

PRESSEMITTEILUNG

DOUGLAS im ersten Quartal 2021/22 mit deutlichem Umsatz- und Ergebnisplus

- Signifikantes Umsatzwachstum im ersten Quartal (Oktober bis Dezember 2021) von 16,8 Prozent auf vergleichbarer Fläche
- Wachstum von 10,9 Prozent gegenüber Vor-Corona-Quartal auf vergleichbarer Fläche (Q1 2019/20)
- Filialgeschäft steigert Quartalsumsatz im Vorjahresvergleich um 27,8 Prozent auf 866 Millionen Euro auf vergleichbarer Fläche
- E-Commerce-Umsatzwachstum von 75,4 Prozent gegenüber Vor-Corona-Quartal (2019/20), mit +1,0 Prozent vs. Vorjahresquartal weiter auf hohem Niveau
- Operatives Konzernergebnis (bereinigtes EBITDA) verbessert sich um 11,6 Prozent auf 191 Millionen Euro dank guter Umsatzentwicklung und striktem Kostenmanagement
- DOUGLAS erschließt sich wachstumsstarken Gesundheitsmarkt mit der Übernahme der Online-Apotheke Disapo B.V.
- Tina Müller, DOUGLAS Group CEO: „Die guten Ergebnisse in dem für uns so wichtigen Weihnachtsquartal belegen eindrucksvoll die Stärke unseres Geschäftsmodells.“

Düsseldorf, 17. Februar 2022. DOUGLAS verzeichnet für das erste Quartal des Geschäftsjahres 2021/22 (Okt. bis Dez. 2021) eine deutliche Umsatz- und Ergebnissteigerung. Während das Filialgeschäft signifikant an Dynamik gewonnen hat, ist es gelungen, im E-Commerce das hohe Umsatzniveau des Vorjahres noch leicht auszubauen. Gegenüber dem Vor-Corona-Quartal (2019/20) wuchs der Online-Umsatz um 75,4 Prozent.

Europas führender Premium-Beauty-Konzern hat im ersten Quartal den Umsatz auf vergleichbarer Fläche um 16,8 Prozent auf 1,3 Milliarden Euro gesteigert. Damit liegt der Umsatz 10,9 Prozent über dem Niveau von vor der COVID-19-Pandemie (2019/20, auf vergleichbarer Fläche). Der Umsatz im Filialgeschäft hat auf vergleichbarer Fläche um 27,8 Prozent auf 866 Millionen Euro zugelegt. Im E-Commerce ist der Umsatz um 1,0 Prozent auf 437 Millionen Euro gestiegen. Alle Regionen haben zur guten Umsatzentwicklung im ersten Quartal beigetragen, insbesondere Frankreich und Südosteuropa. Allein das spanische Geschäft bleibt weiterhin herausfordernd.

DOUGLAS

„Die guten Ergebnisse in dem für uns so wichtigen Weihnachtsquartal belegen eindrucksvoll die Stärke unseres Geschäftsmodells“, sagte Tina Müller, DOUGLAS Group CEO. „Das Filialgeschäft verzeichnet nach den langen Lockdowns eine deutliche und spürbare Belebung. Gleichzeitig ist es uns gelungen, das hohe Umsatzniveau im E-Commerce leicht auszubauen. Mit der strategischen Übernahme der Online-Apotheke disapo.de erschließen wir uns neue Wachstumsmärkte und positionieren DOUGLAS so als umfassende Beauty- und Health-Plattform in Europa.“

Das operative Konzernergebnis (bereinigtes EBITDA) ist im ersten Quartal um 11,6 Prozent auf 191 Millionen Euro gestiegen. Neben dem Umsatzplus ist dies insbesondere dem andauernd strikten Kostenmanagement und den Einsparungen aus dem Store Optimization Program (SOP) zu verdanken. Die EBITDA-Marge lag zugleich bei sehr guten 14,6 Prozent und damit konstant zum Vorjahresquartal.

E-Commerce: Attraktivität des Angebots überzeugt

Trotz wiedereröffneter Filialen ist es im vergangenen Quartal gelungen, die Umsätze im E-Commerce mit 437 Millionen Euro auf hohem Niveau leicht zu erhöhen. Der Umsatzanteil lag bei 33,5 Prozent. Zudem hat DOUGLAS die relevanten E-Commerce-Kennziffern weiter verbessert. So ist gruppenweit der durchschnittliche Wert eines Warenkorb auf 67,50 Euro gestiegen (i. Vgl. zum Vorjahresquartal). Der Anteil der über Mobilgeräte erzielten Umsätze am gesamten E-Commerce-Umsatz hat um 4,1 Prozentpunkte auf 65,1 Prozent zugelegt.

Zugleich hat DOUGLAS seine starke Marktposition im E-Commerce im vergangenen Kalenderjahr weiter ausgebaut. So ist der Marktanteil in Deutschland um 1 Prozentpunkt und in Frankreich um 1,6 Prozentpunkte gestiegen.

„Wir profitieren von der konsequenten Digitalisierung unseres Geschäftsmodells in den vergangenen Jahren“, sagte Vanessa Stützle, Chief Digital Officer DOUGLAS Group. „So haben wir unsere Marktanteile in den letzten 12 Monaten in wichtigen Kernländern weiter ausgebaut und im Weihnachtsquartal ein Umsatzwachstum von über 75 Prozent im Vergleich zu vor COVID-19 erzielt. Gleichzeitig haben wir die Effizienz im Online-Geschäft nochmals gesteigert. Wir werden unser Online-Angebot kontinuierlich weiterentwickeln und damit unsere führende Rolle im Markt festigen.“

DOUGLAS erschließt sich Online-Gesundheitsmarkt

Mit dem Erwerb der niederländischen Online-Versandapotheke Disapo B.V. erschließt sich DOUGLAS zudem einen bedeutenden Wachstumsmarkt und erweitert sein Portfolio an Gesundheitsprodukten. Die disapo.de Apotheke B.V. aus Heerlen (NL) zählt zu den wachstumsstarken Anbietern im Online-Apothekengeschäft. „Die Märkte für Schönheit und Gesundheit wachsen zunehmend zusammen, dies sehen wir ganz klar an den Wünschen unserer Kund*innen“, sagte Tina Müller. Im Zuge der erwarteten Einführung des E-Rezepts in Deutschland ist mit einem enormen Zuwachs im Apotheken-

DOUGLAS

Onlinegeschäft zu rechnen. „Mit Disapo werden wir die Wachstumschancen im Online-Gesundheitsmarkt systematisch nutzen. Damit bauen wir unsere Position als führende Beauty-Destination rund um das Thema Gesundheit weiter aus.“

ÜBER DOUGLAS:

DOUGLAS ist Europas führender Premium-Beauty-Konzern. Mit über 160.000 Beauty- und Lifestyle-Produkten in Online-Shops, Beauty-Marketplace und rund 2.000 Filialen inspiriert DOUGLAS in nie dagewesener Vielfalt, individuelle Schönheit zu leben. Der weitere Ausbau des wachstumsstarken E-Commerce steht im Zentrum des Strategieprogramms #FORWARDBEAUTY.DigitalFirst. Im Geschäftsjahr 2020/21 erwirtschaftete DOUGLAS einen Umsatz von 3,1 Milliarden Euro in den Bereichen Parfümerie, dekorative Kosmetik, Haut- und Haarpflege sowie Nahrungsergänzung, Gesundheit und Accessoires.

PRESSEKONTAKT:

Peter Wübben
Head of Corporate Communications
Telefon: +49 211 16847 8569
E-Mail: pr@douglas.de

ÜBERSICHT FINANZERGEBNISSE

	Q1 2020/21	Q1 2021/22	Veränderung
Konzernumsatz	1.173 Mio. Euro	1.307 Mio. Euro	+16,8 Prozent*
Umsatz Filialen	739 Mio. Euro	866 Mio. Euro	+27,8 Prozent*
Umsatz E-Commerce	433 Mio. Euro	437 Mio. Euro	+1,0 Prozent
Anteil E-Commerce am Konzernumsatz	36,9 Prozent	33,5 Prozent	-3,4 Prozentpunkte
Bereinigtes EBITDA	171 Mio. Euro	191 Mio. Euro	+11,6 Prozent
Liquidität (31.12.)	324 Mio. Euro	465 Mio. Euro	+44 Prozent

* auf vergleichbarer Fläche