

PRESSEMITTEILUNG

Umsätze über Vor-Corona-Niveau

*DOUGLAS beschleunigt Wachstumskurs im dritten Quartal –
deutliches Plus bei Umsatz und Ergebnis*

- Umsatz im dritten Quartal (April bis Juni 2022) um 28,8% auf 830 Mio. Euro gestiegen (+35% auf vergleichbarer Fläche (like-for-like))
- Quartalsumsatz damit um 21% lfl über Vor-Corona-Niveau (Q3 2018/19)
- Filialumsatz lfl nach Wegfall der COVID-Beschränkungen gegenüber Vorjahresquartal plus 66,5%; Vor-Corona-Niveau um 2% übertroffen
- E-Commerce-Umsätze legen im Vorjahresvergleich um 5,3% auf 276 Mio. Euro zu; Vor-Corona-Niveau damit weiterhin mehr als verdoppelt
- Operatives Konzernergebnis (bereinigtes EBITDA) deutlich von 24 Mio. Euro auf 64 Mio. Euro verbessert; Marge erhöht sich auf 7,7%; auf Neunmonatssicht bereinigtes EBITDA um 45% auf 280 Mio. Euro gestiegen
- Tina Müller, CEO DOUGLAS Group: „Sowohl im Umsatz als auch bei der Profitabilität haben wir deutlich zugelegt. Wir sehen eine deutlich gestiegene Nachfrage im stationären Geschäft bei anhaltend hohen E-Commerce-Umsätzen. Besonders erfreulich ist, dass wir mit dem Gesamtumsatz jetzt wieder spürbar über dem Niveau vor Beginn der Corona-Pandemie liegen.“
- DOUGLAS baut Apothekensortiment nach erfolgreicher Disapo-Übernahme konsequent weiter aus; rund 11.000 nicht-rezeptpflichtige Produkte seit Mai auf der DOUGLAS-Plattform in Deutschland über das Partnerprogramm verfügbar
- Hochkarätig besetzter Fachkongress: erster Beauty + Health Summit by DOUGLAS am 2./3. September
- Neuer Luxus-Store mit Beauty Suite auf rund 1.000m² ab 25. August in Düsseldorf

Düsseldorf, 23. August 2022. DOUGLAS, Europas führender Anbieter für Premium-Beauty und Health, hat den Umsatz und das operative Ergebnis im dritten Quartal des Geschäftsjahres 2021/22 (April bis Juni) deutlich gesteigert. Sowohl im Vergleich zum Vorjahr als auch gegenüber dem Quartal vor Beginn der Corona-Pandemie hat DOUGLAS spürbar zugelegt. Damit hat sich der positive Trend im bisherigen Geschäftsjahr fortgesetzt: So hat das Filialgeschäft nach Wegfall der COVID-Beschränkungen deutliche Umsatzzuwächse im Vergleich zum Vorjahresquartal erzielt und liegt sogar über dem Vor-Corona-Niveau (+2% auf vergleichbarer Fläche). Zugleich hat sich das E-Commerce-Geschäft auf weiterhin hohem Niveau stabilisiert.

„Die Rückkehr in die Filialen treibt unser Wachstum und zeigt die hohe Nachfrage nach persönlicher Beratung vor Ort“, sagte Tina Müller, CEO DOUGLAS Group. „Gleichzeitig

DOUGLAS

ist es uns gelungen, die Online-Umsätze auf hohem Niveau zu halten. Diese erfolgreiche Kombination aus wiederbelebtem Filialgeschäft und starkem E-Commerce steht für unser einzigartiges Geschäftsmodell. In Summe sind wir damit stärker als vor der Pandemie.“

Signifikantes Umsatzwachstum

Im dritten Quartal 2021/22 hat Europas führender Premium-Beauty & Health Konzern den Umsatz um rund 30% auf 830 Mio. Euro gesteigert; auf vergleichbarer Fläche (lfl) belief sich der Anstieg auf rund 35%. Damit liegen die Konzernenerlöse auf vergleichbarer Fläche um 21% über dem Vor-Corona-Niveau.

Der Umsatz im E-Commerce legte (inklusive der niederländischen Online-Apotheke Disapo B.V.) im Vergleich zum Vorjahresquartal um 5,3% auf 276 Mio. Euro zu. Damit beträgt der E-Commerce-Anteil am Gesamtumsatz nun mehr als 33% (Vor-Corona: 17,3%). Insgesamt lagen die Umsätze im Online-Geschäft auf doppelt so hohem Niveau (+110%) wie vor Ausbruch der Pandemie.

Im Filialgeschäft hat der Umsatz gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 47,5% auf 554 Mio. Euro zugelegt, dies entspricht einem Wachstum auf vergleichbarer Fläche von 66,5%. Der Wunsch der Kund*innen nach persönlicher Beratung sowie die Rückkehr von gesellschaftlichem Leben, Freizeit- und Abendveranstaltungen haben wesentlich zu diesem Umsatzanstieg beigetragen. Die deutliche Umsatzverbesserung ist insbesondere durch die Region DACHNL getrieben, mit einer Verdoppelung des Umsatzes auf vergleichbarer Fläche. In Frankreich und Central Eastern Europe hat sich der Filialumsatz auf vergleichbarer Fläche um jeweils mehr als 50% erhöht.

Deutliche Verbesserung der Profitabilität

Das operative Konzernergebnis (bereinigtes EBITDA) hat sich im dritten Quartal um 40 Mio. Euro auf 64 Mio. Euro mehr als verdoppelt. Die EBITDA-Marge hat sich auf 7,7% erhöht (VJ: 3,7%). Die Verbesserung der Profitabilität resultiert aus den Umsatzzuwächsen, Einsparungen aus dem „Store Optimization Program“ (SOP) sowie einem fortlaufend konsequenten Kostenmanagement.

In den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2021/22 (Oktober 2021 bis Juni 2022), steigerte DOUGLAS den Umsatz um 20% auf mehr als 2,8 Mrd. Euro, was einem Anstieg auf vergleichbarer Fläche von 27% entspricht. Das operative Ergebnis (bereinigtes EBITDA) verbesserte sich um 45% auf 280 Mio. Euro.

„Die Ergebnisse des vergangenen Quartals belegen, dass unsere #FORWARDBEAUTY-Strategie greift. Zugleich zeigt sich die Widerstandsfähigkeit unseres Geschäftsmodells mit zwei starken und eng verzahnten Absatzkanälen in einem anspruchsvoller werdenden Marktumfeld“, sagte Tina Müller. „Die Geschäftsentwicklung bestärkt uns darin, unseren strategischen Kurs konsequent fortzusetzen, Kerninitiativen wie den

DOUGLAS

Ausbau des Apothekensortiments voranzutreiben und unser Online-Angebot sowie unsere Filialen mit gezielten Modernisierungen und Erweiterungen zu stärken.“

Nachdem die Übernahme der niederländischen Online-Apotheke Disapo B.V. erfolgreich vollzogen wurde, hat DOUGLAS im Mai die Erweiterung des Apothekensortiments gestartet. Rund 11.000 nicht-rezeptpflichtige Produkte sind seitdem im deutschen DOUGLAS-Online-Shop über das Partnerprogramm verfügbar. Dieser Launch im Online-Partnerprogramm ist von einer breiten Werbekampagne im Juni begleitet worden, welche die Vorteile der einfachen Verfügbarkeit von zahlreichen Apothekenprodukten über die DOUGLAS-Plattform in den Vordergrund gestellt hat. Im Zuge der Ausweitung des Angebots im Apothekensortiment wird DOUGLAS Anfang September seinen ersten Beauty + Health Summit veranstalten, auf dem sich Kund*innen zu den neuesten Innovationen und Trends informieren können. Mit dieser Veranstaltung, bei der zahlreiche Ärzt*innen als Referent*innen auftreten werden, untermauert DOUGLAS seine Expertise im Bereich Gesundheit.

Ein weiterer Meilenstein in der Erweiterung des exklusiven Produkt- und Beratungsangebots ist die Eröffnung des neuen Luxus-Stores mit Beauty Suite auf der Düsseldorfer Königsallee Ende August. Dort erfahren die Kund*innen ein einmaliges Einkaufs- und Beratungserlebnis auf rund 1.000 Quadratmetern.

Innerhalb der Produktkategorien haben im vergangenen Quartal insbesondere Düfte und Make-Up beim Absatz deutlich hinzugewonnen, nachdem die Kund*innen während der Lockdowns verstärkt Haut- und Haarpflege-Produkte nachgefragt hatten. Ein besonderer Erfolg ist der Launch des Parfums von Billie Eilish. Seit Juni ist der Duft europaweit exklusiv bei DOUGLAS erhältlich und gehört schon jetzt zu den stärksten Markteinführungen der vergangenen 12 Monate.

ÜBER DOUGLAS:

DOUGLAS ist Europas führender Anbieter für Premium-Beauty und Health. Mit rund 300.000 Beauty-, Health- und Lifestyle-Produkten in Online-Shops, Partner-Programm und rund 1.900 Filialen inspiriert DOUGLAS in nie dagewesener Vielfalt, individuelle Schönheit zu leben. Die Weiterentwicklung unserer erfolgreichen Omnichannel-Positionierung steht im Zentrum unserer Strategie #FORWARDBEAUTY.DigitalFirst, in deren Rahmen wir sowohl unseren umsatzstarken E-Commerce als auch das Filialerlebnis konsequent ausbauen. 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
 Leiter Unternehmenskommunikation & Nachhaltigkeit
 Telefon: +49 211 16847 8569
 E-Mail: pr@douglas.de

ÜBERSICHT FINANZERGEBNISSE

	Q3 2020/21	Q3 2021/22	Veränderung	Veränderung lfl
Konzernumsatz	644 Mio. Euro	830 Mio. Euro	+28,8%	+35,2%
Umsatz Filialen	376 Mio. Euro	554 Mio. Euro	+47,5%	+66,5%
Umsatz E-Commerce	262 Mio. Euro	276 Mio. Euro	+5,3%	-2,9%
Anteil E-Commerce am Konzernumsatz	40,7%	33,4%	-7,3%punkte	-
Bereinigtes EBITDA	24 Mio. Euro	64 Mio. Euro	+166,0%	-
Liquidität (30.06.)	224 Mio. Euro	271 Mio. Euro	+21,2%	-

	9M 2020/21	9M 2021/22	Veränderung	Veränderung lfl
Konzernumsatz	2.367 Mio. Euro	2.840 Mio. Euro	+20,0%	+27,1%
Umsatz Filialen	1.374 Mio. Euro	1.890 Mio. Euro	+37,6%	+54,1%
Umsatz E-Commerce	974 Mio. Euro	952 Mio. Euro	-2,3%	-4,5%
Anteil E-Commerce am Konzernumsatz	41,2%	33,5%	-7,7%punkte	-
Bereinigtes EBITDA	194 Mio. Euro	280 Mio. Euro	+44,5%	-