

PRESSEMITTEILUNG

4. Quartal und Gesamtjahr 2021/22

Robustes Geschäftsmodell: DOUGLAS legt bei Umsatz und Ergebnis weiter zu

Viertes Quartal 2021/22:

- Umsatzwachstum auf vergleichbarer Fläche („lfl“) von 10,2% im vierten Quartal (Juli bis September 2022); plus 20,6% (lfl) über Vor-Corona-Niveau (Q4 2018/19)
- Filialgeschäft im vierten Quartal mit 556,6 Mio. Euro um 3,0% über Vorjahreswert, E-Commerce steigert Umsätze um 16,7% auf 247,2 Mio. Euro
- Operatives Konzernergebnis (bereinigtes EBITDA) von 45,8 Mio. Euro im vierten Quartal

Geschäftsjahr 2021/22

- Gesamtumsatz 2021/22 steigt um 17,0% auf rund 3,65 Mrd. Euro (lfl +21,8%), plus 18,3% lfl im Vergleich zu „Vor-Corona“ (2018/19)
- Filialgeschäft mit Anstieg beim Jahresumsatz von 27,4% auf rund 2,44 Mrd. Euro (auf vergleichbarer Fläche +40,9%), E-Commerce im Gesamtjahr mit rund 1,2 Mrd. Euro mehr als doppelt so hoch wie „Vor-Corona“
- Operatives Konzernergebnis (bereinigtes EBITDA) steigt im Gesamtjahr um 49,4% auf 325,5 Mio. Euro; niedriges Nettoergebnis durch außerordentliche, nicht cash-wirksame Belastungen
- Nettoliquidität auf Vorjahresniveau mit ausreichend Spielraum
- Wirtschaftliches Umfeld in Europa weiterhin herausfordernd und geprägt von hoher Inflation, verunsicherten Konsument*innen und Störungen in der Lieferkette

Düsseldorf, 20. Dezember 2022. DOUGLAS, der führende Anbieter für Premium-Beauty in Europa, hat im vierten Quartal und damit auch im gesamten Geschäftsjahr 2021/22 Umsatz und Ergebnis gesteigert. Dabei konnte der Düsseldorfer Konzern sowohl im Filialgeschäft als auch im E-Commerce zulegen. Mit einem Gesamtjahresumsatz von rund 3,65 Mrd. Euro lag das Unternehmen um 17,0% über dem Niveau des Vorjahres und rund 6% über der „Vor-Corona“-Zeit.

Sander van der Laan, CEO der DOUGLAS Group, sagte: „Die positive Umsatzentwicklung in wirtschaftlich schwierigem Umfeld zeigt, wie stark DOUGLAS in den vergangenen Jahren mit dem Omnichannel-Modell positioniert wurde. Die Kombination aus attraktivem Filialgeschäft und einem beinahe einmaligen Online-Angebot hat das Unternehmen widerstandsfähiger gemacht.“

Sechstes Quartal in Folge mit Umsatzplus

Im vierten Quartal des Geschäftsjahres 2021/22 (Juli bis September 2022) hat DOUGLAS den Umsatz um 7,6% auf 809,7 Mio. Euro gesteigert (auf vergleichbarer Fläche +10,2%). Damit hat das Unternehmen im sechsten Quartal in Folge das Geschäft ausgebaut. Zugleich lag der Quartalsumsatz (Ifl) um 20,6% über dem Vor-Corona-Niveau 2018/19. Der Umsatz im E-Commerce legte (inklusive der niederländischen Online-Apotheke Disapo B.V.) im Vergleich zum Vorjahresquartal um 16,7% auf 247,2 Mio. Euro zu. Damit beträgt der E-Commerce-Anteil am Gesamtumsatz weiterhin 30,5% (Vor-Corona: 16,9%).

Im Filialgeschäft ist der Quartalsumsatz gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 3,0% auf 556,6 Mio. Euro gestiegen (auf vergleichbarer Fläche um 10,9%). Alle Regionen haben zu dieser Steigerung auf vergleichbarer Fläche beigetragen. Das operative Konzernergebnis (bereinigtes EBITDA) hat sich im vierten Quartal um 18,2 Mio. Euro auf 45,8 Mio. Euro verbessert. Die bereinigte EBITDA-Marge erhöhte sich dabei auf 5,7% (VJ: 3,7%). Dazu beigetragen haben insbesondere Kosteneffekte aus dem „Store Optimization Program“ (SOP), in dessen Rahmen das Filialnetz angepasst worden war und das eine Verbesserung der Betriebskosten bewirkte; das SOP konnte im Berichtszeitraum abgeschlossen werden. Die Nettoliquidität blieb auf dem Niveau des Vorjahres.

Gesamtjahresumsatz über Vorjahr und „Vor-Corona-Niveau“

Mit der Steigerung des Umsatzes sowohl im Vergleich zum Vorjahr als auch gegenüber dem Niveau von Vor-Corona unterstreicht DOUGLAS seine Position als führender Anbieter von Premium-Beauty im Filialgeschäft und E-Commerce.

Im Filialgeschäft ist der Jahresumsatz um 27,4% auf rund 2,44 Mrd. Euro gestiegen (auf vergleichbarer Fläche +40,9%). Dies lag auch an den geringeren Pandemiebeschränkungen im Zeitraum des Geschäftsjahres. E-Commerce erzielte einen Jahresumsatz von rund 1,2 Mrd. Euro (inklusive der niederländischen Online-Apotheke Disapo B.V.) und lag damit mit minus 0,7% leicht unter dem Vorjahr, das deutlich stärker von Pandemie-bedingten Filialschließungen geprägt war. Im Vergleich zu Vor-Corona bedeutet dies mehr als eine Verdoppelung der Umsätze.

Auch das operative Konzernergebnis (bereinigtes EBITDA) ist mit 325,5 Mio. Euro (VJ: 217,8 Mio. Euro) im Vergleich zum Vorjahr mit 49,4 Prozent deutlich gestiegen und befand sich damit fast auf Vor-Corona-Niveau.

Group CFO Mark Langer sagte: „Unsere Geschäftszahlen zeigen, dass wir auf dem richtigen Weg sind. Gestärkt wurde unsere Entwicklung in diesem Jahr auch durch die Rückkehr des gesellschaftlichen Lebens, nachdem die COVID-Einschränkungen gelockert wurden. Weniger Masken bedeuten mehr Make-up und mehr Lippenstifte. Und unser starker Mix aus Filial- und Onlinehandel, einmaligen Einkaufserlebnissen, dem

DOUGLAS

kundenorientierten Marketing sowie exklusiven Angeboten wie zum Beispiel dem Duft von Billie Eilish ist auf einen großen Nachholbedarf bei den Kundinnen und Kunden gestoßen.“

Das Nettoergebnis von minus 306,5 Mio. Euro wurde im abgelaufenen Geschäftsjahr durch einmalige, nicht zahlungswirksame Firmenwertabschreibungen in Höhe von 231,9 Mio. Euro infolge des deutlichen gestiegenen Zinsniveaus negativ beeinflusst. Zudem wurde das Ergebnis durch die übernommene Online-Apotheke Disapo B.V. sowie Restrukturierungsaufwendungen unter anderem für Filialschließungen belastet. Gegenläufig wirkte eine Aktivierung von latenten Steuern, die zu einer Steuerentlastung in Höhe von 43,2 Mio. Euro führte.

Guter Start ins neue Geschäftsjahr 2022/23 – Geschäftsumfeld bleibt herausfordernd

DOUGLAS ist gut in das neue Geschäftsjahr 2022/23 und damit das Weihnachtsgeschäft gestartet. Starke Verkaufstage wie „Singles' Day“, „Black Friday“ und „Cyber Monday“ haben sich sowohl online als auch in den Filialen bereits als sehr zufriedenstellend erwiesen. „Diese Jahreszeit ist die wichtigste in unserem Geschäft“, sagte van der Laan. „Wir befinden uns mitten in der Hochphase der Weihnachtssaison. Ich möchte allen unseren Kolleginnen und Kollegen für ihren großartigen Einsatz und ihr Engagement für DOUGLAS und unsere Kundinnen und Kunden danken. Zugleich bewegen wir uns in einem sehr herausfordernden wirtschaftlichen Umfeld. Inflation, sinkende Kaufkraft und Störungen in der Lieferkette werden uns in den kommenden Monaten weiterhin beschäftigen und könnten auch unser Geschäft zusehends beeinflussen. Neben dem Ausbau der Omnichannel-Strategie und einer strikten Kund*innenorientierung liegt unser Augenmerk daher auch weiterhin stark auf dem Kosten- und Cash-Management und damit der Ergebnissituation.“

ÜBER DOUGLAS

DOUGLAS ist der führende Anbieter für Premium-Beauty in Europa. Mit rund 300.000 Beauty-, Health- und Lifestyle-Produkten in Online-Shops, Partner-Programm und rund 1.800 Filialen inspiriert DOUGLAS in nie dagewesener Vielfalt, individuelle Schönheit zu leben. Die Weiterentwicklung unserer erfolgreichen Omnichannel-Positionierung steht im Zentrum unserer Strategie, in deren Rahmen wir sowohl das Filialerlebnis als auch unseren umsatzstarken E-Commerce konsequent ausbauen. Im Geschäftsjahr 2021/22 erwirtschaftete DOUGLAS einen Umsatz von 3,65 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

	Q4 2020/21	Q4 2021/22	Veränderung (ausgewiesen)	Veränderung (Ifl*)
Konzernumsatz	752,3 Mio. Euro	809,7 Mio. Euro	+7,6%	+10,2%
Umsatz Filialen	540,3 Mio. Euro	556,6 Mio. Euro	+3,0%	+10,9%
Umsatz E-Commerce	211,8 Mio. Euro	247,2 Mio. Euro	+16,7%	+8,4%
Anteil E-Commerce am Konzernumsatz	28,1%	30,5%	+2,4 Prozentpunkte	
Bereinigtes EBITDA	27,6 Mio. Euro	45,8 Mio. Euro	+66,0%	
Liquidität (30.09.)	240,4 Mio. Euro	245,3 Mio. Euro	+2,0%	

* auf vergleichbarer Fläche

DOUGLAS

	FY 2020/21	FY 2021/22	Veränderung (ausgewiesen)	Veränderung (lfl*)
Konzernumsatz	3,120 Mrd. Euro	3,650 Mrd. Euro	+17,0%	+21,8%
Umsatz Filialen	1,915 Mrd. Euro	2,440 Mrd. Euro	+27,4%	+40,9%
Umsatz E-Commerce	1,204 Mrd. Euro	1,196 Mrd. Euro	-0,7%	-4,0%
Anteil E-Commerce am Konzernumsatz	38,6%	32,8%	-5,8 Prozentpunkte	
Bereinigtes EBITDA	217,8 Mio. Euro	325,5 Mio. Euro	+49,4%	
Nettoergebnis	-345,1 Mio. Euro	-306,5 Mio. Euro	+11,2%	

* auf vergleichbarer Fläche