

GESCHÄFTSENTWICKLUNG 2021 UND AUSBLICK 2022

Sehr geehrte Damen und Herren,

Burgwedel, 17.März 2022

der Angriffskrieg der russischen Regierung gegen die ukrainische Bevölkerung hat uns tief erschüttert, aber auch schnell handeln lassen. Die Solidarität mit den Ukrainern über Unternehmensgrenzen, über Landesgrenzen hinweg, ist es, die uns in Europa jetzt Stärke verleiht. Wir sehen das innerhalb ROSSMANNs, in den gemeinsamen Hilfsaktionen mit allen Auslandsgesellschaften. ROSSMANN hat bisher einen mittleren einstelligen Millionenbetrag für die schnelle, zielgerichtete Hilfe geleistet und setzt sich weiterhin für die Unterstützung der Ukraine ein.

Das unkomplizierte, gemeinschaftliche Handeln hat ROSSMANN stark gemacht und das schon vor 50 Jahren, als Dirk Roßmann den ersten Selbstbedienungs-Drogeriemarkt in Deutschland eröffnete und damit den Grundstein für das Unternehmen legte. Was hemdsärmlich begann, wuchs in fünf Jahrzehnten zu einem Unternehmen heran mit aktuell 4.361 Märkten und 56.500 Mitarbeitern in acht europäischen Ländern. ROSSMANN wird heute wie damals geprägt durch die Familie Roßmann – nach dem Ausscheiden von Dirk Roßmann aus der ROSSMANN-Geschäftsführung übernahm Raoul Roßmann (36) im Oktober 2021 die Rolle des Sprechers. Seit 01.01.2022 ist nun Antje König (41) Teil der ROSSMANN-Geschäftsführung und verantwortet die IT sowie den neu geschaffenen Bereich Organisation & Prozesse. Außerdem sind in der ROSSMANN-Geschäftsführung Alice Schardt-Roßmann, Michael Rybak und Peter Dreher und sorgen damit für eine langjährige Konstanz in der Unternehmensleitung.

Die Menschen sind es, die den Unterschied machen – wenn sie füreinander eintreten, insbesondere in Krisenzeiten. Die Coronapandemie scheint angesichts des Krieges in Europa in den Hintergrund zu treten. Und doch blicken wir auf ein weiteres Pandemie-Jahr zurück und den besonderen Einsatz der Mitarbeiter im Lebensmitteleinzelhandel. Allein in Deutschland leisten 34.800 ROSSMANN-Mitarbeiter einen wichtigen Beitrag für das Unternehmen und das öffentliche Leben. Das hat ROSSMANN auch 2021 sowie Anfang 2022 erneut mit Bonuszahlungen honoriert, sodass mit nun rund 43 Millionen Euro der Corona-Bonus voll ausgeschöpft wurde.

„Wir leben in herausfordernden Zeiten: Corona-Pandemie, Krieg in Europa, Inflation, Rohstoffkrise. Hier ist es wichtig, von Seiten der Politik, ein Zeichen zu setzen. Ich plädiere deutlich für die Erhöhung des Volumens der Corona-Sonderzahlung – eine steuergünstige Möglichkeit, Menschen zu entlasten.“

Raoul Roßmann, Sprecher der Geschäftsführung

Die Zahlen zur ROSSMANN-Geschäftsentwicklung 2021 und den Ausblick auf 2022 finden Sie auf den nachfolgenden Seiten. Die wichtigsten Punkte:

- Europäische Hilfe: Unterstützung in der Ukraine-Krise
- Ein Zeichen setzen für unsere Mitarbeiter: Ausschöpfung des Corona-Bonus
- Digitalisierung auf der Fläche: Ausbau des Einsatzes Electronic Shelf Labels
- Drogeriemärkte unter dem Namen ROSSMANN künftig auch in Aserbaidschan

Mit freundlichen Grüßen

Die ROSSMANN-Geschäftsführung

1. UMSATZ

ROSSMANN hat im Konzern 2021 mit 11,1 Milliarden Euro ein **Umsatzwachstum von 8,1 Prozent** erzielt und wächst damit so stark wie zuletzt zur Schlecker-Insolvenz. In **Deutschland wuchs der Umsatz um 8,2 Prozent** auf 7,9 Milliarden Euro. In acht europäischen Ländern betreibt ROSSMANN **4.361 Märkte** und beschäftigt **56.500 Mitarbeiter**.

2. FINANZEN

Die ROSSMANN-Finanzlage hat sich weiterhin positiv entwickelt – das Eigenkapital ist auf über 1,7 Milliarden Euro gestiegen. Zum Jahresende gab es – wie in den Vorjahren – **keine Nettofinanzverbindlichkeiten**. Der Ertrag hat sich zum Vorjahr ebenfalls positiv entwickelt. Die Investitionen wurden aus dem Cash-Flow finanziert.

3. AUSLANDSGESELLSCHAFTEN

Die Auslandsgesellschaften (Polen, Ungarn, Tschechien, Türkei, Albanien, Kosovo und Spanien) verzeichneten einen **Umsatzanstieg von 7,8 Prozent auf 3,2 Milliarden Euro**. Damit steuern die Auslandsgesellschaften 29 Prozent zum Konzernumsatz bei. ROSSMANN betreibt im Ausland aktuell 2.130 Märkte (Polen 1.580, Ungarn 235, Tschechien 154, Türkei 131, Albanien 18, Kosovo 7 und Spanien 5).

4. AUSBLICK 2022

ROSSMANN wird sein hohes Expansionstempo weiter beibehalten. Das Investitionsvolumen des Konzerns liegt im Geschäftsjahr 2022 bei 230 Millionen Euro. Geplant ist die **Eröffnung von 200 Filialen im In- und Ausland**. In Deutschland werden insgesamt 150 Millionen Euro investiert, 70 Millionen davon für 70 neue Märkte und rund 165 Modernisierungen. Die Expansion folgt weiterhin keinen regionalen Schwerpunkten, sondern schafft ein in allen Teilen Deutschlands gut erreichbares Filialnetz für die Kunden.

Auch international werden Drogeriemärkte unter dem Namen ROSSMANN künftig in einem weiteren Land vertreten sein: Die Veysəloğlu Unternehmensgruppe eröffnet Mitte des Jahres als VEYSƏLOĞLU-ROSSMANN LLC seinen **ersten Drogeriemarkt in Baku, Aserbaidschan**. Mit Veysəloğlu steht ROSSMANN ein starker Partner zur Seite, der bereits seit 2018 Produkte der ROSSMANN-Marken in Aserbaidschan vertreibt.

„Unsere Eigenmarken wurden bisher gut angenommen und Baku ist eine aufstrebende Stadt, mit vielen Möglichkeiten. Zudem ist die Veysəloğlu Gruppe stark vertreten im LEH in Aserbaidschan und kann auf eine etablierte Infrastruktur setzen. Diese Expertise mit unserer zu verknüpfen, schafft für beide Seiten eine aussichtsreiche Perspektive.“

Raoul Roßmann, Sprecher der Geschäftsführung

5. FILIALENTWICKLUNG

In diesem Jahr wird das hohe Expansionswachstum fortgeführt: 200 neue Drogeriemärkte im In- und Ausland sollen eröffnet werden, 70 davon in Deutschland. Neben weiteren, neuen Märkten wird aber auch die Modernisierung des bestehenden Filialnetzes stark vorangetrieben. So wächst die Verkaufsfläche stetig an – aktuell beläuft sich die **Durchschnittsverkaufsfläche auf rund 600 m²**. Zwölf ROSSMANN-Märkte liegen sogar über 1.000 m² und bieten den Kunden ein ganz besonderes Einkaufserlebnis. Täglich kaufen in Deutschland 1,6 Millionen Kunden bei ROSSMANN ein. Insgesamt waren es 2021 in Deutschland rund 480 Millionen

Kunden. Der ROSSMANN-Marktanteil liegt bei Drogeriewaren im deutschen Lebensmitteleinzelhandel aktuell bei 16,4 Prozent.

6. DIGITALISIERUNG

Für ROSSMANN ist klar: Digitalisierung ist kein Selbstzweck. Sie stellt für uns den zielführenden Einsatz von ausgereiften Technologien zur Optimierung unserer Geschäftsprozesse dar. Uns ist es wichtig, Prozesse von unseren Filialen und Kunden her zu denken, diese zeitgemäß, mit IT-technischer Unterstützung weiterzuentwickeln und bestmöglich zu gestalten. Mit dem **neuen Geschäftsbereich IT, Organisation & Prozesse** wollen wir die zunehmenden Automatisierungs- und Digitalisierungsinitiativen noch mehr unterstützen, in diesem Rahmen Kundenbeziehungen weiter stärken und dabei neue Technologien sinnvoll nutzen. Die Agenda der Digitalisierung wird dabei nicht durch die Technologien, sondern die Bedürfnisse unserer Mitarbeiter und Kunden bestimmt. Um dies erfolgreich umzusetzen, ist die ROSSMANN-IT stark aufgestellt und hat in wenigen Jahren sein IT-Personal verdoppelt.

Eine schnelle, standortunabhängige Kommunikation in alle Richtungen ermöglicht seit 2021 die **ROSSMANN-Mitarbeiter-App**. Sie vernetzt alle Kolleginnen und Kollegen der ROSSMANN-Filialen deutschlandweit miteinander und sorgt durch eine effiziente Arbeits- und Terminkoordination nicht nur für die Entlastung der Mitarbeiter vor Ort, sondern fördert auch die Feedbackkultur und stärkt das Gemeinschaftsgefühl.

„Der Austausch zu aktuellen Themen und Fragestellungen erfolgt direkt und ohne Zeitverzug. Gegenseitige Hilfestellungen finden unkompliziert zwischen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern statt. Unsere Mitarbeiter-App schafft Transparenz und Partizipation über das gesamte Unternehmen hinweg.“

Antje König, Geschäftsführung IT, Organisation & Prozesse

Auch die ROSSMANN Kunden-App erfreut sich weiterhin wachsender Beliebtheit. Mit über 17 Millionen Installationen zählt die **ROSSMANN-App** zu den **erfolgreichsten Apps in Deutschland**. Seit der Einführung 2015 erweitert sich das Spektrum der digitalen ROSSMANN-Kundenkarte stetig. 2021 stand insbesondere der Ausbau der Personalisierungsmöglichkeiten und Kundenbindungselemente im Fokus. In diesem Jahr hat die Einbindung der ROSSMANN-App in unsere Omnichannel-Strategie hohe Priorität. Einen wichtigen Baustein stellt dabei auch die neu, sich in Einführung befindliche **Kassensoftware** dar. Sie vereinheitlicht und beschleunigt nicht nur Prozesse, sondern schafft vor allem die Basis für die Erweiterung um innovative Kundenservices.

Die Kassensoftware stellt die Grundlage für die zukünftig notwendige Flexibilität dar, um den Einkaufsprozess entlang der Kundenbedürfnisse evolutionär weiterentwickeln zu können.

Antje König, Geschäftsführung IT, Organisation & Prozesse

Auf die sich ändernden Kundenbedürfnisse im Einkaufsverhalten geht ROSSMANN auch im Checkout ein. Dies zeigt sich zum Beispiel im **Test von Scan&Go-Lösungen** und dem steigenden **Einsatz von Self-Checkout-Kassen (SCO)**. Bis Ende 2022 wird ROSSMANN die Anzahl der Standorte mit SCO-Kassen zügig ausbauen.

„Unsere Kunden nehmen die Self-Checkout-Kassen sehr gut und gern an. Sie können frei entscheiden, ob sie selbst das Tempo bestimmen wollen oder den persönlichen Kontakt an der Kasse suchen. Ein weiterer Vorteil ist die Abfederung von Frequenzspitzen.“

Michael Rybak, Geschäftsführung Vertrieb & Logistik

Darüber hinaus sammelt ROSSMANN seit 2019 Erfahrungen mit elektronischen Preisetiketten (**Electronic Shelf Labels (ESL)**) – aktuell sind knapp 10 Filialen ausgestattet. Der Roll-Out beginnt dieses Jahr mit 50 Standorten.

„Dank ESL fällt die zeitintensive Etikettenpflege komplett weg. Zusammen mit dem Umbau von Ladenlayouts und anderen Handgriffen macht diese Arbeit rund 25 Prozent aller Tätigkeiten auf der Verkaufsfläche aus.

Wer keine Etiketten stecken muss, hat Zeit für andere Tätigkeiten, die sinnvoller sind und mehr Freude machen, wie der Kontakt mit unseren Kunden.“

Michael Rybak, Geschäftsführung Vertrieb & Logistik

Auch der **ROSSMANN-Onlineshop** hat sich im vergangenen Jahr, weiter stark gezeigt: Ein erneut **zweistelliges Umsatzplus** im deutschen [Onlinegeschäft](#) belegt die hochdynamische Entwicklung. In den vergangenen zwei Jahren konnte ROSSMANN seinen E-Commerce-Umsatz fast verdoppeln. Erstmals in der Unternehmensgeschichte expandierte ROSSMANN 2021 auch international mit einem reinen E-Commerce-Angebot. Der [dänische Onlineshop](#) erfreut sich dabei wachsender Beliebtheit.

Kommunikation mit unseren Kunden findet aber nicht nur in den ROSSMANN-Filialen und dem Onlineshop statt. Die ROSSMANN-Social-Media-Auftritte sind essenziell, um mit Kundinnen und Kunden in den Dialog zu treten. So entwickelte sich der [ROSSMANN-Kanal auf TikTok](#) im vergangenen Jahr besonders dynamisch. In kürzester Zeit generierte ROSSMANN fast **300.000 Follower**. Als Beleg für den Erfolg dient unter anderem die Auszeichnung als TikTok-Brand des Monats November 2021 durch das Marketing-Fachmagazin W&V.

Ein Event in 2022, das bereits seine ersten Schatten bei Social Media voraus wirft: Nach zwei Jahren coronabedingter Pause wird ROSSMANN erstmalig als **Hauptsponsor des Deichbrand-Festivals** in den sogenannten „Rock and Refresh“-Areas Produkte der ROSSMANN-Marken aus dem Kernsortiment in den Fokus stellen.

8. SOZIALE VERANTWORTUNG

2021 und auch schon die ersten Monate des Jahres 2022 sind geprägt durch einschneidende Ereignisse, die unsere Gesellschaft fordern und das gesellschaftliche Engagement unabdingbar machen – über bereits Bestehendes hinaus.

Corona begleitet uns nur schon im zweiten Pandemiejahr. Für ROSSMANN ist kulturelles Engagement fester Bestandteil der Unternehmenskultur. Mit der **Aktion „Back On Stage“** hat sich ROSSMANN 2021 für den Erhalt der deutschen Musikszene eingesetzt und gemeinsam mit Hannover Concerts Livemusik von Stars wie Max Giesinger, Fury In The Slaughterhouse uvm. zurück auf die Bühne gebracht. Eine Spende in Höhe von 50.000 Euro an die Corona-Künstlerhilfe und der Aufruf, die Musikbranche zu unterstützen, unterstrich das Engagement.

Die **Flutkatastrophe** im vergangenen Sommer hat die Solidarität der ROSSMANN-Mitarbeiter wieder ganz deutlich gezeigt: Neben schneller und unkomplizierter Hilfe untereinander, hatten betroffene Mitarbeiter die Möglichkeit, Hilfgelder aus einem spontan aufgesetzten Hilfsfonds in Anspruch zu nehmen. 30.000 Euro hat ROSSMANN zudem an das Deutsche Kinderhilfswerk (DKHW) gespendet, um Kinder aus den betroffenen Gebieten zu unterstützen.

Der **Krieg in der Ukraine** hat zu einer unglaublichen Solidarität in ganz Europa geführt. Auch ROSSMANN hat schnell gehandelt und ein erstes, großes Hilfspaket geschnürt, um die Menschen in der Ukraine zu unterstützen und auch die zahlreichen Geflüchteten, die in Polen eintreffen. Wir stehen an der Seite der Ukrainer! Im engen Schulterschluss mit unseren ROSSMANN Auslandsgesellschaften arbeiten wir mit allen verfügbaren Kräften an der Unterstützung der ukrainischen Bevölkerung. Neun LKW sind bereits in den ersten Tagen mit Lebensmitteln und Wasser an die Grenze aufgebrochen. In Łódź wurde ein Hotel für Mütter und Kinder angemietet sowie psychologische Unterstützung für die schwer traumatisierten Menschen angeboten und auch die ukrainischen Mitarbeiter bei ROSSMANN werden vollumfänglich unterstützt. Die Hilfe darf nun nicht abbrechen, sollte aber zielgerichtet erfolgen, dem dringendsten Bedarf entsprechend. Im engen Austausch mit unseren Auslandsgesellschaften – insbesondere in Polen, Tschechien und Ungarn – wird ROSSMANN daher weitere Maßnahmen anstoßen und flexibel auf die Lage reagieren.

Dass sich ROSSMANN während der Pandemie als starke Gemeinschaft bewiesen hat, zeigt auch die Auszeichnung durch das US-amerikanische Magazin Forbes mit **Platz 44 der weltbesten Arbeitgeber** („[World’s Best Employers 2021](#)“) – die Bestplatzierung unter den deutschen Einzelhändlern. ROSSMANN hat den besonderen Einsatz aller Mitarbeiter 2021 mit Bonuszahlungen in Höhe von 34 Millionen Euro (2020 waren es bereits 30 Mio.) honoriert.

9. ROSSMANN-JUBILÄUMSWALD

Anlässlich des **50. Firmenjubiläums** entsteht unter dem Motto „Wir pflanzen Zukunft“ ein ROSSMANN-Wald: Nahe Bückeberg pflanzt ROSSMANN für jeden seiner Mitarbeiter einen Baum. Die verwendeten heimischen Baumarten sind klimawandelresistent und fördern die lokale Biodiversität. Unterstützt wird ROSSMANN bei dem Projekt von ClimatePartner, der Schutzgemeinschaft Deutscher Wald (SDW) Bayern e. V., der SDW Niedersachsen und den örtlichen Forstangestellten.

Neben dem 50-jährigen Jubiläum feiert ROSSMANN 2022 auch zahlreiche Markengeburtstage. So werden die ersten [ROSSMANN-Marken](#) Babydream, facelle, sunozon und Winston **25 Jahre alt**. Die [ROSSMANN Ideenwelt](#) feiert **20-jähriges Bestehen** – sie umfasst heute einen Großteil des Non-Food-Sortiments. Und das beliebte [Kundenmagazin Centaur](#) wird **20 Jahre alt** – es erscheint monatlich kostenlos mit einer Auflagenhöhe von 800.000. Zudem ist der Centaur auch online verfügbar.

10. NACHHALTIGE MEHRWERTE FÜR UNSERE KUNDEN

ROSSMANN zählt seit vielen Jahren zu den beliebtesten Händlern beim Kundenmonitor des Servicebarometers Deutschland. Hervorzuheben ist 2022 die Auszeichnung als **Platz drei der nachhaltigsten Händler** und **Platz eins der nachhaltigsten Drogeriemärkte**.

Ein wichtiger Schritt war der erfolgreiche Launch der ROSSMANN-Marke eco Freude. Die Produkte sind klimaneutral, bestehen bis zu 100 Prozent aus natürlichen Inhaltsstoffen, bieten eine hohe Leistungsfähigkeit und sind frei von Mikroplastik. Dazu bestehen die Verpackungen aus recycelten Materialien. Die Zertifizierungen durch Ecocert, EU-Ecolabel, Blauer Engel und Vegan Society runden das neue Markenkonzept ab und sorgen für große Beliebtheit bei den Kunden. Im Bereich Wasch-, Putz-, und Reinigungsmittel wird ab Frühjahr 2022 domol als zweite ROSSMANN-Marke mit dem Siegel „ohne Mikroplastik“ ausgezeichnet.

„eco Freude vereint Qualität, Effizienz und Nachhaltigkeit auf einem hohen Niveau. Denn nachhaltigere WPR-Produkte der ROSSMANN-Marken sollen nicht nur die Umwelt schützen, sondern müssen funktionieren – uns ist es wichtig, dass sie genauso effektiv sind wie konventionelle Produkte“

Raoul Roßmann, Sprecher der Geschäftsführung

Neue **Nachfüllkonzepte** bilden einen wichtigen Bestandteil der ROSSMANN-Marken: eco Freude bietet seit Februar neue Nachfüllkonzentrat-Produkte an. Bei Alterra Körper und Haar werden ab April nahezu alle Flaschen auf ein Nachfüllkonzept mit einem Rezyklat-Anteil von mindestens 94 Prozent umgestellt.

Bei Isana kommen künftig vermehrt Nachfüllbeutel aus **Monomaterial** zum Einsatz – das verwendete Polyethylen kann leichter und öfter recycelt werden, was die Kreislaufwirtschaft unterstützt.

Aus dem Wertstoffkreislauf stammt seit Dezember 2021 auch das Material für einen Großteil der ISANA-Deosprays. Denn anstelle von Primäraluminium setzt ROSSMANN auf **100 Prozent recyceltes Aluminium**¹. Beim Recyclingprozess wird deutlich weniger Energie als bei einer Primär-erzeugung von Aluminium benötigt. CO₂-Vergleichsbilanzierungen und labortechnische Analysen zeigen, dass sich mit dem Einsatz von 100 Prozent recyceltem Aluminium pro Jahr allein für das ISANA Soft Blossom Deo 150ml ca. 130 Tonnen CO₂ einsparen lassen. Dies entspricht einer prozentualen CO₂-Einsparung von ca. 50%². Hochrechnungen für alle Frauendeos ergeben darüber hinaus eine **jährliche Ersparnis von ca. 1.000 Tonnen CO₂**.

„Durch die Verpackungsumstellung unserer ISANA Frauen-Deosprays auf recyceltes Aluminium sparen wir jährlich 1.005 Tonnen CO₂. Dies entspricht ca. 132 Flügen für eine Person von Frankfurt nach Sydney und zurück.“³

Raoul Roßmann, Sprecher der Geschäftsführung

Des Weiteren veröffentlicht ROSSMANN seine **Kundenmagazine** auf Recyclingpapier mit Zertifizierung durch das Umweltzeichen „Blauer Engel“. Recyclingpapier wird aus wiederverwertetem Altpapier gewonnen und spart in der Herstellung wichtige Ressourcen wie Holz, Energie und Wasser. Im Bereich Textil entspricht ROSSMANN seit Jahresbeginn dem Global Organic Textile Standard (GOTS). Eine detaillierte Aufstellung, wie Nachhaltigkeit bei ROSSMANN gedacht und gelebt wird, veröffentlicht das Unternehmen in seinem **Nachhaltigkeitsbericht** [„Nachhaltiges Wirtschaften bei ROSSMANN“](#).

¹ Die Umstellung betrifft die Dose ohne den Sprühkopf.

² Im Vergleich zum ISANA Soft Blossom Deo 150ml aus 100% Primäraluminium.

³ Weitere Informationen unter rossmann.de/spardosen



Biodiversität zu fördern, lautet eines der Ziele der **Heinz Sielmann Stiftung**. ROSSMANN schließt sich diesem wichtigen Anliegen des Arten- und Naturschutzes an: Ab dem Sommer 2022 fördert ROSSMANN Biotopverbundprojekte der Stiftung am Grünen Band, dem ehemaligen innerdeutschen Grenzstreifen. In Zusammenarbeit mit Partnern werden Lücken am Grünen Band geschlossen, Obstbäume gepflanzt sowie die artenreiche Kulturlandschaft gepflegt und erhalten.

Weitere aktuelle Informationen finden Sie unter www.ROSSMANN.de/presse.

Bei Nachfragen wenden Sie sich bitte an die ROSSMANN-Unternehmenskommunikation.

Tel: 05139/ 898-4444

Fax: 05139/ 898-4999

E-Mail: dialog@ROSSMANN.de