

PRESSEMITTEILUNG

Januar - März 2023

DOUGLAS steigert Umsatz und verbessert Profitabilität im zweiten Quartal

- Konzernumsatz steigt im Zeitraum Januar bis März 2023 um 19,3% auf 858,5 Millionen Euro (auf vergleichbarer Fläche, „lfl“: +19,9%)
- Florierendes Omnichannel-Geschäft: Filialen tragen mit +19,5% (lfl: +24,5%) und E-Commerce mit +20,0% (lfl: +12,1%) jeweils zweistellig zum Umsatzwachstum bei
- Operatives Konzernergebnis (bereinigtes EBITDA) steigt um 32,9% auf 126,9 Millionen Euro im Vergleich zum Vorjahresquartal
- Nettoverlust reduziert sich um 45,3% auf -55,6 Millionen Euro
- Verbesserter Free Cash Flow in Höhe von 237,8 Millionen Euro im ersten Halbjahr
- Sander van der Laan, CEO der DOUGLAS Group: „Mit diesen Ergebnissen setzen wir unseren positiven Trend fort und zeigen, dass unser Omnichannel-Modell der richtige Ansatz ist.“

Düsseldorf, 30. Mai 2023 - DOUGLAS, Europas führender Omnichannel-Anbieter für Beauty, ist im zweiten Quartal des Geschäftsjahres 2022/23 stark beim Umsatz gewachsen und hat zugleich die Profitabilität verbessert. Sowohl die Filialen als auch das Online-Geschäft haben in einem weiterhin herausfordernden makroökonomischen Umfeld zweistellige Umsatzzuwächse erzielt; sie bestätigen damit den im Rahmen der neuen Strategie „Let it Bloom - DOUGLAS 2026“ definierten Kurs, das Geschäftsmodell konsequent auf den Omnichannel-Ansatz zu fokussieren.

In der gesamten ersten Hälfte des laufenden Geschäftsjahres (Okt. 2022 - März 2023) hat DOUGLAS einen Umsatz von 2.297,5 Millionen Euro und ein bereinigtes EBITDA in Höhe von 435,0 Millionen Euro erzielt. Beide Kennzahlen haben sich damit im Vergleich zum Vorjahreszeitraum signifikant verbessert.

Sander van der Laan, CEO der DOUGLAS Group, sagte: „Der Blick auf ein weiteres erfolgreiches Quartal demonstriert deutlich die Resilienz und Zukunftsfähigkeit unseres Geschäftsmodells - selbst in einem von Inflation und gestörten Lieferketten gekennzeichneten wirtschaftlichen Umfeld. Mit diesen Ergebnissen setzen wir unseren

DOUGLAS

positiven Trend fort und zeigen, dass unser Omnichannel-Modell genau der richtige Ansatz ist. Im Zuge unserer Strategie „Let it Bloom“ bauen wir diese Stärken gezielt aus, um weiter zu wachsen.“

Starkes Umsatzwachstum über alle Kanäle hinweg

Von Januar bis März 2023 hat DOUGLAS den Umsatz um 19,3% auf 858,5 Millionen Euro signifikant gesteigert und damit das Geschäft im achten Quartal in Folge ausgebaut. Das Unternehmen hat mit seinem einmaligen Omnichannel-Angebot, breitem Sortiment und umfassender Beauty-Kompetenz weiter Kund*innen gewonnen. Einhergehend mit der spürbar anziehenden Nachfrage nach persönlicher Beratung und dem Einkaufserlebnis vor Ort stiegen die Umsätze der DOUGLAS Filialen um 19,5% (Ifl: +24,5%); gleichzeitig wuchs das Online-Geschäft um 20,0% (Ifl +12,1%). Damit machte der unverändert starke E-Commerce nach wie vor mehr als ein Drittel des Gesamtumsatzes aus. Das Wachstum wurde insbesondere getrieben von der DOUGLAS App (Umsatz +27%), die sowohl bei Bestellungen als auch monatlichen Nutzer*innen deutlich zugelegt hat.

Alle Kategorien und Segmente haben positiv zum Wachstum im zweiten Quartal beigetragen. Innerhalb der Segmente erzielten DACHNL (Deutschland, Österreich, Schweiz und Niederlande, Ifl: 23,1%) sowie Central Eastern Europe (Ifl +27,6%) im Vergleich zum Vorjahresquartal die stärksten Wachstumsraten.

Verbesserte Profitabilität, starke Liquiditätsposition

DOUGLAS steigerte das operative Konzernergebnis (bereinigtes EBITDA) im zweiten Quartal um 32,9% auf 126,9 Millionen Euro, die bereinigte EBITDA-Marge stieg ebenfalls um 1,5 Prozentpunkte auf 14,8%. Eine höhere Bruttomarge und anhaltende Kostendisziplin waren die wesentlichen Treiber für die Profitabilitätsverbesserung.

Aufgrund von Leitzinserhöhungen der Europäischen Zentralbank haben höhere Zinsen das Finanzergebnis belastet. Gegen weitere mögliche Zinssteigerungen ist DOUGLAS abgesichert. Trotz der höheren Zinsausgaben sank der Nettoverlust im zweiten Quartal um 45,3% auf -55,6 Millionen Euro. Auf Halbjahresbasis erzielte DOUGLAS einen Nettogewinn in Höhe von 71,0 Millionen Euro nach -31,1 Millionen Euro Nettoverlust im selben Zeitraum des Vorjahres. Die Nettoliquidität lag zum 31.03.2023 bei 238,2 Millionen Euro und damit im Rahmen üblicher saisonaler Schwankungen.

DOUGLAS

Gezielte Investitionen in das Filialnetz als Teil der neuen Strategie

Im Rahmen der kürzlich vorgestellten Strategie "Let it Bloom - DOUGLAS 2026" stärkt DOUGLAS auch sein Filialnetz durch erhöhte Investitionen - dazu gehört der Eintritt in neue Märkte: Seit Januar hat DOUGLAS in der slowenischen Hauptstadt Ljubljana drei Filialen eröffnet, die ersten stationären DOUGLAS Stores im Land. Die Eröffnung der ersten belgischen Filiale ist für die zweite Jahreshälfte geplant. Darüber hinaus sind vor Kurzem neue Filialen in Portugal und Deutschland eröffnet worden, darunter ein neuer Flagship Store in Düsseldorf, der mit seinem einmaligen Design bewusst eine jüngere Zielgruppe anspricht.

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 1.840 Stores, individuelle Schönheit zu leben. Der Ausbau unserer erfolgreichen Omnichannel-Positionierung steht im Zentrum unserer Strategie, in deren Rahmen wir das Kund*innen-Erlebnis 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
SVP Group Communications & Sustainability
Telefon: +49 211 16847 664
E-Mail: pr@douglas.de

ÜBERSICHT FINANZERGEBNISSE*

	Q2 2021/22	Q2 2022/23	Veränderung (ausgewiesen)	Veränderung (like-for-like)
Konzernumsatz**	€719,3m	€858,5m	19,3%	19,9%
Umsatz Filialen	€470,7m	€562,5m	19,5%	24,5%
Umsatz E-Commerce	€249,6m	€299,4m	20,0%	12,1%
Anteil E-Commerce am Konzernumsatz	34,7%	34,9%	0,2ppt	
Bereinigtes EBITDA	€95,5m	€126,9m	32,9%	
Liquidität (31. März)	€292,5m	€238,2m	-18,6%	
Nettoergebnis	-€101,8m	-€55,6m	45,3%	

	H1 2021/22	H1 2022/23	Veränderung (ausgewiesen)	Veränderung (like-for-like)
Konzernumsatz**	€2.010,5m	€2.297,5m	14,3%	15,8%
Umsatz Filialen	€1.336,3m	€1.536,5m	15,0%	19,9%
Umsatz E-Commerce	€675,5m	€763,5m	13,0%	8,3%
Anteil E-Commerce am Konzernumsatz	33,6%	33,2%	-0,4ppt	
Bereinigtes EBITDA	€352,9m	€435,0m	23,3%	
Liquidität (31. März)	€292,5m	€238,2m	-18,6%	
Nettoergebnis	-€31,1m	€71,0m	Pos.	

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

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