

PRESSEMITTEILUNG

Starker Start ins Geschäftsjahr

DOUGLAS mit zweistelligem Umsatz- und Gewinnzuwachs im 1. Quartal 2022/23

- Umsatzwachstum auf vergleichbarer Fläche („Ifl“) von 13,4% von Oktober bis Dezember 2022
- Filialumsatz trägt maßgeblich zur Gesamtsteigerung bei (Ifl +17,3%); E-Commerce wächst weiter ausgehend von bereits hohem Niveau (Ifl +6,1%)
- Operatives Konzernergebnis (bereinigtes EBITDA) steigt um 19,7% auf 308,1 Millionen Euro
- Nettogewinn von 126,7 Millionen Euro steigt deutlich um 79,3%
- Nettoliquidität bei 516,7 Millionen Euro
- Internationale Kampagne „Beauty is ...“ und neue Bildwelt mit Hollywood-Star Diane Kruger und Schauspieler Elyas M'Barek gestartet

Düsseldorf, 17. Februar 2023 - DOUGLAS, der führende Anbieter für Premium-Beauty in Europa, ist mit einem starken Wachstum im ersten Quartal in das neue Geschäftsjahr 2022/23 gestartet.

Sander van der Laan, CEO der DOUGLAS Group, sagte: „DOUGLAS hat trotz des volatilen Umfelds ein herausragendes Weihnachtsquartal erzielt – und das sowohl im Umsatz als auch im Ergebnis. Unser Omnichannel-Geschäftsmodell hebt uns im Markt ab und hat es uns ermöglicht, neue Kund*innen zu gewinnen und die Umsätze weiter zu steigern. Zudem ist die Nachfrage im Bereich Premium-Beauty trotz der Inflation weitgehend stabil geblieben, während unser hochattraktives Produktangebot und die persönliche Beratung durch unsere Teams die Kund*innen weiterhin begeistern. Auch wenn wir das gesamtwirtschaftliche Umfeld für die kommenden Quartale mit Vorsicht betrachten, wollen und werden wir unser Angebot weiter ausbauen und unser Geschäftsmodell stärken.“

Umsatzwachstum über alle Kanäle hinweg

Aus seiner führenden Marktposition heraus hat DOUGLAS von Oktober bis Dezember 2022 Umsatz und Ergebnis deutlich gesteigert. Das Unternehmen verzeichnete ein starkes Umsatzwachstum von 11,5% auf 1,44 Milliarden Euro (Ifl +13,4%) und hat das Geschäft nun im siebten Quartal in Folge ausgebaut. Zu den guten Ergebnissen trugen

DOUGLAS

sowohl die Filialen als auch das Online-Geschäft bei. Die Umsätze in den Filialen sind im Vergleich zum Vorjahr aufgrund der weiter zunehmenden Kund*innennachfrage nach persönlicher Beratung und einem Einkaufserlebnis vor Ort deutlich gestiegen (auf vergleichbarer Fläche +17,3%). Der Umsatz im E-Commerce legte von einem hohen Niveau ausgehend ebenfalls weiter zu (Ifl +6,1%). Damit machte das auch im aktuellen Umfeld robuste Online-Geschäft erneut knapp ein Drittel des gesamten Umsatzes aus.

Das Wachstum im ersten Quartal resultiert auch aus einer soliden Entwicklung in allen Segmenten. Den größten Anteil am Umsatzwachstum in beiden Kanälen erzielten DACHNL und CEE (Central Eastern Europe). Frankreich und Südeuropa entwickelten sich ebenfalls positiv - letzteres sogar trotz erheblicher Filialschließungen in Spanien.

Profitabilität und Liquidität gestärkt

Das operative Konzernergebnis (bereinigtes EBITDA) stieg im ersten Quartal um 19,7% auf 308,1 Millionen Euro. Die bereinigte EBITDA-Marge erhöhte sich ebenfalls um 1,5 Prozentpunkte auf 21,4%. Die verbesserte Profitabilität wurde neben dem starken Umsatzanstieg auch durch eine anhaltende Kostendisziplin erreicht.

Zusammen mit geringeren finanziellen Aufwendungen hat DOUGLAS den Nettogewinn somit um 79,3% auf 126,7 Millionen Euro gesteigert.

Dank des erfolgreichen ersten Quartals hat sich die Nettoliquidität auf 516,7 Millionen Euro erhöht.

DOUGLAS bilanziert ab sofort ausschließlich nach IFRS 16; daher werden auch alle Ergebnisse des laufenden Geschäftsjahres 2022/23 nach IFRS 16 ausgewiesen. In diesem Zusammenhang wurden alle Vergleichszahlen der Finanzberichterstattung entsprechend angepasst.

Wachstum in allen Produktkategorien

Treiber der Geschäftsentwicklung im ersten Quartal des Geschäftsjahres waren insbesondere die sehr erfolgreichen Monate November und Dezember mit den jeweiligen Verkaufshöhepunkten Black Friday und Weihnachten. Die bemerkenswerte Entwicklung im umsatzstarken ersten Quartal wurde darüber hinaus trotz weiterhin anhaltender Engpässe in den Lieferketten erzielt.

Im Zuge des erfolgreichen Weihnachtsgeschäfts wiesen alle Produktkategorien starke Wachstumsraten auf. Die umsatzseitig größte Kategorie Parfüm wuchs weiter ausgehend von einem bereits hohen Niveau; noch stärker war die Dynamik bei Make-up mit einem Anstieg der Lippenstiftverkäufe im Vergleich zum Vorjahr von mehr als 50%. Anlässlich

DOUGLAS

der Weihnachtszeit waren zudem Adventskalender wie der international eingeführte exklusive DOUGLAS Premium-Adventskalender stark gefragt.

Hollywood-Star Diane Kruger und Schauspieler Elyas M'Barek sind die neuen Gesichter von DOUGLAS

Erst kürzlich hat DOUGLAS europaweit sowohl in den Filialen als auch online eine neue Bildsprache eingeführt. Die international bekannten Schauspieler Diane Kruger und Elyas M'Barek lösen als neue Gesichter von DOUGLAS die bisherigen Lindbergh-Fotos ab. Startschuss war die internationale Kampagne „Beauty is ...“, mit der Europas führender Anbieter für Premium-Beauty einen Impuls für die individuelle Interpretation von Schönheit setzen will.

ÜBER DOUGLAS

DOUGLAS ist der führende Anbieter für Premium-Beauty in Europa. DOUGLAS inspiriert seine Kund*innen mit einem einmaligen Angebot in Online-Shops, Partner-Programm und rund 1.800 Stores, 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 (0) 211 16847 8569
 E-Mail: pr@douglas.de

ÜBERSICHT FINANZERGEBNISSE*

	Q1 2021/22	Q1 2022/23	Veränderung (ausgewiesen)	Veränderung (like-for-like**)
Konzernumsatz***	1.291,2 Mio. Euro	1.439,1 Mio. Euro	+11,5%	+13,4%
Umsatz Filialen	866,0 Mio. Euro	973,3 Mio. Euro	+12,4%	+17,3%
Umsatz E-Commerce	426,1 Mio. Euro	463,9 Mio. Euro	+8,9%	+6,1%
Anteil E-Commerce am Konzernumsatz	33,0%	32,2%	-0,8 Prozentpunkte	
Bereinigtes EBITDA	257,4 Mio. Euro	308,1 Mio. Euro	+19,7%	
Liquidität (31. Dezember)	465,0 Mio. Euro	516,7 Mio. Euro	+11,1%	
Nettoergebnis	70,7 Mio. Euro	126,7 Mio. Euro	+79,3%	

* Finanzberichterstattung gemäß IFRS 16. Alle Vergleichszahlen wurden entsprechend angepasst.

** auf vergleichbarer Fläche

*** Bereinigt um den Nettoumsatz der geschlossenen bzw. zu schließenden Filialen in Spanien.