

PRESSEMITTEILUNG

„Let it Bloom – DOUGLAS 2026“

DOUGLAS will Wachstum mit konsequentem Fokus auf Kundenerlebnis und Omnichannel-Modell beschleunigen

- Strategie „Let it Bloom“ stellt Kund*innen in den Mittelpunkt des Geschäftsmodells
- Fokus auf Marke, Produkte, Omnichannel, Effizienz und Unternehmenskultur
- Gezielte Investitionen zur Stärkung von Filialen, E-Commerce und Geschäftsmodell
- Nettoumsatz von 5 Milliarden Euro bis 2026 mit entsprechenden EBITDA-Steigerungen
- Sander van der Laan, CEO DOUGLAS Group: „Mit unserer neuen strategischen Ausrichtung wollen wir die gesamte Organisation aktivieren, um unsere Marktpositionierung und Wachstumsperspektiven weiter zu verbessern.“

Düsseldorf, 22. März 2023 - DOUGLAS, Europas führender Beauty-Anbieter, hat pünktlich zum Frühlingsbeginn sein neues Strategieprogramm „Let it Bloom – DOUGLAS 2026“ vorgestellt, das einen vierjährigen Wachstumsplan für alle Geschäftsaktivitäten umfasst. Ziel ist es, den aktuellen Wachstumskurs zu beschleunigen, indem unter anderem die Kund*innen noch stärker in den Mittelpunkt des Geschäftsmodells gerückt und die operative Effizienz verbessert werden.

DOUGLAS will bei Umsatz, Gewinn und Cashflow deutlich wachsen: das Unternehmen plant, den Nettoumsatz der Gruppe bis 2026 auf 5 Milliarden Euro (GJ 2021/22: 3,65 Milliarden Euro) zu steigern, mit entsprechenden Zuwächsen beim EBITDA. Um das Einkaufserlebnis der Kund*innen zu verbessern, entwickelt DOUGLAS das Filialnetz in Europa konsequent weiter und baut das E-Commerce-Angebot, die Markenpositionierung sowie das Sortiment aus. Auch werden die Aktivitäten im Bereich Retail Media ausgeweitet. Mit einem stärkeren Fokus auf Kosten, Standardisierung, Lieferkette und IT-Infrastruktur soll zudem die Effizienz gesteigert werden.

CEO Sander van der Laan sagte: „Wir haben mit dem Ende der Pandemie und der Lockdowns eine beeindruckende Rückkehr unseres Filialgeschäfts erlebt und sehen zugleich eine anhaltend starke Entwicklung im Onlinehandel. Unser Omnichannel-Modell hat sich als außerordentlich widerstandsfähig erwiesen, weshalb wir diese Positionierung weiter vorantreiben werden. Wir glauben fest an die Kombination unseres

DOUGLAS

einmaligen Filialangebots mit dem Beratungsservice unserer rund 16.000 Beauty Advisors und einem attraktiven Online-Shopping-Erlebnis. Beide Kanäle leben von unserer starken Unternehmensmarke und unseren attraktiven Sortimenten.“

Als Teil des Strategieprogramms plant DOUGLAS gezielte Investitionen in die Modernisierung und Expansion des bestehenden Filialnetzes sowie den Eintritt in neue Märkte wie beispielsweise Belgien und Slowenien. Darüber hinaus will das Düsseldorfer Unternehmen sein E-Commerce-Geschäft und das Partnerprogramm weiter ausbauen und die Integration des Omnichannel-Angebots vorantreiben. Zugleich sollen im Rahmen eines strikten Kostenmanagements sowie prozessübergreifender Effizienzverbesserungen Gewinn und Cashflow steigen.

Um Kostensenkungspotenziale zu identifizieren, führen verschiedene Mitarbeiter*innen-Teams derzeit umfassende Analysen durch. „Dies ist ein von unten nach oben geführter Prozess. Wir unterziehen jeden Bereich unseres Geschäfts einer sorgfältigen Prüfung, um Effizienzgewinne zu realisieren und gleichzeitig unsere Marktposition zu stärken“, sagte van der Laan.

Das Strategieprogramm „Let it Bloom - DOUGLAS 2026“ stützt sich auf die folgenden vier strategischen Säulen, deren Fundament die Mitarbeitenden und die Unternehmenskultur bilden:

- (1) BEAUTY-DESTINATION #1 in allen Märkten: DOUGLAS wird in Markenwahrnehmung und -auftritt investieren. Dies beinhaltet auch eine Weiterentwicklung der Nachhaltigkeitsaktivitäten in allen Geschäftsbereichen.
- (2) Ein unverwechselbare AUSWAHL AN MARKEN: DOUGLAS plant, sein attraktives Produktsortiment weiterzuentwickeln und Kategorien wie Make-up, Haut- und Haarpflege zu stärken.
- (3) Das kundenfreundlichste OMNICHANNEL-EINKAUFSERLEBNIS: Da Kund*innen fließend zwischen Filialen und dem Online-Shop wechseln, wird DOUGLAS die komplette Customer Journey optimieren. Dies beinhaltet auch Investitionen in neue Technologien sowie ein stärker fokussiertes Konzept für Filialformate.
- (4) Ein effizientes GESCHÄFTSMODELL: Um die Profitabilität weiter zu verbessern, wird DOUGLAS verstärkt in seine Lieferkette sowie in die technologische Infrastruktur investieren und für eine stärkere Standardisierung und

DOUGLAS

Automatisierung der Abläufe sorgen. Für schnellere Entscheidungen und eindeutige Verantwortlichkeiten werden Strukturen und Prozesse europaweit vereinfacht.

Diese vier strategischen Säulen werden von der KULTUR und den WERTEN des Unternehmens als Basis getragen, die DOUGLAS gemeinsam mit allen Mitarbeiter*innen stärken und fördern will. DOUGLAS ist überzeugt, dass ein wesentlicher Teil des künftigen Wachstums und der Unternehmenspositionierung auf dem europäischen Beauty-Markt darauf beruht, eine Arbeitskultur zu fördern, die Mitarbeitende entsprechend ihrer individuellen Stärken unterstützt.

Ziel und oberste Priorität des Strategieprogramms sind, das Leistungsversprechen an die Kund*innen und die Zufriedenheit aller Mitarbeitenden bei DOUGLAS sowie der Konzernmarken Nocibé, Parfumdreams und Niche Beauty zu verbessern - und letztendlich über diesen Weg die operative und finanzielle Leistungsfähigkeit zu auszubauen.

„Wir sind davon überzeugt, dass dies der richtige Weg ist, um unser Wachstum zu beschleunigen und den Wert des Unternehmens insgesamt zu steigern“, sagte van der Laan. „Wir haben eine einzigartige Marke, außergewöhnliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie ein äußerst erfolgreiches Geschäftsmodell. Darauf wollen wir aufbauen und so unsere Marktposition weiter stärken.“

DOUGLAS

ÜBER DOUGLAS

DOUGLAS ist Europas führender Omnichannel-Anbieter für Beauty. Wir inspirieren unsere Kund*innen mit einem einmaligen Angebot in Online-Shops, Partner-Programm und rund 1.800 Stores, individuelle Schönheit zu leben. Der Ausbau unserer erfolgreichen Omnichannel-Positionierung steht im Zentrum unserer Strategie, in deren Rahmen wir das Kund*innenerlebnis konsequent weiterentwickeln. 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 664

E-Mail: pr@douglas.de