

Q1 2023/24 (Oktober - Dezember 2023)

Starker Start ins neue Geschäftsjahr: DOUGLAS Group steigert Umsatz und Profitabilität deutlich

- Ausgewiesener Konzernumsatz (netto) steigt um 8,0% auf rund 1,56 Milliarden Euro (auf vergleichbarer Fläche, „Ifl“: +7,5%) durch anhaltendes Omnichannel-Wachstum: Filialumsatz (netto) steigt um 6,7%, E-Commerce (netto) um 10,7%
- Profitabilität deutlich verbessert: Bereinigtes EBITDA steigt um 12,6% auf 348,3 Millionen Euro bei höherer bereinigter EBITDA-Marge von 22,4% (Vorjahr: 21,5%); Jahresüberschuss wächst auf 125,2 Millionen Euro (+10,6%, Vorjahr: 113,2 Millionen Euro)
- Free Cashflow von 459,4 Millionen Euro (Vorjahr: 402,3 Millionen Euro)
- Nettoverschuldungsgrad signifikant auf 4,0x verbessert (30. Sept. 2023: 4,7x)
- Sander van der Laan, CEO DOUGLAS Group: „Wir haben ein sehr erfolgreiches erstes Quartal mit starken Ergebnissen in beiden Kanälen erzielt - und wachsen profitabel und organisch.“

Düsseldorf, 15. Februar 2024 - Die DOUGLAS Group, Europas führender Omnichannel-Anbieter für Premium-Beauty, hat ihren profitablen Wachstumskurs im ersten Quartal des Geschäftsjahres 2023/24 fortgesetzt. Auf Basis noch ungeprüfter Zahlen stieg der Konzernumsatz (netto) im wichtigen Zeitraum von Oktober bis Dezember 2023 um 8,0% auf rund 1,56 Milliarden Euro (Q1 2022/23: 1,44 Milliarden Euro) an. Der tatsächliche Umsatz (netto) liegt damit aufgrund der abgeschlossenen Adjustierung der Restrukturierung in Spanien und geringfügiger Konsolidierungseffekte leicht unter dem zuvor kommunizierten Wert von +8,3%. Das Wachstum ist auf anhaltend starke Ergebnisse in beiden Kanälen zurückzuführen: Der Filialumsatz (netto) verzeichnete einen Anstieg um 6,7% (Ifl: +6,0%), das E-Com-Geschäft (netto) legte um 10,7% (Ifl: +10,7%) zu. Damit setzt die DOUGLAS Group den positiven Trend fort und steigerte den Umsatz (netto) auch im zehnten Quartal in Folge. Alle Segmente haben sowohl beim Umsatz als auch beim Ergebnis positiv zum Gesamtwachstum beigetragen.

„Die Monate Oktober bis Dezember sind für uns die wichtigste Zeit des Jahres“, sagte Sander van der Laan, CEO DOUGLAS Group. „Unser Team hat einen starken Start in das Geschäftsjahr hingelegt: Im Vergleich zum Vorjahr sind wir sowohl im Umsatz als auch im Ergebnis über alle Kanäle und Regionen hinweg gewachsen und haben gleichzeitig unsere Profitabilität deutlich verbessert. Dies belegt klar, dass unsere Strategie ‚Let it Bloom‘ aufgeht. Wir bewegen uns damit innerhalb unserer mittelfristigen Prognose eines durchschnittlichen jährlichen Umsatzwachstums (netto) von rund 7%. Das bestärkt uns darin, unsere strategischen Initiativen weiter mit voller Kraft voranzutreiben.“

Rentabilität und Nettoergebnis erneut gesteigert

Neben dem anhaltenden Umsatzwachstum hat die DOUGLAS Group auch ihre Profitabilität weiter verbessert: Das bereinigte EBITDA stieg auf 348,3 Millionen Euro (Q1 2022/23: 309,4 Millionen Euro), was einer Verbesserung von 12,6% entspricht. Die bereinigte EBITDA-Marge lag bei 22,4% und damit über dem Vorjahreswert von 21,5%.

Das Nettoergebnis für das erste Quartal verbesserte sich um 10,6% auf 125,2 Millionen Euro (Q1 2022/23: 113,2 Millionen Euro). Der Free Cashflow stieg auf 459,4 Millionen Euro. Im Vorjahr betrug der Wert unter Berücksichtigung der unter den kurzfristigen Forderungen ausgewiesenen Geldmarktinstrumenten 402,3 Millionen Euro. Entsprechend verbesserte sich der Nettoverschuldungsgrad der DOUGLAS Group zum Stichtag (31. Dez. 2023) signifikant weiter auf 4,0x (30. Sept. 2023: 4,7x)¹.

Starke Dynamik im E-Commerce

Besonders stark entwickelte sich das E-Com-Geschäft mit einem beeindruckenden zweistelligen Umsatzwachstum (netto) von 10,7%. Damit ist das E-Com-Geschäft im sechsten Quartal in Folge gewachsen. Das Online-Pure-Player-Segment Parfumdreams / Niche Beauty hat zu diesem Ergebnis mit einem starken Umsatzplus (netto) von 26,0% gegenüber dem Vorjahr beigetragen.

Das E-Com-Gesamtwachstum im ersten Quartal, welches die Highlights Singles' Day, Beauty (Black) Friday und Weihnachten umfasst, wurde insbesondere von der starken Entwicklung der Segmente DACHNL (+11,6%), CEE (+20,2%) und dem Segment Parfumdreams / Niche Beauty getragen.

Im Zuge der hohen E-Com-Nachfrage gingen in den Onlineshops der DOUGLAS Group zu Spitzenzeiten am Black Friday europaweit mehr als 20.000 Aufträge pro Stunde ein. Zu den meistverkauften Produkten im ersten Quartal gehörten Adventskalender, Premiumdüfte und Geschenksets mit Duft- oder Körperpflegeprodukten.

Ausbau und Renovierung des Filialnetzes

Im Rahmen der „Let it Bloom - DOUGLAS 2026“-Strategie hat die DOUGLAS Group ein Programm zur Entwicklung und zum Ausbau ihres Filialnetzes bis zum Ende des Geschäftsjahres 2025/26 gestartet. Europaweit sind dabei die Eröffnung von mehr als 200 neuen Filialen (netto) sowie die Renovierung von über 400 Filialen geplant. Mit dieser strategischen Initiative will die DOUGLAS Group ihren Kund*innen ein noch attraktiveres und aktuelleres Einkaufserlebnis bieten. Im ersten Quartal des laufenden Geschäftsjahres hat die DOUGLAS Group bereits 17 neue Filialen (netto) eröffnet.

Aktualisierte Nachhaltigkeitsstrategie mit ehrgeizigen Zielen

Die DOUGLAS Group hat kürzlich ihren Nachhaltigkeitsbericht für das Geschäftsjahr 2022/23 veröffentlicht und verfolgt das Ziel, auch in Sachen Nachhaltigkeit ein führender Anbieter für Premium-Beauty zu sein. Der Bericht enthält eine aktualisierte, ambitioniertere Nachhaltigkeitsstrategie im Einklang mit der übergreifenden Strategie „Let it Bloom“ und erweitert damit den bisherigen Ansatz aus dem Geschäftsjahr 2020/21. Die Nachhaltigkeitsstrategie der DOUGLAS Group basiert auf drei Schwerpunktthemen: People, Planet und Products.

¹ Nettoverschuldung von 3,063 Millionen Euro und LTM-EBITDA von 765 Millionen Euro.

Überblick Finanzergebnisse

Q1 GJ 2023/24	Q1 2022/23	Q1 2023/24	Veränderung (ausgewiesen)	Veränderung (like-for-like)
Umsatz (netto)*	€1.440,6m	€1.555,5m	+8,0%	+7,5%
Filialen*	€976,7m	€1.041,9m	+6,7%	+6,0%
E-Commerce	€463,9m	€513,6m	+10,7%	+10,7%
E-Commerce % (Konzernumsatz)	32,2%	33,0%	+0,8ppt	
Segment DACHNL	€638,5m	€688,0m	+7,8%	+7,2%
Segment Frankreich	€325,1m	€335,3m	+3,1%	+2,8%
Segment Südeuropa	€222,2m	€234,2m	+5,4%	+5,1%
Segment CEE**	€190,8m	€225,6m	+18,3%	+15,8%
Segment Parfumdreams/Niche Beauty	€50,1m	€63,2m	+26,0%	+26,4%
Bereinigtes EBITDA	€309,4m	€348,3m	+12,6%	
Nettoergebnis	€113,2m	€125,2m	+10,6%	

* Da die Restrukturierung in Spanien abgeschlossen ist, wird die DOUGLAS Group künftig keine Umsatzbereinigung mehr vornehmen und auf Basis der berichteten Umsätze (netto) informieren.

** CEE = Mittel- und Osteuropa (Bulgarien, Tschechien, Estland, Ungarn, Lettland, Litauen, Polen, Rumänien, Slowakei)

Über die DOUGLAS Group

Die DOUGLAS Group ist mit ihren Marken DOUGLAS, NOCIBÉ, parfumdreams und Niche Beauty der führende Omnichannel-Anbieter für Premium-Beauty in Europa. Die DOUGLAS Group inspiriert ihre Kund*innen, ihre eigene Art von Schönheit zu leben, indem sie ein einzigartiges Sortiment online und in rund 1.850 Geschäften anbietet. Die DOUGLAS Group ist der Partner der Wahl für Brands und bietet ein ausgewähltes Sortiment exklusiver Marken sowie eigener Unternehmensmarken. Das Sortiment umfasst Düfte, Make-up, Hautpflege, Haarpflege, Accessoires sowie Beauty-Dienstleistungen. Die Stärkung der erfolgreichen Omnichannel-Positionierung und die konsequente Weiterentwicklung des Kund*innenerlebnisses stehen im Mittelpunkt der Unternehmensstrategie „Let it Bloom - DOUGLAS 2026“. Das erfolgreiche Geschäftsmodell stützt sich auf das Omnichannel-Angebot, die führenden Marken und die Datenkompetenz der DOUGLAS Group. Im Geschäftsjahr 2022/23 erwirtschaftete die DOUGLAS Group einen Umsatz von 4,1 Milliarden Euro und beschäftigte europaweit rund 18.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Für weitere Informationen besuchen Sie die [DOUGLAS Group Website](#).

Pressekontakt

Peter Wübben
SVP Group Communications & Sustainability
Telefon: +49 211 16847 664
E-Mail: pr@douglas.de