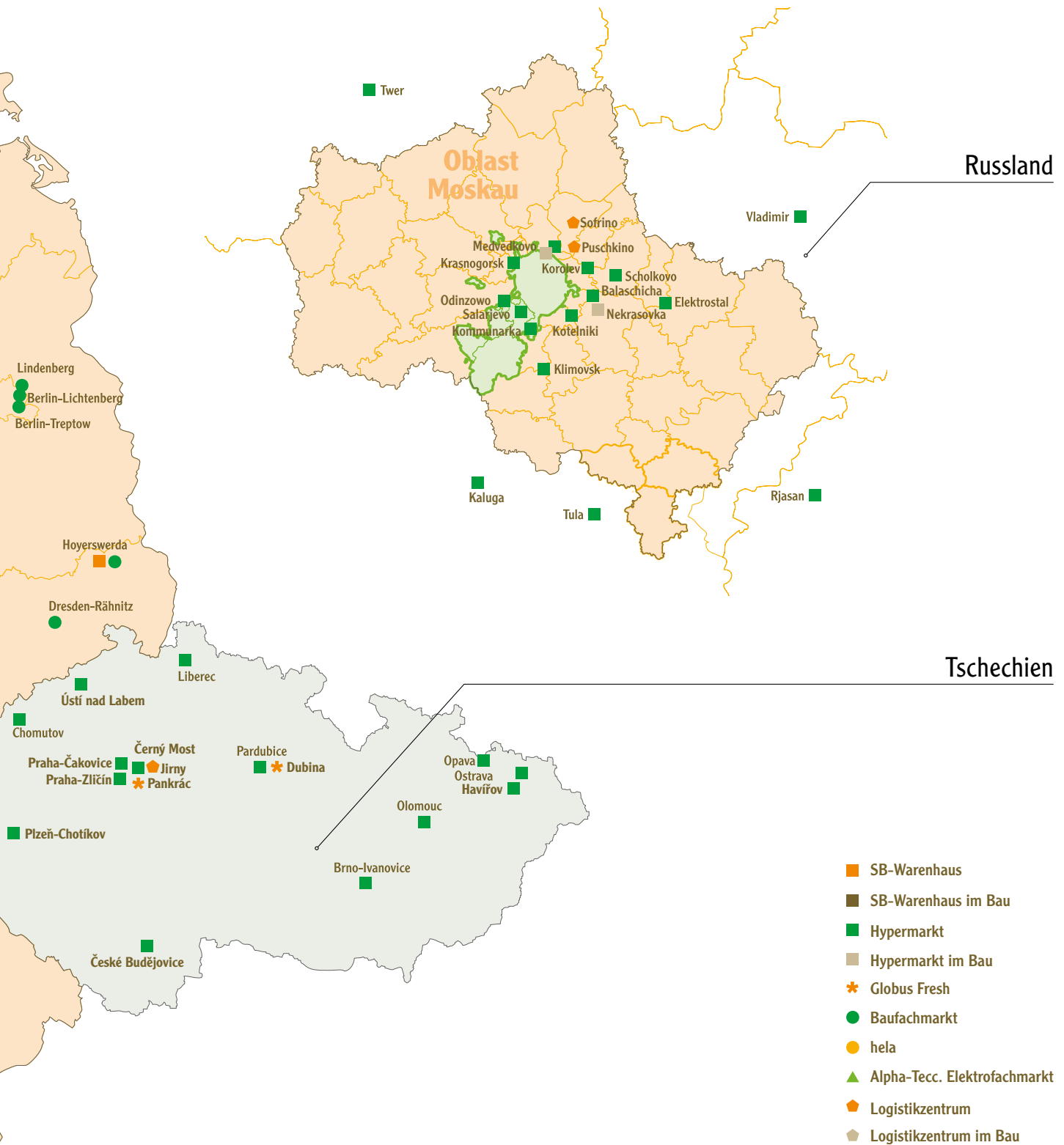
Stand: 01.10.2020

Deutschland

Luxemburg

Saarland





Pressekontakt:

Isabel del Alcazar von Buchwald

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

E-Mail: presse@globus.net

www.globus.de