

REWE-ZENTRALFINANZ eG, Köln

# Konzern-Lagebericht

für das Geschäftsjahr 2021

# Inhaltsverzeichnis

Konzernstruktur.....	5
Wirtschaftliche Rahmenbedingungen.....	8
1.    Gesamtwirtschaftliche Entwicklung.....	8
2.    Branchenentwicklung.....	9
Leistungsindikatoren.....	11
Darstellung der Lage.....	14
1.    Vergleich der im Vorjahr berichteten Prognose mit der tatsächlichen Geschäftsentwicklung	14
2.    Ertragslage.....	15
3.    Finanz- und Vermögenslage.....	19
Risiko- und Chancenbericht.....	24
Prognosebericht.....	33
1.    Künftige gesamtwirtschaftliche Entwicklung.....	33
2.    Erwartete Entwicklung von Umsatz, internem EBITA und Nettoverschuldung.....	35

# Konzernstruktur

Die REWE-ZENTRALFINANZ eG, Köln, (im Weiteren kurz: „RZF“) bildet gemeinsam mit ihren Tochterunternehmen den RZF Konzern (im Folgenden kurz: „Konzern“) und mitsamt dem genossenschaftlich organisierten selbstständigen Einzelhandel (in den Konzern als assoziierte Unternehmen at equity einbezogen) die REWE Group, eine international tätige Unternehmensgruppe im Handels- und Touristikbereich.

Der Konzern umfasst zum 31. Dezember 2021 neben dem Mutterunternehmen RZF 287 (Vorjahr: 275) inländische und 166 (Vorjahr: 171) ausländische Tochterunternehmen.

Die Geschäftsaktivitäten des Konzerns gliedern sich in sechs sogenannte Geschäftsfelder, die sich weiter in Sparten und Geschäftseinheiten unterteilen. Der Konzern ist in den unten näher beschriebenen Geschäftsfeldern unter anderem mit den folgenden Marken aktiv:

<b>HANDEL DEUTSCHLAND</b>	
<b>HANDEL INTERNATIONAL</b>	
<b>CONVENIENCE</b>	
<b>BAUMARKT</b>	
<b>TOURISTIK</b>	
<b>SONSTIGE</b>	

Stand: Dezember 2021

Das Geschäftsfeld **Handel Deutschland** umfasst die Sparten REWE, PENNY Deutschland und Handel Deutschland Zentralgesellschaften.

Die Sparte REWE ist sowohl im Einzel- als auch im Großhandel tätig. So werden unter den Marken REWE und REWE CENTER 1.655 Super- und Verbrauchermärkte betrieben. Im Großhandelsgeschäft

werden 2.722 REWE- und REWE Dortmund-Kaufleute sowie nahkauf-Märkte und andere Großkunden beliefert. Über den REWE Lieferservice auf REWE.de ist REWE zudem im Online-Geschäft aktiv.

In der Sparte PENNY Deutschland werden unter der Vertriebsmarke PENNY 2.136 Discountmärkte betrieben.

Die Sparte Handel Deutschland Zentralgesellschaften umfasst neben den inländischen Immobiliengesellschaften auch die Produktion und den Vertrieb von Backwaren unter der Marke Glocken Bäckerei und die Produktion von Fleisch- und Wurstwaren unter der Marke Wilhelm Brandenburg, in- und ausländische Warengesellschaften sowie Onlinehandel (ZooRoyal und Weinfreunde) und E-Commerce-Services (REWE Digital).

Das Geschäftsfeld **Handel International** umfasst die Sparten Vollsortiment Österreich, Vollsortiment CEE sowie PENNY International. Im Vollsortiment Österreich und CEE werden an insgesamt 2.765 Standorten Super- und Verbrauchermärkte betrieben. In Österreich werden Filialen unter den Marken BILLA und ADEG betrieben. Im Großhandelsgeschäft werden zudem 362 ADEG-Kaufleute beliefert. Mit dem Supermarkttformat BILLA ist der Handel International auch in Bulgarien, der Slowakei und Tschechien vertreten. Daneben werden in Kroatien und Österreich unter der Marke BIPA Drogeriefachmärkte und in Litauen Supermärkte unter der Marke IKI betrieben.

In der Sparte PENNY International werden die Marken PENNY MARKT und PENNY MARKET an insgesamt 1.636 Standorten in den Ländern Italien, Österreich, Rumänien, Tschechien und Ungarn betrieben.

Das Geschäftsfeld **Convenience** umfasst die Sparten Convenience Deutschland, Convenience International und Convenience Zentralgesellschaften. In den Sparten Convenience Deutschland, der auch die 16 REWE To Go-Filialen zugeordnet sind, und Convenience International erfolgt unter anderem die Belieferung von Tankstellenshops, Kaufhäusern, Lebensmittel- und Getränkemärkten, Fast-Food-Ketten, Kiosken, Kantinen, Bäckereien sowie weiteren Anbietern für den bequemen Genuss on-the-go. Insgesamt werden mehr als 74.500 Verkaufsstellen beliefert. Das Geschäftsfeld Convenience ist in Deutschland und den Niederlanden unter dem Namen Lekkerland sowie in Belgien und Spanien unter der Firmierung Conway aktiv. In der Sparte Convenience Zentralgesellschaften werden zentrale Dienstleistungen sowie IT-Services zusammengefasst.

Das Geschäftsfeld **Touristik** gliedert sich in die Sparten Touristik Zentraleuropa, Touristik Nordeuropa, Touristik Osteuropa, Touristik Zielgebiete und Touristik Zentrale. Es umfasst unter der Dachmarke DER Touristik eine Vielzahl von Reiseveranstaltern, Reisevertrieben (Reisebüro-Ketten, Franchise-Vertriebe und Online-Portale) sowie Zielgebietsagenturen und Hotels. Die Touristik ist in den Quellmärkten Deutschland, Österreich, der Schweiz, in Osteuropa und mit den Kuoni-Einheiten auch in Skandinavien, Finnland, Frankreich, Großbritannien sowie den Benelux-Ländern aktiv. Die Touristik tritt vor allem unter den Marken Apollo, Calimera, DER.COM, DER Reisebüro, DERPART, DERTOUR, EXIM Tours, FISCHER Group, Helvetic Tours, ITS, Jahn Reisen, Kuoni, Meier's Weltreisen und Sentido auf. Insgesamt verfügt die Touristik über 724 Reisebüros. Zudem werden 655 Vertriebsstellen durch Franchisenehmer betrieben.

Das Geschäftsfeld **Baumarkt** betreibt in Deutschland unter den Marken toom Baumarkt und B1 Discount Baumarkt 279 Märkte. Im Rahmen des Großhandelsgeschäfts werden zudem 37 Kaufleute und Franchisenehmer:innen beliefert.

Unter dem Geschäftsfeld **Sonstige** werden insbesondere zentrale Dienstleistungen des Mutterunternehmens und verschiedener Tochterunternehmen für Konzernunternehmen und Dritte zusammengefasst. Es handelt sich im Wesentlichen um Beschaffungsfunktionen (Warengroßhandel und Lagerhaltung), Zentralregulierung, Delkredereübernahme, IT-Services, Energiehandel (EHA), die Finanzierung des Konzerns sowie die Koordination konzernübergreifender Werbeaktivitäten.

## Standortportfolio 31.12.2021

Länder	Handel Deutschland	Handel International	Touristik	Baumarkt	Convenience	Gesamt
Deutschland	3.791	--	455	279	16	4.541
Österreich	--	2.164	--	--	--	2.164
Tschechien	--	644	70	--	--	714
Italien	--	404	--	--	--	404
Ungarn	--	227	7	--	--	234
Rumänien	--	301	56	--	--	357
Slowakei	--	158	15	--	--	173
Nordics*	--	--	5	--	--	5
Bulgarien	--	141	--	--	--	141
Schweiz	--	--	72	--	--	72
Großbritannien	--	--	30	--	--	30
Litauen	--	231	--	--	--	231
Frankreich	--	--	10	--	--	10
Kroatien	--	131	--	--	--	131
Polen	--	--	4	--	--	4
<b>Summe</b>	<b>3.791</b>	<b>4.401</b>	<b>724</b>	<b>279</b>	<b>16</b>	<b>9.211</b>

\* Dänemark, Finnland, Norwegen und Schweden

# Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

## 1. Gesamtwirtschaftliche Entwicklung

Im Folgenden wird auf die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen der für den Konzern wesentlichen Wirtschaftsräume eingegangen.

in Prozent <sup>1</sup>	BIP	
	2021	2020
Welt <sup>2</sup>	5,8	-3,2
Euroraum	5,3	-6,5
davon Deutschland	2,9	-4,9
davon Österreich	4,6	-6,8
MOE-Länder <sup>3</sup>	5,4	-3,9

Quelle: Gemeinschaftsdiagnose (Frühjahr 2022)

<sup>1</sup> BIP-Veränderung gegenüber dem Vorjahr in Prozent

<sup>2</sup> beinhaltet Länder und Ländergruppen aus Europa, Amerika und Asien

<sup>3</sup> mittel- und osteuropäische Länder

Die Weltwirtschaft befand sich 2021 und bis zum Ausbruch des Ukraine-Kriegs auf Erholungskurs, die Wirtschaftsleistung stieg insgesamt um 5,8 Prozent. Der Konjunkturverlauf war in den einzelnen Ländern und Regionen sehr unterschiedlich und wurde wesentlich durch den Zeitpunkt und die Stärke von Coronawellen sowie die zu ihrer Eindämmung jeweils ergriffenen Maßnahmen geprägt. Der bis zu Beginn des Jahres sehr kräftige Aufschwung der weltweiten Industrieproduktion wurde durch Lieferengpässe und ausgereizte Kapazitäten im Seeverkehr gebremst. Nur wenige Länder, wie etwa die USA, konnten das Produktionsniveau des Jahres 2019 wieder erreichen. Chinas Wirtschaft, die bereits Ende 2020 Vorkrisenniveau erreicht hatte, verlor an Dynamik: Ursächlich hierfür waren u. a. der Mangel an Vorprodukten, eine rigide Coronapolitik, Meldungen über Finanzprobleme mehrerer großer Konglomerate und Produktionseinschränkungen aufgrund von Energiemangel. Die Lieferengpässe und der Anstieg der gesamtwirtschaftlichen Nachfrage haben dazu beigetragen, dass sich die Inflation in den vergangenen Monaten stark erhöhte.

Die Wirtschaftsleistung im Euroraum näherte sich 2021 – und auch zu Beginn des Jahres 2022 bis zum Angriff der Ukraine durch Russland – dem Produktionsniveau vor Beginn der Coronakrise: Das Bruttoinlandsprodukt stieg insgesamt um 5,3 Prozent. Während vor allem der private Verbrauch und der Dienstleistungsaußenhandel teils noch deutlich unter Vorkrisenniveau lagen, überstiegen der Staatskonsum und die Warenimporte und -exporte das Vorkrisenniveau, Bauinvestitionen und Investitionen in Ausrüstungsgüter näherten sich dem Vorkrisenniveau an. Auf dem Arbeitsmarkt verhinderte der breite Einsatz von Kurzarbeit einen starken Einfluss der Coronakrise auf die Arbeitslosen- und Beschäftigtenzahlen. Die Rohstoffknappheit sowie höhere Energiepreise führten auch in der Eurozone insgesamt zu stark steigenden Preisen.

Die wirtschaftliche Lage in Deutschland war 2021 nach wie vor von der Coronapandemie gekennzeichnet, das Bruttoinlandsprodukt stieg gemäß Gemeinschaftsdiagnose um 2,9 Prozent. Zur Erholung konnte vor allem der Dienstleistungssektor beitragen, der von den allmählichen Lockerungen der Coronamaßnahmen im Frühsommer profitierte und die Umsätze wieder spürbar

steigern konnte. Das Verarbeitende Gewerbe, das bis in den Sommer hinein beinahe ununterbrochen steigende Auftragseingänge aufwies, verzeichnete aufgrund der Lieferengpässe bei wichtigen industriellen Vorprodukten eine schrumpfende Wertschöpfung. Das wiederaufkeimende Infektionsgeschehen zum Jahresende hatte entscheidenden Einfluss auf das konjunkturelle Geschehen, jedoch wurden anders als vor einem Jahr keine flächendeckenden Schließungen von Wirtschaftsbereichen beschlossen, in denen es zu intensiven physischen Kontakten kommt. Ein wesentlicher Unterschied zu den vorangegangenen Coronawellen war die Verfügbarkeit von Impfstoffen und damit verbunden eine zunehmende Durchimpfung der Bevölkerung. Insgesamt führte diese Entwicklung dazu, dass die Zuwächse der Wirtschaftsleistung im Jahr 2021 das Vorkrisenniveau noch nicht wieder erreichen konnten.

Die Wirtschaftsleistung in Österreich stieg 2021 um 4,6 Prozent. Während der Aufschwung durch das Verarbeitende Gewerbe und den Bausektor gestützt wurde, wenn auch belastet durch Engpässe in der Lieferkette, zeigte sich der Dienstleistungssektor erneut stark abhängig von Lockerungen und Verschärfungen der Coronamaßnahmen: Im Sommer zeigte sich eine hohe Dynamik im Dienstleistungsbereich, während mit zunehmender Einschränkung Teile des Handels und Tourismus wieder massive Geschäftseinbußen erlitten.

Die Wirtschaftsleistung der mittel- und osteuropäischen Mitgliedsländer (MOE) der Europäischen Union hat sich 2021 seit dem massiven Einbruch der Konjunktur im ersten Halbjahr 2020 wieder kräftig erhöht. Insgesamt betrug das Wirtschaftswachstum 5,4 Prozent. Vor allem der exportorientierte Industriesektor konnte von der globalen Erholung profitieren, wurde aber von den Lieferengpässen bei Vorprodukten gehemmt. Die Inflationsraten, die bereits vor der Coronapandemie teilweise auf einem hohen Niveau lagen, waren 2021 aufgrund angebotsseitiger Restriktionen weiter gestiegen.

## 2. Branchenentwicklung

### Lebensmittelhandel inkl. Convenience

In Deutschland erzielte der Einzelhandel (online und stationär) gemäß Handelsverband Deutschland – HDE e.V., Berlin, eine Umsatzsteigerung von 1,5 Prozent. Während sich besonders im Onlinehandel Wachstumseffekte zeigten, verzeichneten weite Teile des stationären Non-Food-Handels im Jahresverlauf deutliche Umsatzverluste. Laut Eurostat-Daten lag das Umsatz- und Verkaufsvolumen im Einzelhandel mit Nahrungs- und Genussmitteln, Getränken und Tabakwaren in Deutschland nominal bei 1,3 Prozent und damit deutlich unter den Zuwächsen des Jahres 2020.

Nachdem der Lebensmitteleinzelhandel 2020 coronabedingt stark gestiegene Umsätze generieren konnte, hat sich die Entwicklung der Umsatzerlöse 2021 wieder normalisiert. Nach GfK verzeichnete der Lebensmitteleinzelhandel ein Umsatzwachstum von nominal 0,9 Prozent (FMCG Markt). Gemäß NielsenIQ Tradedimensions generierten die 30 größten Lebensmittelhändler in Deutschland einen Gesamtumsatz von 269,5 Mrd. € (Food-Umsatz 228,0 Mrd. €) und verzeichneten einen Zuwachs um 2,5 Prozent.

In Österreich erzielte der Einzelhandel (ohne Kfz-Handel und ohne Tankstellen) gemäß Handelsverband – Verband österreichischer Handelsunternehmen, Wien (Österreich), nominal einen Anstieg der Umsätze um 4,1 Prozent gegenüber dem Coronajahr 2020. Bereinigt um die durchschnittliche Preissteigerung im Gesamtjahr betrug der Anstieg 2021 2,7 Prozent. Der Lebensmitteleinzelhandel verzeichnete laut Eurostat-Daten nominal ein leichtes Wachstum von 1,9 Prozent (real: 0,7 Prozent), was deutlich unter dem Niveau des Vorjahres lag.

## Touristik

Die Coronapandemie traf die Reisebranche das zweite Jahr in Folge besonders hart.

Im Touristikjahr 2020/2021 (November 2020 bis Oktober 2021) wies der Veranstaltermarkt in Deutschland im Vergleich zum Vor-Coronajahr 2019 erneut einen Umsatzrückgang von mehr als 70 Prozent aus. Insbesondere der annähernde Totalausfall der Wintersaison zwischen November 2020 und April 2021 führte zu einem Umsatzrückgang von rund 90 Prozent im Vergleich zur Vorjahressaison. Der positive Verlauf der Sommersaison 2021 – in der überwiegend kurzfristige Reisen gebucht wurden und in der das Buchungsaufkommen wochenweise sogar über dem Niveau von 2019 lag – konnte die negative Entwicklung der Wintersaison allerdings nicht kompensieren: Während im Vergleich zur Vorjahressaison deutlich mehr Reisen gebucht wurden, lagen die Umsätze weiterhin deutlich unter den Ergebnissen des Vor-Coronasommers 2019, wobei die stärksten Einbrüche bei den beratungsintensiven Fernreisen und Kreuzfahrten verzeichnet wurden und damit besonders die stationären Reisebüros trafen.

Die Entwicklungen in den verschiedenen europäischen Veranstaltermärkten verliefen im Touristikjahr 2020/2021 recht ähnlich und zeigen ein ebenso dramatisches Bild: In allen relevanten Reisemärkten lagen die Umsätze deutlich unter den Umsätzen der Vorsaison.

## Baumarkt

Der Baumarkthandel verzeichnete nach Aussagen des BHB – Handelsverband Heimwerken, Bauen und Garten e. V., Köln, 2021 einen Umsatzrückgang von 8,2 Prozent auf 20,3 Mrd. €. Während im Vorjahr, in dem als Reaktion auf die ergriffenen Coronamaßnahmen in erhöhtem Umfang Sanierungen, Renovierungen und Reparaturen durchgeführt wurden und auch in die Gestaltung von Garten und Balkon investiert wurde, ein exorbitanter Umsatzzuwachs (+13,8 Prozent) verzeichnet worden war, beeinflussten 2021 verschiedene Faktoren (Lockdown mit teilweise wochenlangen Marktschließungen, schlechtes Wetter, Materialengpässe und Preisanstiege) die Entwicklung negativ. Im Vergleich zum Vor-Coronajahr 2019 verzeichnete die Branche eine Umsatzsteigerung von 4,5 Prozent.



# Leistungsindikatoren

## Finanzielle Leistungsindikatoren

Die bedeutsamsten finanziellen Leistungsindikatoren des Konzerns sind Umsatz, internes EBITA und die Nettoverschuldung.

Für die Steuerung des operativen Geschäfts ist eine um IFRS 16-Effekte bereinigte Darstellung des EBITA erforderlich. Ähnliches gilt für alle Effekte, die nicht im Zusammenhang mit der Steuerung des operativen Geschäfts stehen. Es handelt sich um folgende Effekte:

- Auswirkungen im Zusammenhang mit Leasingverhältnissen,
- Wertaufholung auf langfristige Vermögenswerte,
- Wertminderung auf immaterielle Vermögenswerte, Sachanlagen (ohne Nutzungsrechte), als Finanzinvestition gehaltene Immobilien,
- Ergebnis von freistehenden Derivaten bei Fremdwährungssicherung.

Die Überleitung stellt sich wie folgt dar:

in Mio. €	2021	2020	Veränderung absolut	Veränderung in Prozent
<b>EBIT</b>	<b>1.488,5</b>	<b>1.221,9</b>	<b>266,6</b>	<b>21,8</b>
Wertminderungen auf Firmenwerte	0,0	2,6	-2,6	-100,0
<b>EBITA (externe Definition)</b>	<b>1.488,5</b>	<b>1.224,5</b>	<b>264,0</b>	<b>21,6</b>
Wertminderung auf immaterielle Vermögenswerte, Sachanlagen (ohne Nutzungsrechte), als Finanzinvestition gehaltene Immobilien	95,6	96,4	-0,8	-0,8
Wertaufholungen auf langfristige Vermögenswerte (ohne Nutzungsrechte)	-23,6	-20,4	-3,2	15,7
Ergebnis Derivate bei Fremdwährungssicherung	-8,7	2,7	-11,4	< -100
Effekte im Zusammenhang mit Leasingverhältnissen:				
Aktivierung Nutzungsrechte (Mietaufwand/Reisevorleistungen)	-2.033,7	-2.013,2	-20,5	1,0
Abschreibung Nutzungsrechte	1.514,9	1.509,5	5,4	0,4
Wertminderung Nutzungsrechte	178,4	278,4	-100,0	-35,9
Wertaufholung Nutzungsrechte	-170,8	-93,9	-76,9	81,9
Sonstige Erträge/Aufwendungen	11,7	28,7	-17,0	-59,2
<b>EBITA (interne Definition)</b>	<b>1.052,3</b>	<b>1.012,7</b>	<b>39,6</b>	<b>3,9</b>

Die Veränderung des internen EBITA resultierte im Wesentlichen aus einer umsatzgenerierten positiven Rohertragsentwicklung (+42,5 Mio. €). Einer Erhöhung der Personalaufwendungen (155,6 Mio. €) und der sonstigen betrieblichen Aufwendungen (+153,2 Mio. €; ohne Effekte aus Leasingverhältnissen) standen gestiegene sonstige betriebliche Erträge (+298,5 Mio. €, ohne Effekte aus Leasingverhältnissen und ohne Wertaufholungen) gegenüber.

Die Nettoverschuldung ergibt sich wie folgt:

in Mio. €	31.12.2021	31.12.2020
Finanzschulden*	13.858,2	13.068,4
Nettoschuld aus leistungsorientierten Verpflichtungen**	897,4	1.019,9
Latente Steuern aus leistungsorientierten Verpflichtungen**	-190,0	-205,5
Überschüssige Barmittel	-545,9	-632,2
<i>davon Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente</i>	<i>-625,6</i>	<i>-709,5</i>
<i>abzügl. Kassenbestände und Filialgelder**</i>	<i>67,5</i>	<i>68,8</i>
<i>abzügl. Bankbestände in nicht konvertierbaren Währungen und Währungen mit hohem Risiko**</i>	<i>12,2</i>	<i>8,5</i>
<b>Nettoverschuldung</b>	<b>14.019,7</b>	<b>13.250,6</b>

\* in den sonstigen finanziellen Schulden enthalten

\*\* Definition der Nettoverschuldung wurde 2021 geändert – die Posten waren im Vorjahr nicht enthalten und wurden entsprechend angepasst.

Die Nettoverschuldung veränderte sich im Vergleich zum Vorjahr um +769,1 Mio. €. Maßgeblich für die Erhöhung war die Zunahme der Finanzschulden, die wiederum im Wesentlichen durch einen Anstieg der Leasingschulden – insbesondere in den Geschäftsfeldern Handel Deutschland und Handel International – sowie der Schulden gegenüber Kreditinstituten aufgrund der vermehrten Inanspruchnahme von Kreditlinien und der Aufnahme von Immobilienkrediten bedingt war. Zudem haben sich die überschüssigen Barmittel vermindert, was vor allem in der Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente begründet ist – für weitere Informationen verweisen wir auf Punkt 38 „Kapitalflussrechnung“ des Konzernanhangs. Ein gegenläufiger Effekt auf die Nettoverschuldung ergab sich aus einer aufgrund gestiegener Zinsen verminderten Nettoschuld aus leistungsorientierten Verpflichtungen und den korrespondierenden latenten Steuern.

## Nicht finanzielle Leistungsindikatoren

Nicht finanzielle Leistungsindikatoren werden nicht zur internen Unternehmenssteuerung herangezogen. Die Inhalte dieses Abschnitts sind ungeprüfte, freiwillige Inhalte, die vom Abschlussprüfer kritisch gelesen wurden.

Der Themenkomplex Nachhaltigkeit beinhaltet verschiedene Handlungsfelder für das Unternehmen, die mithilfe definierter KPIs gemonitort werden. Das Thema Nachhaltigkeit ist sowohl in der Unternehmensstrategie als auch in der Unternehmensorganisation fest verankert. Der Grundsatz „Wir sind uns unserer Verantwortung bewusst und handeln nachhaltig“ wurde in das Unternehmensleitbild aufgenommen, mit der 2010 verabschiedeten „Leitlinie für nachhaltiges Wirtschaften“ wurde ein Handlungsrahmen geschaffen, der die Grundlage für das Nachhaltigkeitsengagement darstellt. Zur Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie wurden 2008 vier strategische Säulen eingeführt, die im Folgenden erläutert werden. Im jährlich erscheinenden „REWE Group-Nachhaltigkeitsbericht“ werden die für die strategischen Säulen gesetzten KPIs, die Ziele, der aktuelle Status und die implementierten Maßnahmen detailliert dargestellt.

### Grüne Produkte

Die Herstellung der Eigenmarkenprodukte hat Auswirkungen auf Mensch, Tier und Umwelt. Ziel der Säule „Grüne Produkte“ ist es, nachhaltigere Sortimente verfügbar zu machen und diese den Konsument:innen in den Märkten anzubieten. Dabei ist die ganzheitliche Betrachtung der Lieferkette ein zentrales Element und integraler Bestandteil der Einkaufsprozesse. Mit dem PRO PLANET-Label

für Eigenmarken-Produkte, dem Ausbau des Bio-Sortiments und des Sortiments regionaler Produkte, diversen rohstoffbezogenen Leitlinien sowie eigenen Projekten für nachhaltigere Lieferketten wird konsequent das Ziel verfolgt, den Anteil nachhaltigerer Eigenmarkenprodukte zu steigern.

### **Energie, Klima und Umwelt**

Die Nachhaltigkeitssäule „Energie, Klima und Umwelt“ befasst sich mit umweltrelevanten Aktivitäten, die in den eigenen Geschäftsprozessen liegen. Dazu zählen die Errichtung und der Betrieb der Märkte, Lager-, Verwaltungs- und Produktionsstandorte, die Logistik sowie Ressourcen und Materialien, die für die eigene Geschäftstätigkeit benötigt werden. Die Einsparung von Energie und die Vermeidung klimaschädigender Emissionen haben einen besonderen Stellenwert, sodass – nach dem vorzeitigen Erreichen des bisherigen Klimaziels – das Ziel definiert wurde, bis zum Jahr 2040 klimaneutral zu werden. Auf dem Weg dorthin sollen die absoluten Treibhausgasemissionen bis zum Jahr 2030 um 30 Prozent gegenüber dem neuen Basisjahr 2019 reduziert werden.

### **Mitarbeiter:innen**

Engagierte und qualifizierte Mitarbeiter:innen tragen entscheidend zum Erfolg eines Unternehmens bei. Die Förderung der Zufriedenheit, Leistungsfähigkeit und Produktivität ist daher ein zentrales Thema. Im Rahmen der Säule „Mitarbeiter:innen“ wird systematisch an einer zukunftsfähigen Aufstellung, der Gewinnung sowie der langfristigen Bindung von Talenten gearbeitet. Dazu gehören unter anderem eine faire Entlohnung, erweiterte betriebliche Leistungen über den Tariflohn hinaus, flexible Arbeitszeitmodelle, die sich an die jeweiligen Bedürfnisse der Mitarbeiter:innen anpassen, und individuelle Angebote, die die Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben erleichtern.

### **Gesellschaftliches Engagement**

Als international agierendes Handelsunternehmen sind wir uns der Verantwortung über das Kerngeschäft hinaus bewusst. Mithilfe starker und langfristiger Partnerschaften sowie engagierter Mitarbeiter:innen wird eine Vielzahl unterschiedlicher Projekte und Maßnahmen umgesetzt, die der Gesellschaft zugutekommen. Ein besonderer Fokus liegt hier auf der Unterstützung von benachteiligten Kindern und Jugendlichen. Eine wichtige Zusammenarbeit stellt auch die Unterstützung von Tafel Deutschland e.V., Berlin, und von Aktion Mensch e.V., Bonn, dar.

## Darstellung der Lage

Bei der Darstellung der Lage ist folgender Sachverhalt zu berücksichtigen:

Mit Vertrag vom 12. Mai 2021 wurden sämtliche Anteile an der OOO BILLA, Moskau (Russland), und der OOO BILLA Realty, Moskau (Russland), mit Wirkung zum 2. August 2021 verkauft. Entsprechend den Regelungen des IFRS 5 erfolgte eine Anpassung der Vorjahreszahlen der Gewinn- und Verlustrechnung, sodass sich die nachfolgenden Erläuterungen der Ertragslage für das Berichtsjahr und das Vorjahr nur auf die fortgeführten Geschäftsbereiche beziehen. In der Gewinn- und Verlustrechnung werden die den aufgegebenen Geschäftsbereichen zuzuordnenden Aufwendungen und Erträge in einer separaten Zeile ausgewiesen. Es wird hierzu auf die Ausführungen im Punkt 3 „Konsolidierung“ – „Desinvestitionen“ im Konzernanhang verwiesen.

### 1. Vergleich der im Vorjahr berichteten Prognose mit der tatsächlichen Geschäftsentwicklung

Im Folgenden geben wir an, inwieweit die im Lagebericht 2020 prognostizierten bedeutsamsten finanziellen Leistungsindikatoren Umsatz, internes EBITA und Nettofinanzverschuldung im Geschäftsjahr erreicht worden sind.

Die Umsatzentwicklung des Konzerns konnte mit einem Umsatz von 69,4 Mrd. € trotz der unterschiedlichen Entwicklungen der Geschäftsfelder die Erwartungen übererfüllen; im Prognosebericht 2020 sind wir von einem Umsatzvolumen auf Vorjahresniveau (68,6 Mrd. €) ausgegangen. Die Entwicklung des Jahres 2021 war wie im Vorjahr im Wesentlichen durch die Einflüsse der Coronapandemie geprägt. Das interne EBITA hat sich mit 1,1 Mrd. € insgesamt besser entwickelt als die Prognose für 2021, die eine Verminderung im Vergleich zum Vorjahr vorsah. Zur positiven Entwicklung trugen im Wesentlichen die Aktivitäten im Lebensmitteleinzelhandel sowie im Food-Service bei, während die Touristik – trotz einer gegenüber 2020 verbesserten Entwicklung – weiterhin Entwicklungsrückstände infolge der Coronapandemie zu verzeichnen hatte. Insgesamt verlief das abgelaufene Geschäftsjahr 2021 trotz der Einflüsse der Coronakrise mehr als zufriedenstellend.

Im Geschäftsfeld Handel Deutschland konnte die Sparte REWE ihren Umsatz weiter steigern und die Sparte PENNY Umsätze auf Vorjahresniveau erzielen; beide Sparten liegen damit über den geplanten Erwartungen. Dies ist unter anderem auf Coroneffekte zurückzuführen, die auch 2021 anhielten. In beiden Sparten wurde das budgetierte interne EBITA umsatzbedingt übertroffen.

Im Geschäftsfeld Handel International konnte die Sparte Vollsortiment Österreich die Umsatzerwartungen erfüllen, während PENNY International und Vollsortiment CEE (ohne BILLA Russland) – trotz eines verbesserten Umsatzes gegenüber 2020 – hinter den Erwartungen zurückblieben. Die Sparten PENNY International und Vollsortiment Österreich haben mit dem erzielten internen EBITA die Erwartungen erfüllt. Im Vollsortiment CEE konnte das erzielte interne EBITA die operativen Erwartungen hingegen nicht ganz erfüllen.

Trotz der schwierigen Situation in den Food-Sortimenten konnte das Convenience-Geschäft die Erwartungen im Umsatz insgesamt übererfüllen. Aufgrund der guten Umsätze konnte auch das interne EBITA-Ziel übertroffen werden.

Die Entwicklung im Geschäftsfeld Touristik war auch 2021 vor allem durch die Reiseeinschränkungen aufgrund der Coronapandemie beeinflusst. Die Umsätze, die zwar im Vergleich zum Vorjahr gestiegen sind, haben die Erwartungen vor allem im ersten Halbjahr nicht erfüllt, was zu einer starken Budgetverfehlung führte. Trotz drastischer Kostenmaßnahmen und einer positiven Entwicklung im Vergleich zu 2020 konnte das interne EBITA-Ziel aufgrund der schwierigen Umsatz- und Rohertragsentwicklung nicht erreicht werden.

Das Geschäftsfeld Baumarkt konnte die budgetierten Umsätze nicht erreichen. Trotz coronabedingter Marktschließungen für die Endverbraucher:innen zu Beginn des Jahres konnte jedoch das budgetierte interne EBITA erreicht werden.

Die Nettofinanzverschuldung, für die ein Anstieg prognostiziert worden war, erhöhte sich zum Bilanzstichtag auf 13,2 Mrd. € (Vorjahr: 12,4 Mrd. €). Ab 2021 stellt die Nettoverschuldung einen der bedeutsamsten Leistungsindikatoren dar (vgl. Punkt „Leistungsindikatoren“).

## 2. Ertragslage

### Umsatzentwicklung

in Mio. €	2021	2020	Veränderung absolut	Veränderung in Prozent
Handel Deutschland	35.030,2	34.737,5	292,7	0,8
Handel International	15.653,0	15.299,1	353,9	2,3
Convenience	13.659,9	13.083,8	576,1	4,4
Baumarkt	2.352,2	2.656,3	-304,1	-11,5
Touristik	2.041,8	1.296,2	745,6	57,5
Sonstige	618,8	578,4	40,4	7,0
<b>Gesamt</b>	<b>69.355,9</b>	<b>67.651,3</b>	<b>1.704,6</b>	<b>2,5</b>

Die Umsatzerlöse konnten insgesamt um 2,5 Prozent gesteigert werden.

Der Handel Deutschland als volumenstärkstes Geschäftsfeld verzeichnete eine Umsatzsteigerung von 0,8 Prozent und konnte somit das hohe, vor allem von der Coronapandemie getriebene Umsatzniveau des Vorjahres noch leicht übertreffen. Die positive Umsatzentwicklung wurde insbesondere durch die Entwicklung des Großhandelsgeschäfts getragen, der ein leichter Rückgang der Filialumsätze gegenüberstand. In der positiven Entwicklung des Großhandelsgeschäfts, das im Wesentlichen die Belieferung der REWE-Kaufleute umfasst, spiegelte sich insbesondere das organische Wachstum der REWE-Kaufleute wider. Die Geschäftseinheit REWE E-Commerce verzeichnete aufgrund der vermehrten Inanspruchnahme des REWE-Lieferdienstes ebenfalls ein deutliches Umsatzwachstum. Weitere Umsatzsteigerungen wurden in der Geschäftseinheit Handel

Deutschland Produktion erzielt, vor allem bedingt durch den Erwerb der Meister feines Fleisch — feine Wurst GmbH, Gäufelden.

Das Geschäftsfeld Handel International ist mit einem Umsatz von 15,7 Mrd. € das zweitgrößte Geschäftsfeld des Konzerns. Der Anstieg der Umsatzerlöse um 2,3 Prozent (wechselkursbereinigt: 2,0 Prozent) wurde maßgeblich durch das Vollsortiment Österreich generiert. In der Sparte PENNY International konnten die Umsätze ebenfalls deutlich gesteigert werden, vor allem bedingt durch Expansionstätigkeiten und die positive Entwicklung der Stammfilialen in Rumänien, Tschechien und Ungarn. Dagegen konnte in Italien und in Österreich das hohe coronagetriebene Umsatzwachstum des Vorjahres aufgrund der angespannten Wettbewerbslage 2021 nicht wieder erreicht werden. Das Vollsortiment CEE zeigte ebenfalls eine positive Umsatzentwicklung, die wesentlich durch den Lebensmitteleinzelhandel in Litauen und der Slowakei getragen wurde.

Das Geschäftsfeld Convenience hat einen Umsatz von 13,7 Mrd. € erzielt, der damit im Vergleich zum Vorjahr um 4,4 Prozent gestiegen ist. Insbesondere in Deutschland, den Niederlanden und in Spanien konnten deutliche Umsatzsteigerungen erzielt werden. Insgesamt wirkten sich vor allem das veränderte Kaufverhalten in der Coronakrise und die gestiegenen Umsätze mit Tankstellen sowie die Generierung neuer Großkunden positiv auf die Umsatzentwicklung aus.

Das Geschäftsfeld Baumarkt verzeichnete einen Umsatzrückgang von 11,5 Prozent und konnte somit das hohe Umsatzniveau des Vorjahres (Umsatzanstieg 2020: 19,9 Prozent) nicht fortführen, das vornehmlich durch die im Zuge der Coronamaßnahmen deutlich gestiegene Nachfrage nach Heimwerker- und Gartenartikeln getrieben war. Zudem wirkte sich der coronabedingte „Lockdown“ negativ auf die Umsatzentwicklung aus, da Baumärkte Anfang 2021 teilweise geschlossen waren bzw. enormen Verkaufsrestriktionen unterlagen.

Das Geschäftsfeld Touristik hat einen Umsatz von 2,0 Mrd. € erzielt (vermittelter Reiseumsatz: 2,4 Mrd. €), der damit im Vergleich zum Vorjahr um 57,5 Prozent gestiegen ist, jedoch noch weit unter dem Niveau vor Corona (2019) lag. Insbesondere in den Sparten Touristik Zentraleuropa und Touristik Osteuropa konnten Umsatzsteigerungen verzeichnet werden. Hier führte vor allem die Lockerung der coronabedingten Reisebeschränkungen zu einer Markterholung und einem deutlichen Umsatzanstieg in den Sommer- und Herbstmonaten. Zudem wirkte sich der erstmals ganzjährige Einbezug der im Vorjahr erworbenen FISCHER Group positiv auf die Umsatzentwicklung aus.

## Ergebniskennzahlen

in Mio. €	2021	2020	Veränderung absolut	Veränderung in Prozent
Umsatzerlöse	69.355,9	67.651,3	1.704,6	2,5
Materialaufwand und Bestandsveränderung	-54.083,2	-52.432,7	-1.650,5	3,1
<b>Rohertrag</b>	<b>15.272,7</b>	<b>15.218,6</b>	<b>54,1</b>	<b>0,4</b>
Rohertragsquote	22,0%	22,5%		
<b>EBITDA</b>	<b>4.388,1</b>	<b>4.308,4</b>	<b>79,7</b>	<b>1,8</b>
Abschreibungen/Zuschreibungen und Wertminderungen (ohne Firmenwerte)	-2.899,6	-3.083,9	184,3	6,0
<b>EBITA</b>	<b>1.488,5</b>	<b>1.224,5</b>	<b>264,0</b>	<b>21,6</b>
<b>Nachrichtlich: internes EBITA*</b>	<b>1.052,3</b>	<b>1.012,7</b>	<b>39,6</b>	<b>3,9</b>
Wertminderungen auf Firmenwerte	0,0	-2,6	2,6	100,0
<b>EBIT</b>	<b>1.488,5</b>	<b>1.221,9</b>	<b>266,6</b>	<b>21,8</b>
Finanzergebnis	-385,3	-487,2	101,9	20,9
<b>EBT</b>	<b>1.103,2</b>	<b>734,7</b>	<b>368,5</b>	<b>50,2</b>
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-310,6	-280,2	-30,4	-10,8
<b>Ergebnis aus fortgeführten Geschäftsbereichen</b>	<b>792,6</b>	<b>454,5</b>	<b>338,1</b>	<b>74,4</b>
Ergebnis aus aufgegebenen Geschäftsbereichen	-37,0	-39,2	2,2	5,6
<b>EAT / Jahresergebnis</b>	<b>755,6</b>	<b>415,3</b>	<b>340,3</b>	<b>81,9</b>

\* Überleitung vgl. Punkt „Leistungsindikatoren“

Das **EBITDA** erhöhte sich um 79,7 Mio. €. Ursächlich für die Veränderung waren gestiegene sonstige betriebliche Erträge (289,1 Mio. €; ohne Berücksichtigung von Zuschreibungen) und ein gesteigener Rohertrag (+54,1 Mio. €), dem erhöhte Personalaufwendungen (+155,6 Mio. €) und sonstige betriebliche Aufwendungen (+107,9 Mio. €) gegenüberstanden. Da der Anstieg des Materialaufwands stärker ausfiel als die Veränderung der Umsatzerlöse, verminderte sich die Rohertragsquote auf 22,0 Prozent (Vorjahr: 22,5 Prozent).

Der Anstieg der sonstigen betrieblichen Erträge resultierte im Wesentlichen aus dem Geschäftsfeld Handel Deutschland aufgrund erhöhter Erträge aus Werbedienstleistungen – bedingt durch eine Zunahme der erbrachten Leistungen für Werbeaktivitäten – sowie gesteigener Entsorgungserträge. Zudem stiegen in dem Geschäftsfeld auch die Miet- und Pächterträge, die vornehmlich im Zusammenhang mit der Vermietung an REWE-Kaufleute generiert wurden; hier ergaben sich ein Anstieg der Anzahl von Märkten sowie eine Zunahme der umsatzabhängigen Mieten.

Ursächlich für den Anstieg der sonstigen betrieblichen Aufwendungen waren höhere Aufwendungen für Instandhaltung und Verbrauchsmaterial, Werbeaufwendungen, Aufwendungen für Fuhrpark und Frachten sowie sonstige Raumkosten, denen rückläufige Aufwendungen aus Wechselkursänderungen gegenüberstanden.

Der Anstieg der Aufwendungen für Instandhaltung und Verbrauchsmaterial betraf vor allem die Geschäftsfelder Handel Deutschland sowie Handel International und war maßgeblich bedingt durch bauliche Veränderungen im Rahmen von Modernisierungsmaßnahmen.

Verstärkte Werbeaktivitäten führten im Wesentlichen im Geschäftsfeld Sonstige zu gestiegenen Werbeaufwendungen.

Die Aufwendungen für Fuhrpark und Frachten erhöhten sich bedingt durch einen höheren Fremdbezug für Logistikdienstleistungen aufgrund des gestiegenen Geschäftsvolumens in den Geschäftsfeldern Handel Deutschland und Convenience.

Insbesondere im Geschäftsfeld Handel International erhöhten sich die Raumkosten aufgrund gestiegener Energiekosten.

Die Aufwendungen aus Wechselkursänderungen verminderten sich aufgrund der Wechselkursentwicklung vor allem in den Geschäftsfeldern Handel International und Touristik, hier auch aufgrund der Wiederaufnahme von hedge accounting aufgrund zunehmender Planungssicherheit (vgl. Kapitel 40 „Management der finanzwirtschaftlichen Risiken“ im Konzernanhang).

Die Veränderung der Personalaufwendungen um +2,0 Prozent resultierte im Wesentlichen aus gestiegenen Kosten in den Geschäftsfeldern Handel Deutschland – bedingt durch Tariferhöhungen und Sonderzahlungen – und Handel International, denen rückläufige Effekte in den Geschäftsfeldern Touristik und Baumarkt unter anderem bedingt durch den Einsatz von Kurzarbeit gegenüberstanden.

Das **EBITA** betrug 1.488,5 Mio. € und lag damit 264,0 Mio. € (+21,6 Prozent) über dem Wert des Vorjahres.

Das Finanzergebnis verbesserte sich um 101,9 Mio. € auf -385,3 Mio. € (Vorjahr: -487,2 Mio. €). Ursächlich hierfür war ein um 54,0 Mio. € erhöhtes sonstiges Finanzergebnis bedingt durch gestiegene Erträge im Geschäftsfeld Sonstige aus der Anpassung der Beteiligung an der Flink SE, Berlin, an den beizulegenden Zeitwert sowie verminderte Währungskursverluste aus Finanzierungstätigkeit. Zudem verbesserten sich das Zinsergebnis um 37,2 Mio. € aufgrund verminderter Zinsaufwendungen im Zusammenhang mit Immobilienleasing sowie das Ergebnis aus at equity bilanzierten Unternehmen, unter anderem bedingt durch Erträge aus einer disproportionalen Kapitalerhöhung an der commercetools GmbH, München. Gegenläufig entwickelte sich das Ergebnis aus der Bewertung von derivativen Finanzinstrumenten (-13,4 Mio. €) im Geschäftsfeld Sonstige.

Aus den Steuern vom Einkommen und vom Ertrag ergab sich ein Aufwand in Höhe von 310,6 Mio. € (Vorjahr: 280,2 Mio. €). Dieser setzte sich aus einem laufenden Steueraufwand in Höhe von 271,5 Mio. € (Vorjahr: 364,2 Mio. €) und einem Aufwand aus latenten Steuern in Höhe von 39,1 Mio. € (Vorjahr: Ertrag 84,0 Mio. €) zusammen. Im laufenden Steueraufwand war ein Aufwand in Höhe von 1,4 Mio. € (Vorjahr: 5,0 Mio. €) aus Steuern für Vorjahre enthalten.



## 3. Finanz- und Vermögenslage

### Finanzlage

Dem Konzern stehen derzeit im Wesentlichen folgende Fremdfinanzierungsmittel zur Verfügung:

#### Fremdfinanzierungsmittel

in Mio. €	31.12.2021	31.12.2020	Laufzeitende
Syndizierter Kredit	2.000,0	2.000,0	3. Dezember 2025
Syndizierter Kredit	750,0	0,0	30. September 2023
Syndizierter Kredit	0,0	1.000,0	7. Juli 2021
Schuldscheindarlehen	938,0	1.000,0	28. Februar 2023 bis 28. Februar 2028
Schuldscheindarlehen	235,5	537,0	20. Dezember 2022 bis 20. Dezember 2029
Schuldscheindarlehen	175,0	175,0	2. September 2024
US-Private-Placement	30,0	30,0	15. August 2027
<b>Gesamt</b>	<b>4.128,5</b>	<b>4.742,0</b>	

Dem Konzern steht ein syndizierter Kredit in Höhe von 2,0 Mrd. €, in den Kreditlinien in Höhe von 500,0 Mio. € inkludiert sind, zur Verfügung. Der syndizierte Kredit (ohne die inkludierten Kreditlinien) wurde weder zum aktuellen Bilanzstichtag noch zum Vorjahresstichtag in Anspruch genommen. Die inkludierten Kreditlinien wurden zum Bilanzstichtag in Höhe von 297,6 Mio. € (Vorjahr: 0,0 Mio. €) in Anspruch genommen.

Der zum 31. Dezember 2020 bestehende syndizierte Kredit über 1,0 Mrd. € wurde im Januar 2021 halbiert und im März 2021 durch eine Linie mit einem Volumen von 750,0 Mio. € abgelöst, die zum Bilanzstichtag nicht in Anspruch genommen wurde. Die Verlängerungsoption um 12 Monate wurde ausgeübt, sodass die Laufzeit nun am 30. September 2023 endet.

Im Berichtszeitraum erfolgte für das Schuldscheindarlehen über 1,0 Mrd. € eine planmäßige Rückzahlung in Höhe von 62,0 Mio. €, für das Schuldscheindarlehen über 537,0 Mio. € erfolgten vorzeitige Rückzahlungen in Höhe von insgesamt 301,5 Mio. €.

Durch den internen Finanzausgleich (Cash pooling) werden eine Reduzierung des Fremdfinanzierungsvolumens sowie eine Optimierung der Geld- und Kapitalanlagen erreicht. Das Cash pooling ermöglicht die Nutzung der Liquiditätsüberschüsse einzelner Gesellschaften des Konzerns zur internen Finanzierung.

#### Kapitalflussrechnung

Die Kapitalflussrechnung zeigt die Veränderungen der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente abzüglich Kontokorrentkredite im Berichtsjahr. Es wird unterschieden zwischen Veränderungen aus betrieblicher Tätigkeit, aus Investitionstätigkeit und aus Finanzierungstätigkeit.

## Veränderung des Finanzmittelfonds

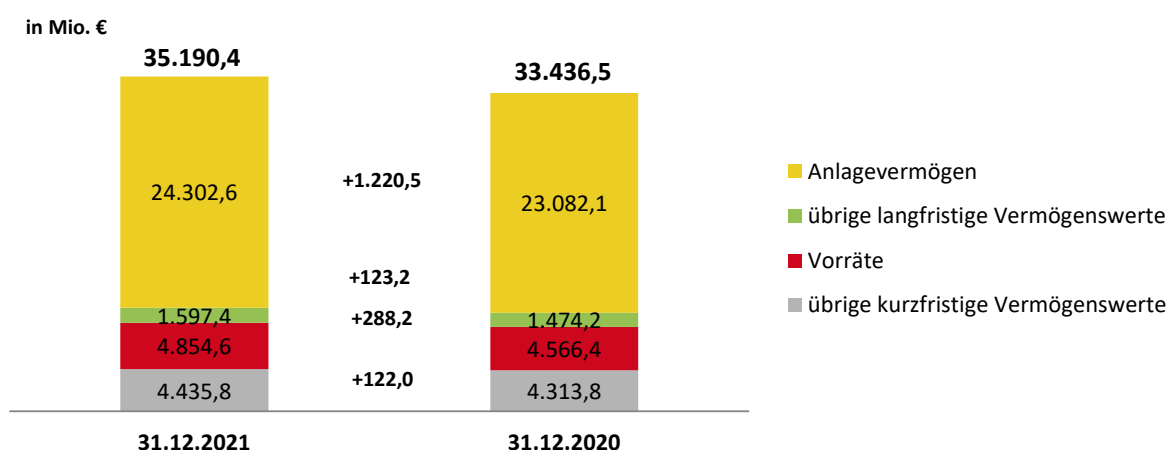
in Mio. €	2021	2020
<b>Finanzmittelfonds am Anfang der Periode</b>	<b>709,5</b>	<b>557,6</b>
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit aus fortgeführten Geschäftsbereichen	3.187,1	3.621,5
Cashflow aus Investitionstätigkeit aus fortgeführten Geschäftsbereichen	-2.237,5	-1.828,1
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit aus fortgeführten Geschäftsbereichen	-1.352,7	-1.664,9
<b>Cashflow aus fortgeführten Geschäftsbereichen</b>	<b>-403,1</b>	<b>128,5</b>
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit aus aufgegebenen Geschäftsbereichen	27,5	68,0
Cashflow aus Investitionstätigkeit aus aufgegebenen Geschäftsbereichen	218,3	6,7
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit aus aufgegebenen Geschäftsbereichen	-17,4	-45,4
<b>Cashflow aus aufgegebenen Geschäftsbereichen</b>	<b>228,4</b>	<b>29,3</b>
Konsolidierungskreisbedingte Änderung des Finanzmittelfonds	0,0	0,2
Währungskursunterschiede	2,7	-6,1
<b>Finanzmittelfonds am Ende der Periode</b>	<b>537,5</b>	<b>709,5</b>
<b>Finanzmittelfonds am Ende der Periode der fortgeführten Geschäftsbereiche</b>	<b>537,5</b>	<b>709,5</b>
davon Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	625,6	709,5
davon Kontokorrentkredite	-88,1	0,0

Weitere Erläuterungen sind dem Punkt 38 „Kapitalflussrechnung“ des Konzernanhangs zu entnehmen.

Darüber hinaus wird zu weiteren Informationen zur Währungs- und Zinsstruktur auf Punkt 40 „Management der finanzwirtschaftlichen Risiken“ im Konzernanhang verwiesen.

## Vermögenslage

### Aktiva



Im Berichtsjahr erhöhte sich die Bilanzsumme um 1.753,9 Mio. € auf 35.190,4 Mio. €.

Die Veränderung des Anlagevermögens resultierte im Wesentlichen aus einem Anstieg in Höhe von 2.195,9 Mio. € (Vorjahr: 1.975,9 Mio. €) aus der Aktivierung von Nutzungsrechten an Immobilien vornehmlich in den Geschäftsfeldern Handel Deutschland und Handel International. Zudem investierte der Konzern in Höhe von 2.288,4 Mio. € (Vorjahr: 1.888,1 Mio. €) in immaterielle

Vermögenswerte und Sachanlagen. Die Investitionen betrafen hauptsächlich die Erweiterung und die Modernisierung des bestehenden Filialnetzes und der Lagerstandorte sowie der Produktionsunternehmen. Mindernd wirkten sich auf das Anlagevermögen vor allem der Abgang von Anlagevermögen, Wertminderungen und Abschreibungen aus.

Im Berichtsjahr wurden in Nutzung befindliche selbst geschaffene immaterielle Vermögenswerte in Höhe von 73,1 Mio. € (Vorjahr: 84,6 Mio. €) ausgewiesen. Daneben bestanden noch in Entwicklung befindliche selbst geschaffene immaterielle Vermögenswerte. Bei den selbst geschaffenen immateriellen Vermögenswerten handelte es sich hauptsächlich um Software-Projekte. Des Weiteren fielen Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen in Höhe von 85,7 Mio. € (Vorjahr: 72,1 Mio. €) an, die direkt als Aufwand erfasst wurden.

Die Veränderung der übrigen langfristigen Vermögenswerte ergab sich im Wesentlichen aus dem Anstieg der at equity bilanzierten Unternehmen (+103,8 Mio. €) und der sonstigen finanziellen Vermögenswerte (+89,0 Mio. €), denen verminderte latente Steuerforderungen (-69,0 Mio. €) gegenüberstanden. Die Zunahme der at equity bilanzierten Unternehmen resultierte im Wesentlichen aus dem Erwerb von 50,0 Prozent der Anteile an der zuvor neu gegründeten DR Hospitality GmbH & Co. KG, Rostock, und der DR Hospitality Verwaltungsgesellschaft mbH, Rostock, (vgl. Punkt 3 „Konsolidierung“ – „Akquisitionen“ im Konzernanhang) und einer disproportionalen Kapitalerhöhung an der commercetools GmbH, München. Der Anstieg der langfristigen sonstigen finanziellen Vermögenswerte ergab sich vornehmlich aus der Beteiligung an der Flink SE, Berlin. Gegenläufig entwickelten sich in dem Posten die langfristigen Darlehen gegen assoziierte Unternehmen, die vornehmlich REWE-Kaufleute betrafen.

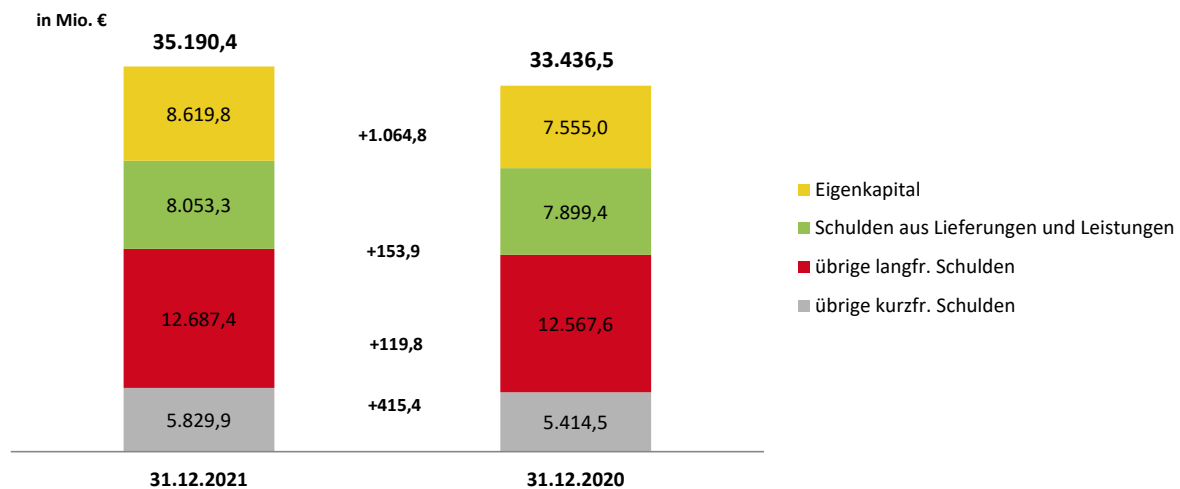
Die Verminderung der latenten Steuerforderungen resultierte maßgeblich aus dem Geschäftsfeld Sonstige.

Die Vorräte sind im Wesentlichen aufgrund einer Erhöhung der fertigen Erzeugnisse und Waren angestiegen, und zwar vornehmlich in den Geschäftsfeldern Handel International und Sonstige. Gründe waren die Ausweitung des Geschäftsvolumens und eine höhere Bevorratung angesichts drohender Containerknappheiten. Im Geschäftsfeld Touristik erhöhten sich die vorausbezahlten Reiseleistungen, die zum Stichtag begonnene Reisen betreffen, aufgrund eines gestiegenen Buchungsvolumens. Gegenläufig entwickelten sich hier die geleisteten Anzahlungen, da im Geschäftsfeld Touristik die Anzahlungsbedingungen geändert wurden.

Die Zunahme der übrigen kurzfristigen Vermögenswerte war wesentlich bedingt durch einen Anstieg der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen (+204,3 Mio. €). Dem stand eine Verminderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente (-83,9 Mio. €) und der laufenden Ertragsteueransprüche (-28,3 Mio. €) gegenüber. Die stichtagsbedingte Erhöhung der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen resultierte im Wesentlichen aus den Geschäftsfeldern Convenience und Sonstige, der verminderte Forderungen gegen assoziierte Unternehmen im Geschäftsfeld Handel Deutschland gegenüberstanden. Die laufenden Ertragsteueransprüche verminderten sich insbesondere im Geschäftsfeld Sonstige. Zur Entwicklung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente verweisen wir auf die Ausführungen zur Veränderung des Finanzmittelfonds in der Darstellung der Finanzlage.

Die zur Veräußerung gehaltenen langfristigen Vermögenswerte erhöhten sich um 26,8 Mio. €. Im Geschäftsjahr wurden – neben einer Immobilie im Handel Deutschland – die Vermögenswerte der C & C Abholgroßmärkte Gesellschaft m.b.H., Wiener Neudorf (Österreich; im Weiteren kurz „AGM“), in den Posten umklassifiziert. Die im Vorjahr unter dem Posten ausgewiesenen Vermögenswerte des Bereichs „Getränkemärkte“ der REWE Markt GmbH, Köln, wurden in der Berichtsperiode veräußert. Die Liegenschaft in Kroatien blieb unverändert in dem Posten, während die Liegenschaft in Österreich nicht mehr als zur Veräußerung gehalten bilanziert wurde, da dies eine Auflage der österreichischen Bundeswettbewerbsbehörde (BWB) für die Veräußerung der Geschäftsanteile der AGM war.

### Passiva



Die Bilanz wies zum 31. Dezember 2021 ein Eigenkapital in Höhe von 8.619,8 Mio. € (Vorjahr: 7.555,0 Mio. €) aus; das entspricht einer Eigenkapitalquote von 24,5 Prozent (Vorjahr: 22,6 Prozent). Die Eigenkapitalrendite der fortgeführten Geschäftsbereiche betrug 10,5 Prozent (Vorjahr: 6,2 Prozent).

Die Gewinnrücklagen erhöhten sich um 843,3 Mio. € auf 7.148,3 Mio. €. Wesentlicher Bestandteil dieser Veränderung war das im Geschäftsjahr erwirtschaftete, den Anteilseignern des Mutterunternehmens zustehende Jahresergebnis in Höhe von 724,0 Mio. € (Vorjahr: 391,1 Mio. €), das ebenso zu einer Erhöhung der Gewinnrücklagen führte wie die Neubewertung leistungsorientierter Versorgungszusagen. Der Anstieg der übrigen Rücklagen um 172,1 Mio. € auf 40,7 Mio. € (Vorjahr: -131,4 Mio. €) resultierte überwiegend aus der Rücklage für Währungsumrechnung, zusätzlich erhöhte sich die Rücklage für Cashflow hedges.

Die Veränderung der langfristigen Schulden resultierte maßgeblich aus dem Anstieg der langfristigen sonstigen finanziellen Schulden (+252,7 Mio. €), denen eine Verminderung der langfristigen Schulden aus Leistungen an Arbeitnehmer (-133,5 Mio. €) gegenüberstand. Die Zunahme der langfristigen sonstigen finanziellen Schulden war maßgeblich bedingt durch einen Anstieg der Leasingsschulden insbesondere in den Geschäftsfeldern Handel Deutschland und Handel International. Zudem erhöhten sich die langfristigen Schulden aus sonstigen Darlehen im Geschäftsfeld Sonstige insbesondere dadurch, dass seit Mitte des Berichtsjahres auch langfristige Gelder bei der REWE

International Finance B.V., Venlo (Niederlande), angelegt werden konnten. Die Darlehen gegenüber assoziierten Unternehmen stiegen vor allem aufgrund zunehmender Geldanlagen der REWE-Kaufleute. Gegenläufig entwickelten sich die langfristigen Schulden gegenüber Kreditinstituten, da im Geschäftsjahr Tranchen von Schuldscheindarlehen vorzeitig getilgt wurden. Der Rückgang der langfristigen Schulden aus Leistungen an Arbeitnehmer ist im Wesentlichen verursacht durch eine Verminderung der langfristigen Pensionsrückstellungen aufgrund gestiegener Zinsen.

Die Schulden aus Lieferungen und Leistungen erhöhten sich stichtagsbedingt um 153,9 Mio. €.

Die kurzfristigen Schulden erhöhten sich maßgeblich durch den Anstieg der kurzfristigen finanziellen Schulden (+519,5 Mio. €) sowie der kurzfristigen sonstigen Schulden (+227,9 Mio. €). Die Erhöhung der kurzfristigen finanziellen Schulden resultierte hauptsächlich aus einem Anstieg der Schulden gegenüber Kreditinstituten, unter anderem bedingt durch die Inanspruchnahme von Kreditlinien und die Aufnahme von Immobilienkrediten. Außerdem erhöhten sich die Schulden gegenüber assoziierten Unternehmen und die kurzfristigen Leasingsschulden. Gegenläufig entwickelten sich in dem Posten die kurzfristigen Schulden aus sonstigen Darlehen gegenüber nahestehenden Personen im Geschäftsfeld Sonstige. Die Veränderung der kurzfristigen sonstigen Schulden resultierte maßgeblich aus dem Geschäftsfeld Touristik: Aufgrund eines wieder anziehenden Touristikgeschäfts erhöhten sich sowohl die erhaltenen Anzahlungen auf Bestellungen als auch die Schulden aus Reisevorleistungen. Gegenläufig entwickelten sich die laufenden Ertragsteuerschulden, die vornehmlich im Geschäftsfeld Sonstige sanken.

Die Schulden aus zur Veräußerung gehaltenen langfristigen Vermögenswerten und Veräußerungsgruppen erhöhten sich um 11,3 Mio. €. Im Geschäftsjahr wurden Schulden der AGM in den Posten umklassifiziert. Die im Vorjahr ausgewiesenen Schulden aus dem Bereich „Getränkemarkt“ der REWE Markt GmbH, Köln, sind mit dem Verkauf des Bereichs abgegangen.

Ferner bestanden zum Bilanzstichtag Eventualschulden in Höhe von 614,1 Mio. € (Vorjahr: 590,3 Mio. €), die im Wesentlichen Bürgschaften für Warenschulden beinhalten. Darüber hinaus wurden sonstige finanzielle Verpflichtungen in Höhe von 365,0 Mio. € (Vorjahr: 224,4 Mio. €) für Erwerbsverpflichtungen in Sachanlagen sowie in Höhe von 70,8 Mio. € (Vorjahr: 76,2 Mio. €) im Geschäftsfeld Touristik gegenüber Leistungsträgern eingegangen.

Wesentliche Ereignisse nach Ende der Berichtsperiode werden unter Punkt 43 „Ereignisse nach dem Bilanzstichtag“ im Konzernanhang beschrieben.

# Risiko- und Chancenbericht

## Stellenwert des Risikomanagements

Als international tätiger Handels- und Touristik-Konzern sind wir im Rahmen unserer Geschäftstätigkeiten den unterschiedlichsten Risiken mit zum Teil kurzen Reaktionszeiten ausgesetzt.

Risiken sind unsichere unternehmensexterne und -interne Einflussfaktoren, die Erfolgspotenziale (Vermögen, Erfolg und Liquidität) und/oder die Unternehmensreputation beeinträchtigen und damit die Realisierung geplanter Ziele verhindern oder drohen zu verhindern bzw. die weitere Geschäftsentwicklung negativ beeinflussen können. Chancen sind dagegen unternehmensexterne und -interne Einflussfaktoren, die Erfolgspotenziale (Vermögen, Erfolg und Liquidität) schaffen und damit die geplanten Ziele bzw. die weitere Geschäftsentwicklung positiv beeinflussen können.

Mit dem Einsatz eines konzernweiten und einheitlichen Risikomanagements begegnen wir diesem Gefahrenpotenzial und sichern nachhaltig unser Chancenpotenzial. Dabei verstehen wir Risikomanagement als einen kontinuierlichen Prozess, der als regelmäßiger Vorgang in unsere betrieblichen Abläufe fest integriert ist.

Für den Umgang mit Risiken gelten allgemein die wesentlichen vier Risikostrategien: Vermeidung, Verminderung, Transfer und Akzeptanz.

Alle Risiken unterliegen im Konzern einer Steuerungspflicht und werden soweit möglich durch operative Maßnahmen in ihrer Schadensauswirkung und Eintrittswahrscheinlichkeit begrenzt. Der Umfang des damit verbundenen Handlungsbedarfs und der Zeitpunkt für die Einleitung entsprechender Maßnahmen richten sich dabei nach der Dringlichkeit (mögliche Eintrittswahrscheinlichkeit) sowie dem Bedrohungspotenzial (mögliches Schadenspotenzial, ermittelt aus der monetären, reputativen und rechtlichen Auswirkung) des Risikos.

## Organisation des Risikomanagements

Die Rahmenbedingungen, Richtlinien und Prozesse für ein konzerneinheitliches Risikomanagement werden zentral durch den Bereich Konzern-Controlling in Abstimmung mit den Zentralbereichen Governance & Compliance und Betriebswirtschaft erarbeitet.

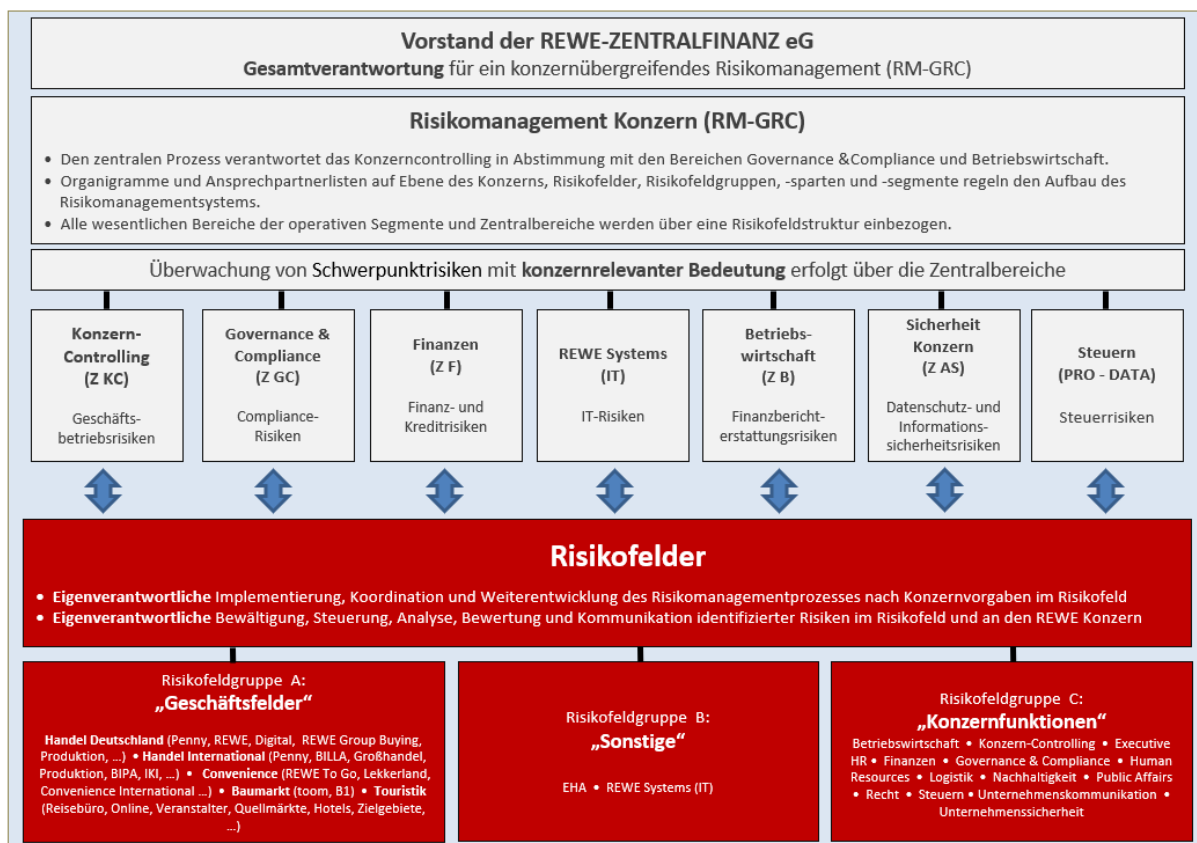
Der Aufbau und der Ablauf des operativen Risikomanagementprozesses werden im Rahmen vorgegebener Richtlinien des Konzerns über definierte Risikofelder in deren Eigenverantwortung dezentral organisiert.

Meldepflichtige Risiken werden in einer jährlichen Risikoinventur in unseren Risikofeldern von definierten Risikoverantwortlichen über einen Bottom-up-Ansatz identifiziert, klassifiziert, konzerneinheitlich bewertet und eigenverantwortlich gesteuert. Risiken, die zwischen den jeweiligen Risikoinventuren auftreten, sind bei wesentlichen Konzernauswirkungen über eine Ad-hoc-Meldung anzuzeigen.

Risiko-Checklisten in Form von Konzernempfehlungen werden von unseren Zentralbereichen erarbeitet und den Risikoverantwortlichen in den Risikofeldern regelmäßig zur Unterstützung ihrer Risikoidentifikation und -analyse im Vorfeld der jährlichen Risikoinventur zur Verfügung gestellt. Dies sichert die konzernweite Berücksichtigung zentralseitig gesehener möglicher Risikoereignisse. Die Risikoanalyse erstreckt sich auf einen Betrachtungszeitraum von drei Jahren, analog dem Zeitraum unserer Mittelfristplanung.

Risiken mit relevanter Bedeutung für den Konzern werden von ausgewählten Zentralbereichen aufgrund ihrer fachlichen Kompetenz kontrolliert und überwacht. Im Fokus stehen dabei neben operativen Geschäftsbetriebsrisiken mit wesentlichem Bedrohungspotenzial auch bedeutende Risiken aus den Kategorien: Compliance, Finanzen, IT, Finanzberichterstattung, Steuern, Datenschutz und Informationssicherheit. Risikoeinschätzungen werden anlassbezogen von den zentralen Fachbereichen mit den Risikoverantwortlichen in den Risikofeldern nach Beendigung der Risikoinventur und vor Erstellung des Risikoberichts diskutiert und abgestimmt.

Abbildung: Organisatorischer Aufbau des Risikomanagements der REWE-ZENTRALFINANZ eG



Jährlich werden Vorstand und Aufsichtsrat über die aktuelle Risikolage des Konzerns in standardisierter Form unterrichtet. Hierzu melden die Risikoverantwortlichen über Risikoinventuren begleitend zum Planungsprozess im November melderelevante Einzelrisiken aus den Risikofeldern an den Konzern. Risiken mit ähnlichen Inhalten und Ursachen werden dabei auf Ebene des Konzerns zu Risikoarten gruppiert und gemäß ihres Bedrohungspotenzials für unsere Geschäftstätigkeit,

Vermögens-, Finanz- und Ertragslage, Cashflows sowie unsere Reputation bezüglich der Konzernrelevanz aggregiert.

Chancen bewerten und steuern wir im Zuge unserer turnusmäßigen operativen und strategischen Planungen. Eine Saldierung von Chancen und Risiken auf Ebene des Konzerns findet nicht statt.

Darüber hinaus wurden verbindliche Regelungen getroffen, nach denen eine Ad-hoc-Berichterstattung zeitnah und auf direktem Wege an unsere operativ verantwortlichen Führungsgremien sowie an das zuständige Vorstandsressort und den Vorstandsvorsitzenden zu erfolgen hat. Die implementierten Vorgaben gelten für neu identifizierte, bedeutende Risiken sowie für bestehende Risiken mit wesentlichen Auswirkungen, Entwicklungsänderungen und hohen Eintrittswahrscheinlichkeiten in den Risikofeldern.

Unsere Konzernrevision begutachtet als Kontrollinstanz in regelmäßigen Abständen die Qualität und Funktionsfähigkeit unseres Risikomanagementsystems.

Das vorhandene Risikomanagementsystem unterliegt einem stetigen Weiterentwicklungs- und Optimierungsprozess, um sich den neuen internen und externen Veränderungen anpassen zu können. So wurden innerhalb des Geschäftsjahres weitere methodische Optimierungen umgesetzt: In diesem Zusammenhang sind insbesondere die Einführung der Dreiecksverteilung (Risiken werden in drei Szenarien bewertet: best case, most likely case, worst case), die Etablierung eines Risikotragfähigkeitskonzepts sowie die Berücksichtigung von Interdependenzen zu nennen.

Sämtliche Risiken klassifizieren wir nach einheitlichen Kriterien anhand quantitativer und qualitativer Maßstäbe. Bewertet wird zum einen das potenzielle Schadensausmaß, das negative Auswirkungen auf unsere Unternehmensziele beinhaltet. Die wesentliche Kennziffer ist hier das interne EBITA. Zum anderen beurteilen wir die Eintrittswahrscheinlichkeit. Dabei unterscheiden wir jeweils wie folgt:

Value at risk	Auswirkung	
≥ 100 Mio. €	Wesentlich	
≥ 75 und < 100 Mio. €	Hoch	
≥ 50 und < 75 Mio. €	Bedeutend	
≥ 20 und < 50 Mio. €	Mittel	
≥ 1 und < 20 Mio. €	Niedrig	
< 1 Mio. €	Unbedeutend	

Eintrittswahrscheinlichkeiten	Relative Häufigkeit	
	von	bis
Fast sicher	80%	<100%
Wahrscheinlich	50%	<80%
Gelegentlich	30%	<50%
Vorstellbar	10%	<30%
Selten	1%	<10%
Unwahrscheinlich	0%	<1%



## Darstellung der Risiken

Die Risikobewertung erfolgt auf der Basis von gegebenen bzw. realistisch erwartbaren Umständen. Die Veränderung des Risikoumfelds, die Einleitung von Maßnahmen und die Veränderung von Planungsansätzen führen dazu, dass sich das Risikoportfolio ändert. Aufgrund der umfassenden Überarbeitung des Risikomanagementsystems unter anderem in Bezug auf Detaillierung und Konkretisierung hat sich der Risikoatlas maßgeblich im Hinblick auf die Inhalte und/oder Bezeichnung von Risikoarten verändert: So wurden die einzelnen Risiken zu Datensicherheit und Informationssicherheit zusammengefasst, neu hinzugekommen im Vergleich zum Vorjahr sind die Risiken Energieversorgung und IT-Delivery; nicht mehr unter den Top-Risiken finden sich Personal, Rohstoffe, Preisentwicklung, Forderungsmanagement und Mitwettbewerber. Das Risiko Pandemie war im Vorjahr ein Teilrisiko der Risikoart Katastrophen.

Das Risikoportfolio der wesentlichen Risiken, die im Rahmen der jährlichen Risikoinventur gemeldet wurden, werden in der folgenden Tabelle dargestellt.

Risikoart	Besonderheit der relevanten Risiken	Value at risk	Eintrittswahrscheinlichkeit
Datensicherheit und Cyberkriminalität	Cyberangriffe und Datensicherheitsanforderungen	Wesentlich	Selten
Bewertungsrisiken	Bewertung und Impairment	Wesentlich	Selten
Pandemie	–	Wesentlich	Gelegentlich
Compliance	Kartellrecht	Wesentlich	Selten
IT-Delivery	Einführung IT-System	Bedeutend	Gelegentlich
Warenbeschaffung	Lieferkette	Bedeutend	Selten
Energieversorgung	Energiepreise	Bedeutend	Wahrscheinlich
Kundenmarketing	Werbeprozesse	Bedeutend	Selten

Auf die Risiken aus dem seit Februar andauernden Ukraine-Krieg gehen wir gesondert ein.

### *Datensicherheit und Cyberkriminalität*

Die von uns beobachtete Zunahme von Bedrohungen für die Cybersicherheit und eine größere Professionalität in der Computerkriminalität führen zu Risiken in Bezug auf die Sicherheit der Systeme und Netzwerke sowie zu Risiken hinsichtlich der Vertraulichkeit, Verfügbarkeit und Integrität von Daten. Risiken durch Hackerangriffe und vergleichbare Bedrohungen erhöhen sich massiv. Zu den Folgen zählen Betriebsunterbrechungen und Produktionsstopps, aber auch eine massive Beschädigung von Reputation und Image. Durch die Schaffung von Schutzmechanismen und Sicherheitsstandards sowie deren laufende Weiterentwicklung versuchen wir, das Risiko auf ein Mindestmaß zu reduzieren, da sich andernfalls erhebliche negative Auswirkungen auf das Unternehmensergebnis ergeben können.

### *Bewertungsrisiken*

Unerwartete Budget- oder Prognoseabweichungen sowie Veränderungen der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen können dazu führen, dass Vermögenswerte, wie Immobilien, Geschäfts- oder Firmenwerte sowie Nutzungsrechte, neu bewertet werden müssen. Dies kann die Ergebnisentwicklung des Konzerns wesentlich beeinflussen. Veränderungen der Input-Faktoren können durch Wertminderungen zu Belastungen führen. Der Vorstand strebt an, notwendige strategische Maßnahmen zur Reduzierung des Wertminderungsrisikos rechtzeitig zu treffen.

### *Pandemie*

Die Entstehung und Ausbreitung von Pandemien können starke wirtschaftliche Auswirkungen auf die Entwicklung der Konzernunternehmen haben. Einschränkungen im Produktions-, Handels- und Touristikbereich können sich auf die einzelnen Unternehmensbereiche unterschiedlich auswirken.

Die von der Coronapandemie betroffenen Länder verhängen zur Eindämmung eine Vielzahl von Maßnahmen und Restriktionen, die je nach Situationseinschätzung der jeweiligen Regierung in ihrer Intensität unterschiedlich ausfallen. Diese Differenzen können dazu führen, dass die Auswirkungen der Risiken der Coronapandemie durch die Einheiten in den Ländern unterschiedlich bewertet werden.

Im Geschäftsfeld Touristik können regionale Reisebeschränkungen und Reisewarnungen die Reise- und Urlaubsaktivitäten zum Erliegen bringen und somit die Ertragslage des Unternehmens wesentlich verschlechtern. Aufgrund der aktuell anhaltenden Coronapandemie besteht eine hohe Unsicherheit über die Intensität und Länge der zukünftigen Einschränkungen und die damit einhergehenden Ertragsverluste. Entwicklungen und Maßnahmen, die über die bereits prognostizierten Einflüsse hinausgehen, können zusätzlich einen negativen Einfluss auf die Ergebnisentwicklung haben.

In den Geschäftsfeldern der Handelsbereiche können nicht prognostizierte staatlich verordnete Marktschließungen bzw. Verkaufseinschränkungen zu Umsatz- und Ertragsverlusten führen. Ausfälle von Lieferanten und Dienstleistern können die Lieferfähigkeit von Produkten und Leistungen stark einschränken und somit negativ auf die Leistungs- und Ertragskraft des Unternehmens wirken.

Positiv können sich durch Einschränkungen verursachte Veränderungen des Käuferverhaltens auswirken. So kann der Lebensmittelhandel von der Verringerung des „Out-of-Home-Konsums“ sowie dem „One-Stop-Shopping“ profitieren.

Durch ständige Beobachtung der aktuellen Entwicklung, Einhaltung und Weiterentwicklung der vorgegebenen Maßnahmen und ein gutes Krisenmanagement können die Auswirkungen gemildert, aber nicht verhindert werden. Intensive Analysen und Bewertungen der aktuellen Lage helfen uns bei zukünftigen Simulationen, die Auswirkungen besser bewerten und Entscheidungen schneller und mit höherer Qualität treffen zu können. Auf Basis von effizienten und flexiblen Prozessen und Strukturen können wir besser auf Veränderungen reagieren und somit den Auswirkungen des Ertragsverlustes entgegenwirken.

### *Compliance*

Für den Konzern als international tätiges Unternehmen bestehen grundsätzlich Compliance-Risiken im Hinblick auf Wettbewerbsbestimmungen, sodass Verfahren durch Wettbewerbsbehörden eingeleitet werden können. Entsprechende Verfahren wären mit einem Reputationsverlust verbunden, können zum Erlass von hohen Bußgeldern führen und dann zusätzlich Ersatzansprüche von Dritten nach sich ziehen.

Ferner bestehen Korruptions- und Bestechungsrisiken darin, dass Organe oder Mitarbeiter:innen des Konzerns gegen Gesetze oder interne Regelungen verstoßen und in der Folge der Konzern Vermögens- und Imageschäden erleidet.

Zur Sicherstellung der Einhaltung von gesetzlichen und unternehmensinternen Vorgaben verfügt der Konzern seit 2010 über ein Compliance-Management-System (CMS). Das CMS umfasst insbesondere präventive Maßnahmen zur Vermeidung von Compliance-Verstößen mit dem Fokus auf Kartell- und Korruptionsrisiken und wird fortlaufend weiterentwickelt. Die dezentral strukturierte Compliance-Organisation verfügt auf Holdingebene durch den bei der RZF angesiedelten Zentralbereich Compliance über einen unmittelbaren Berichtsweg zum Vorstandsvorsitzenden der RZF.

Auf den REWE-internen Mitarbeiterplattformen stehen den Mitarbeiter:innen weiterhin wesentliche Compliance-Informationen verständlich und aktuell zur Verfügung. Dort wird auch das Hinweismanagementsystem des Konzerns vorgestellt und werden verschiedene Kontaktdaten für eine Hinweismeldung veröffentlicht. Wesentliche Informationen zum CMS sowie der Verhaltenskodex sind darüber hinaus auch auf den Internetseiten der REWE Group verfügbar.

#### *IT-Delivery*

Wir verfügen über immer leistungsfähigere IT-Systeme, die wir beständig ausbauen und modernisieren. Durch die Einführung bzw. Ablösung zentraler IT-Systeme können Ausfälle der aktuellen und zukünftigen technischen Infrastruktur nicht vollständig ausgeschlossen werden und im Einzelfall bei Ausfall von Kassen- und Warenwirtschaftssystemen zu einem Umsatzausfall führen.

#### *Warenbeschaffung*

Die Lieferketten von Waren und Dienstleistungen sind in einem Handels- und Touristikunternehmen von grundsätzlicher Bedeutung. Im Handelsgeschäft hat die Rohstoffpreisentwicklung einen wesentlichen Einfluss auf die Einkaufspreise der Handelswaren. Steigende Preise können zu Ertragsverlusten führen, da die Erfahrungen aus der Vergangenheit gezeigt haben, dass steigende Kosten nicht immer über Preisanpassungen an unsere Kund:innen weitergegeben werden können. Demgegenüber können sinkende Rohstoffpreise zu einer Verbesserung der Roherträge führen.

Auftretende Engpässe in der Beschaffungslogistik können dazu führen, dass Waren nicht rechtzeitig geliefert werden, was zur Folge hat, dass Waren nicht verkauft und Umsätze nicht realisiert werden können.

Auf unseren weltweiten Beschaffungsmärkten achten wir bei der Auswahl unserer Lieferanten sehr genau auf die Einhaltung sozialer Standards und Rahmenbedingungen. Trotz strenger Vorgaben und regelmäßiger Kontrollen können wir nicht zu 100 Prozent sicherstellen, dass alle Regeln durch unsere Lieferanten zu jeder Zeit eingehalten werden. Daher besteht das Risiko, dass Verstöße unserer Lieferanten auch uns einen Imageschaden zufügen können.

#### *Energieversorgung*

Die Einkaufspreise von Energie können aufgrund von Marktbedingungen oder der Gesetzgebung erheblichen Schwankungen unterliegen. Dauerhaft stark ansteigende Energiepreise können die Ergebnisentwicklung des Konzerns wesentlich beeinflussen. Die Erfahrungen aus der Vergangenheit haben gezeigt, dass steigende Kosten zu Ertragsverlusten führen können, da sie nicht immer über Preisanpassungen an unsere Kunden weitergegeben werden können.

Das Risiko schwankender Energiekosten minimieren wir über die konzerneigene -EHA- Energie-

Handels-Gesellschaft mbH & Co. KG, Hamburg, die eine an der Marktentwicklung ausgerichtete kurz- und mittelfristige Beschaffungsstrategie verfolgt und somit auf Marktveränderungen schnell reagieren kann.

### *Kundenmarketing*

Im Bereich des Kundenmarketings entstehen vor allem Risiken bei der Verbreitung und Verteilung der Kunden- und Produktinformation. Störungen im Informationsprozess sowie verzögerte oder falsche Kundeninformationen haben wesentlichen Einfluss auf die Umsatz- und Ertragsentwicklung. Die Verteilung der Aufgaben auf mehrere Lieferanten und Dienstleister soll das Risiko einer Abhängigkeit sowie wesentlicher Kommunikationsstörungen verringern.

### *Ukraine-Krieg*

Der in der Ukraine durch Russland geführte Krieg kann sich negativ auf die wirtschaftliche Entwicklung des RZF Konzerns auswirken. Als Folgen können sich erhöhte Kosten für Warenbezug und Energie, Störungen in der Lieferkette, knappe und verteuerte Logistikkapazitäten, erhöhte operative Kosten infolge der Inflation und ein steigender Druck auf Refinanzierungskosten ergeben. Der Preisauftrieb in unseren Kernmärkten wird voraussichtlich für unsere Kund:innen in allen Versorgungsbereichen spürbar werden. Negative Auswirkungen sind deshalb insbesondere auf das Geschäftsfeld Baumarkt und noch mehr auf das Geschäftsfeld Touristik möglich. Auch ein aufgrund der höheren Inflation angepasstes Einkaufs- und Konsumverhalten sowie Auswirkungen auf den Arbeitsmarkt infolge einer negativen gesamtwirtschaftlichen Entwicklung können sich ungünstig auf die Prognose für das Geschäftsjahr 2022 des Konzerns hinsichtlich Umsatz und internes EBITA auswirken.

Wir gehen davon aus, dass mögliche massive Auswirkungen des Kriegs in der Ukraine auf Warenbeschaffungs- und Vertriebskosten von den Händlern nicht ohne Preisanpassungen allein getragen werden. Die jüngsten Entwicklungen im Jahr 2022 bestätigen bereits, dass Verkaufspreisanpassungen durch Handelsunternehmen umgesetzt werden, um Kostensteigerungen zu kompensieren.

## Darstellung der Chancen

### *Markt und Kund:innen*

Der Konzern ist in den Ländern West-, Süd- und Osteuropas mit erfolgreichen Marken und Vertriebsstrategien vertreten. Durch die Weiterentwicklung innovativer Vertriebskonzepte sowie die konsequente Ausrichtung des Handels auf die Bedürfnisse der Kund:innen kann der Konzern seine Chancen im Markt nutzen.

Hierbei stehen die Kund:innen im Mittelpunkt des Handelns. Durch den Fokus der Sortimente auf regionale und nachhaltige Produkte sieht sich der Konzern in einer Vorreiterrolle im Lebensmittelhandel, die zu einer deutlichen Differenzierung von den Wettbewerbern führt.

Im internationalen Geschäft steht der Konzern im Handel für Marken wie BILLA, BIPA, PENNY und IKI, die einen hohen Bekanntheitsgrad haben. Unsere Stärke ist ein landesspezifisches und innovatives Sortiment, das es ständig zu verbessern und auszubauen gilt. Verbesserungen im

Bereich Qualität und Frische stehen im Fokus und sollen durch eine positive Kundenwahrnehmung unsere Position im Wettbewerb verbessern.

Durch das 2020 neu hinzugekommene Geschäftsfeld Convenience hat der Konzern seine Aktivitäten auf das Food-Service-Geschäft ausgeweitet. Mit den starken Marken Lekkerland, Conway und REWE To Go hat der Konzern ein Portfolio, um national und international die Food-Service-Kunden mit Convenience-Sortimenten und -Dienstleistungen optimal zu versorgen und mit innovativen Konzepten zu unterstützen.

Investitionen in ein modernes und flächendeckendes Filialnetz und die Fokussierung auf starke Marken und Vertriebskonzepte verstärken unsere Chancen, unseren Marktanteil zu verbessern.

Durch den verstärkten Ausbau unseres Touristikgeschäfts können wir unsere starke Position im europäischen Markt behaupten. Der Ausbau der Wertschöpfungskette und die Expansion in weitere Quellmärkte führen zu zusätzlichen Wertbeiträgen und erhöhen das Potenzial, Chancen im Markt zu realisieren.

Durch den weiteren Ausbau unserer Onlineaktivitäten wollen wir weiterhin die Chancen nutzen, vom Wachstum des Onlinehandels bzw. Onlinegeschäfts zu profitieren. Gleichzeitig können wir unsere Marktposition durch eine sinnvolle Verknüpfung unserer starken stationären Handelsaktivitäten und Dienstleistungsaktivitäten in der Touristik weiter ausbauen.

Durch die Stärkung unserer Geschäftsmodelle werden wir unsere Chancen nutzen, um weiteres stetiges Wachstum zu generieren und Synergien zu nutzen.

#### *Preise*

Der vorherrschende starke Wettbewerb im Lebensmittelhandel und die anhaltenden Preiskämpfe sowie die verstärkte Markenartikellistung im Discountbereich belasten die Margen des Lebensmittelhandels stark. Sollten die Preiskämpfe und der Wettbewerbsdruck abnehmen bzw. sich entspannen, kann dies zu steigenden Umsätzen und Margen und somit zu einer positiven Entwicklung der Roherträge führen.

Der Erfolg unserer Handelsunternehmen ist in erheblichem Maße von den Einkaufspreisen abhängig. Um den wachsenden Herausforderungen des Wettbewerbs im Handel und der zunehmenden Internationalisierung des Lebensmitteleinzelhandels gerecht zu werden, haben wir in der Vergangenheit eine Einkaufsgesellschaft mit E.Leclerc in Brüssel gegründet.

Weiterhin besteht mit weiteren europäischen Handelsunternehmen die strategische Allianz COOPERNIC. Durch den gemeinsamen Einkauf und die Konditionsverhandlungen können wir dem Risiko der Einkaufspreisvolatilität entgegenwirken und internationale Einkaufspotenziale heben.

#### *Kosten*

Kontinuierliche Prozess- und Kostenoptimierungen führen zu Produktivitätsverbesserungen, die sich positiv auf die Kosten und somit auf das Ergebnis auswirken.

## Zusammenfassende Darstellung der Risikolage

Der Vorstand und Aufsichtsrat der RZF werden regelmäßig über die Risikosituation des

Unternehmens informiert. Für die Beurteilung der gegenwärtigen Risikosituation haben wir die Risiken mithilfe moderner Simulationsverfahren (Monte-Carlo-Simulation) bewertet und aggregiert.

Der Konzern stellt unter Berücksichtigung von Interdependenzen innerhalb seines Risikoportfolios sicher, dass die in das Risikotragfähigkeitskonzept aufgenommenen Risiken durch das Risikodeckungspotenzial laufend abgedeckt sind und damit die Risikotragfähigkeit jederzeit gegeben ist.

Insgesamt sind keine Risiken, weder einzeln noch in ihrer Gesamtheit, erkennbar, deren Eintritt in den nächsten zwölf Monaten den Fortbestand des Konzerns gefährden könnte.

# Prognosebericht

## 1. Künftige gesamtwirtschaftliche Entwicklung

Im Folgenden wird auf die Prognose der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen der für den Konzern wesentlichen Wirtschaftsräume eingegangen:

### Prognose der Wirtschaftsdaten der konzernrelevanten Länder

in Prozent <sup>1</sup>	BIP	
	2021	2022e
<b>Welt<sup>2</sup></b>	<b>5,8</b>	3,5
<b>Euroraum</b>	<b>5,3</b>	3,3
davon Deutschland	2,9	2,9
davon Österreich	4,6	3,6
<b>MOE-Länder<sup>3</sup></b>	<b>5,4</b>	3,6

Quellen: Gemeinschaftsdiagnose (Frühjahr 2022)

<sup>1</sup> BIP-Veränderung gegenüber dem Vorjahr in Prozent

<sup>2</sup> beinhaltet Länder und Ländergruppen aus Europa, Amerika und Asien

<sup>3</sup> mittel- und osteuropäische Länder

Am 24. Februar 2022 hat Russland einen Angriffskrieg gegen die Ukraine begonnen. Der Krieg und die umfangreichen Sanktionen gegen Russland fügen der Weltwirtschaft einen erheblichen Schaden zu: Wurde vor Kriegsausbruch aufgrund der erwarteten Entspannung der Coronalage noch mit einem Wirtschaftswachstum von 4,2 Prozent gerechnet, geht man nun davon aus, dass die Weltkonjunktur einen Anstieg von 3,5 Prozent erreichen wird. Die Preise für fossile Brennstoffe und Industriemetalle, für die die Ukraine und Russland Hauptlieferanten auf dem Weltmarkt sind, sind stark gestiegen. Auch die Nahrungsmittelpreise haben sich deutlich erhöht, da die Ausfuhr von Getreide und Düngemitteln aus der Ukraine und Russland rückläufig ist. Zudem verstärken der Krieg und die von der Weltgemeinschaft verhängten Sanktionen die ohnehin strapazierten Lieferketten. Wegen der geografischen Nähe und der stärkeren Verflechtung mit Russland und der Ukraine sind die europäischen Volkswirtschaften, vor allem die in Mittel- und Osteuropa, besonders betroffen. Kritisch ist für viele EU-Länder die hohe Abhängigkeit von russischem Erdgas. Zudem stehen sie vor der Aufgabe, Millionen ukrainischer Flüchtlinge aufzunehmen. Der starke Anstieg der Rohstoffpreise trägt dazu bei, dass die Inflation weltweit hoch bleiben wird. Allerdings gehen die Institute in ihrem Basisszenario davon aus, dass die Rohstoffexporte Russlands in die Europäische Union nicht gestoppt werden und insbesondere Rationierungen des Gasverbrauchs in Europa vermieden werden können. Wenn es zu einem Gaslieferstopp käme, wäre eine deutliche Verschlechterung der wirtschaftlichen Entwicklung zu erwarten. Positiv auf die internationale Konjunktur wirkt sich aus, dass die Coronapandemie die wirtschaftlichen Aktivitäten außerhalb Chinas immer weniger belastet, nicht zuletzt, weil sich mit Omikron eine für Geimpfte und Genesene weniger gefährliche Variante durchgesetzt hat. Die Maßnahmen zur Eindämmung der Pandemie sind in den meisten Ländern weitgehend aufgehoben worden. Allein die damit verbundene Normalisierung des Konsumverhaltens dürfte der Konjunktur einen kräftigen Schub verleihen. Die Erholung der Weltwirtschaft von den

Folgen der Pandemie wird nun aber durch den Krieg in der Ukraine und seine wirtschaftlichen Folgen gebremst.

Für den Euroraum, für den vor Ausbruch des Ukraine-Kriegs ein Anstieg der Wirtschaftsleistung von 4,6 Prozent prognostiziert wurde, wird nun ein Wirtschaftswachstum von 3,3 Prozent erwartet. Der Krieg in der Ukraine trifft die europäische Wirtschaft in einer Phase, in der sie sich von der Coronakrise erholt. In dem Maße, wie die wirtschaftliche Aktivität nicht länger durch Infektionsschutzmaßnahmen beeinträchtigt wird, wäre eine kräftige Zunahme der wirtschaftlichen Aktivität zu erwarten. Dies wird nun durch den Anstieg der Öl- und Gaspreise, den einbrechenden Handel mit Russland und der Ukraine sowie einen allgemeinen Anstieg der Unsicherheit gebremst. Die Spannungen und die gegen Russland verhängten Sanktionen werden insbesondere in den osteuropäischen EU-Mitgliedsländern den Warenhandel dämpfen. Die stark anziehenden Energiepreise belasten die real verfügbaren Einkommen der Haushalte deutlich. Trotzdem wird davon ausgegangen, dass neben dem privaten Konsum – auch bedingt durch die hohe Sparquote – zunehmende Investitionen die wirtschaftliche Entwicklung stützen werden, und zwar angesichts anhaltend günstiger Finanzierungsbedingungen, aufgrund unterbliebener Investitionen während der Coronapandemie und als Folge der zunehmenden Investitionshilfen aus dem NextGenerationEU-Programm (im Weiteren kurz: NGEU). Zudem dürfte im Jahresverlauf insbesondere der Dienstleistungshandel kräftig zulegen, wenn die Restriktionen im Tourismus fast vollständig entfallen.

In Deutschland wird nach Ausbruch des Ukraine-Kriegs ein Wirtschaftswachstum von 2,9 Prozent erwartet – vor Ausbruch war man noch davon ausgegangen, dass 2022 die Beeinträchtigung der Konjunktur durch Pandemie und Lieferengpässe nach und nach zurückgehen würde und ein Wachstum des Bruttoinlandsprodukts von 5,1 Prozent erreicht werden könnte. Die abflauende Coronapandemie geht isoliert betrachtet mit einer kräftigen Erholung der Wirtschaftsleistung einher – insbesondere in kontaktintensiven Dienstleistungsbereichen werden der Wegfall von Infektionsschutzmaßnahmen sowie die in den privaten Haushalten gebildeten Ersparnisse dazu führen, dass diese wieder vermehrt in Anspruch genommen werden. Das Verarbeitende Gewerbe und die Industrieproduktion, die beide hohe Auftragseingänge verzeichnen, haben weiterhin mit Lieferengpässen, die bereits vor dem Ausbruch des Ukraine-Kriegs bestanden, zu kämpfen. Die ab dem Frühjahr ursprünglich erwartete Überwindung der Folgen der Coronapandemie wird durch den Kriegsausbruch deutlich gebremst. Die Unsicherheit bezüglich der Rohstoffversorgung insbesondere bei Energierohstoffen hat den Preisauftrieb weiter angefacht. Die Inflationsrate wird gemäß der Prognose mit 6,1 Prozent den stärksten Anstieg seit 40 Jahren verzeichnen.

In Österreich wurde vor Ausbruch des Ukraine-Kriegs damit gerechnet, dass sich der wirtschaftliche Aufschwung in den kommenden Monaten fortsetzen würde, die Prognose des Bruttoinlandsprodukts belief sich auf ein Wachstum von 4,5 Prozent. Die aktuelle Prognose sieht ein Wirtschaftswachstum von 3,6 Prozent vor. Die Lockerung der Pandemiemaßnahmen und eine leichte Entspannung der Lieferprobleme haben der österreichischen Wirtschaft mehr Rückenwind verliehen und den Konjunkturoptimismus gegenüber dem Jahreswechsel erhöht. Mit der Eskalation in der Ukraine haben sich die Rahmenbedingungen jedoch verändert. Die Erholung der österreichischen Wirtschaft wird sich spürbar verlangsamen: Zum einen beeinträchtigen die Russland-Sanktionen direkt den Außenhandel, vor allem aber werden die höheren Energiepreise indirekt über Einkommens- und Gewinneinbußen die Nachfrage abschwächen.



Für die mittel- und osteuropäischen Länder wird nach Ausbruch des Ukraine-Kriegs ein Wachstum der Wirtschaftsleistung von 3,6 Prozent erwartet, während für den Prognosezeitraum vor Ausbruch des Kriegs ein Anstieg des Bruttoinlandsprodukts von 4,7 Prozent erwartet wurde. Vor Ausbruch des Kriegs standen die Chancen für eine fortgesetzte deutliche Erholung von der Coronakrise gut. Die Situation in der Ukraine dämpft die Dynamik in den Ländern durch die Auswirkungen des Kriegs auf Außenhandel und Finanzmärkte bedingt durch anhaltende Lieferengpässe und höhere Energiepreise, mit den entsprechenden Konsequenzen auf die Inflationsrate (Prognose: 8,3 Prozent). Stützend sollten sich die Auszahlung von verbliebenen Fördermitteln aus dem EU-Finanzrahmen 2014 bis 2020 und von Mitteln des EU-Haushalts 2021 bis 2027 sowie Zahlungen im Rahmen des NGEU-Programms auf die Wirtschaft auswirken.

## 2. Erwartete Entwicklung von Umsatz, internem EBITA und Nettoverschuldung

Die Prognose basiert auf dem bis zum 29. April 2022 erlangten Kenntnisstand. Die im Risiko- und Chancenbericht dargestellten Risiken und Chancen können zu einer Abweichung zwischen der Prognose und den Werten, die am Jahresende tatsächlich erreicht werden, führen. Weiterhin können sich Abweichungen aus den für die gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen vorgenommenen Annahmen ergeben.

Eine Quantifizierung möglicher Auswirkungen des Kriegs in der Ukraine auf die Prognose ist zum jetzigen Zeitpunkt nicht möglich. Mögliche Auswirkungen werden laufend überwacht; bis zum Zeitpunkt der Aufstellung des Konzern-Lageberichts haben sich keine wesentlichen Auswirkungen auf den Geschäftsverlauf im Jahr 2022 im Vergleich zur Prognose ergeben.

Die Annahmen zu den Auswirkungen der anhaltenden Coronapandemie haben wir in den nachfolgenden Ausführungen berücksichtigt; mögliche Abweichungen sind im Risikobericht aufgeführt.

Für die bedeutsamsten finanziellen Leistungsindikatoren Umsatz und internes EBITA ergeben sich folgende Prognosen:

### **Handel Deutschland**

Für die Sparte REWE stehen im Geschäftsjahr 2022 weiterhin die Stärkung der Preis- und Leistungswahrnehmung im stationären Geschäft, die Weiterentwicklung des Online-Handels sowie die Stärkung der Kaufleute im Vordergrund. Investitionen in das bestehende Ladennetz und in die Logistik sowie die verstärkte Investition in die Expansion sichern langfristig die Zukunftsfähigkeit des Unternehmens.

Aufgrund einer im laufenden Jahr zu erwartenden Entspannung der Auswirkungen der Coronapandemie und der daraus resultierenden weiteren Steigerung des Außer-Haus-Konsums erwarten wir nur leicht steigende Umsätze. Aufgrund stark steigender Preise bei Energie, Bau- und Transportkosten gehen wir trotz steigender Umsätze für 2022 von einem im Vergleich zum Vorjahr

signifikant abnehmenden internen EBITA aus, das sich im Vorjahr aufgrund der Coronapandemie sehr überdurchschnittlich darstellte.

Für die Sparte PENNY planen wir für 2022 im Vergleich zum Vorjahr leicht steigende Umsätze. Wir gehen weiterhin von einem positiven internen EBITA aus, das gegenüber dem Vorjahr – das durch eine überdurchschnittliche Entwicklung während der Coronapandemie geprägt war – signifikant abnehmen wird. Maßgeblich hierfür sind die verstärkte Wettbewerbsentwicklung im Discountbereich, Maßnahmen in den bestehenden Standorten zur Verbesserung der Kundenwahrnehmung sowie eine zum Teil sehr starke Preisentwicklung bei den Kosten.

### **Handel International**

In der Sparte Vollsortiment Österreich erwarten wir solide steigende Umsätze. Durch verstärkte Aktivitäten in die Preis- und Leistungswahrnehmung sowie durch die 2021 vorgenommene Umstellung der Einmarkenstrategie von MERKUR auf BILLA PLUS in Österreich planen wir in der Sparte ein signifikant wachsendes, über dem Vorjahr liegendes internes EBITA.

Auch in der Sparte Vollsortiment CEE erwarten wir aufgrund verstärkter Aktivitäten in die Preis- und Leistungswahrnehmung sowie der Forcierung der Expansionsaktivitäten ein deutliches Wachstum der Umsätze. Insgesamt erwarten wir für 2022 ein gegenüber dem Vorjahr signifikant abnehmendes internes EBITA.

In der Sparte PENNY International wird ein deutliches Umsatzwachstum gegenüber 2021 erwartet. Dies ist vor allem auf die positive Entwicklung bestehender Märkte und auf die weitere Expansion – vor allem in Rumänien – zurückzuführen. Die positive Umsatzentwicklung wirkt sich zudem positiv auf die Ertragslage aus, wird aber durch Kostensteigerungen kompensiert. Insgesamt planen wir für das Jahr 2022 ein leicht wachsendes internes EBITA.

### **Convenience**

Im Geschäftsfeld Convenience gehen wir im Verlauf des Jahres 2022 von einer Normalisierung der Geschäftsentwicklung aus. Wir erwarten aufgrund eines verstärkten Außer-Haus-Konsums steigende Food-Umsätze und Tabakumsätze, die weiterhin auf einem hohen Niveau verbleiben. Dies führt zu einer Normalisierung des Sortimentmixes und insgesamt zu einem Umsatz leicht über dem Vorjahresniveau. Insgesamt erwarten wir aber für 2022 aufgrund von Kostensteigerungen ein signifikant unter dem Vorjahr liegendes internes EBITA.

### **Touristik**

Die Entwicklung der Tourismusbranche wird auch weiter von den Auswirkungen der Coronakrise abhängen. Wir gehen davon aus, dass die Buchungszahlen im Laufe des Jahres zwar steigen und über dem Niveau von 2021 liegen werden, aber noch nicht das Buchungsniveau von 2019 erreichen werden.

Im Geschäftsfeld Touristik erwarten wir in allen Quellmärkten und den Zielgebieten signifikant ansteigende Umsätze und interne EBITAs insbesondere bedingt durch die budgetierten positiven Entwicklungen in den Sparten Touristik Zentraleuropa und Touristik Nordeuropa.

### **Baumarkt**

Für 2022 erwarten wir – im Gegensatz zu 2021, als Baumärkte zu Beginn des Jahres durch staatlich verordnete Marktschließungen starke Umsatz- und Ergebniseinbußen verkraften mussten – keine wesentlichen coronabedingten Einschränkungen. Aus diesem Grund planen wir für das Geschäftsfeld Baumarkt ein deutliches Umsatzwachstum. Aufgrund zum Teil starker Preiserhöhungen in den Kostenpositionen erwarten wir für das Geschäftsfeld Baumarkt ein leicht abnehmendes internes EBITA.

## Gesamtaussage der Unternehmensleitung zur Entwicklung von Umsatz, internem EBITA und Nettoverschuldung

Insgesamt gehen wir im Konzern für 2022 von deutlich steigenden Umsätzen im Vergleich zum Vorjahr aus. Dabei tragen alle Geschäftsfelder zu der positiven Entwicklung bei, vor allem aber die erwartete Erholung im Geschäftsfeld Touristik unterstützt die positive Entwicklung maßgeblich.

Aufgrund des Preis- und Wettbewerbsdrucks sowie sehr starker Kostensteigerungen erwarten wir hingegen ein signifikant vermindertes internes EBITA im Vergleich zum Vorjahr.

Die Nettoverschuldung wird bis zum Jahresende 2022 maßgeblich aufgrund der hohen Investitionen sowie hoher Steuerzahlungen bedingt durch das positive Ergebnis des Geschäftsjahres 2021 geringfügig anwachsen. Der Konzern verfügt über ausreichende Kreditlinien, um im Prognosezeitraum Zahlungssicherheit zu gewährleisten.

Köln, den 29. April 2022