

Q1 2025/26 (Oktober - September 2025)

DOUGLAS Group mit solider Entwicklung in herausforderndem wirtschaftlichem Marktumfeld

- **Vorläufige Q1-Zahlen bestätigt:** Umsatz steigt um 1,7% auf 1,67 Milliarden Euro; bereinigtes EBITDA von 333,7 Millionen Euro bei einer bereinigten EBITDA-Marge von 19,9%
- **Marktumfeld:** Markt für Premium-Beauty wächst weiter, jedoch verlangsamt; anhaltende geopolitische und makroökonomische Entwicklungen belasten Konsumklima und erhöhen Preissensibilität, was zu spürbarer Volatilität auf den Märkten und im Quartalsverlauf führt
- **Dynamik im E-Com:** Online-Geschäft mit anhaltend starker Entwicklung - einschließlich stark nachgefragter Cross-Channel-Services und wachsendem Partnerprogramm
- **Finanzprofil:** Deutlich reduzierte Nettoverschuldung und konsequentes Kostenmanagement
- **Guidance für GJ 2025/26 unverändert:** Umsatz von 4,65-4,80 Milliarden Euro und bereinigte EBITDA-Marge von rund 16,5%; Verschuldungsgrad zwischen 2,5x und 3,0x zum 30.09.2026

Düsseldorf, 11. Februar 2026 - In einem anhaltend herausfordernden wirtschaftlichen Umfeld hat die DOUGLAS Group ihre Widerstandsfähigkeit bewiesen und ihre starke Marktposition im ersten Quartal des Geschäftsjahres 2025/26 mit einem Umsatzanstieg von 1,7% erfolgreich behauptet. Aufgrund einer anhaltenden Verunsicherung sowie höheren Preissensibilität der Verbraucher*innen infolge makroökonomischer und geopolitischer Entwicklungen war der Zeitraum von Oktober bis Dezember 2025 von einer hohen Volatilität der Umsätze über Kanäle und Märkte hinweg geprägt. Das Umfeld führte zu einem verstärkt selektiven Kaufverhalten sowie zu einer zusehends promotionsgetriebenen Nachfrage im Markt, was wiederum die Bruttomarge belastete und in einer bereinigten EBITDA-Marge von 19,9% (VJ: 21,5%) resultierte.

Sander van der Laan, CEO DOUGLAS Group, sagte: „Der Markt, in dem wir tätig sind, wächst weiterhin, und wir haben unsere starke Position erfolgreich behauptet. Allerdings wägen die Verbraucherinnen und Verbraucher ihre Ausgaben zur Zeit genauer ab. Das intensiviert den Wettbewerb und führt dazu, dass Preisaktionen für alle Anbieter wichtiger werden. Die Folge davon ist ein gebremstes Marktwachstum in ganz Europa. Zudem relativiert das derzeit verlangsamte Wachstum auf unseren zwei größten Einzelmärkten Deutschland und Frankreich auf Gruppensicht die Zuwächse in den anderen Ländern. Ungeachtet dessen bleibt unser Geschäftsmodell hochprofitabel - und wir sind bestens dafür aufgestellt, wenn der Markt wieder Fahrt aufnimmt. Unser Alleinstellungsmerkmal liegt nicht nur in der einzigartigen Integration von stationärem Handel und zeitgemäßem E-Commerce, sondern auch in der Exklusivität unseres Sortiments und unserer Services für die Kundinnen und Kunden. Wir werden unser Angebot dahingehend weiterentwickeln und ausbauen und erwarten uns daraus zusätzliche Wachstumsimpulse.“

E-Com-Dynamik und starke Entwicklung in Zentralosteuropa

Die Umsatzentwicklung variierte im Verlauf des ersten Quartals deutlich zwischen Segmenten und Vertriebskanälen. Zentralosteuropa verzeichnete ein starkes Wachstum von insgesamt 7,3%. Im insgesamt schwächeren französischen Markt stieg der Umsatz um 1,2%, während das Segment

DACHNL ein Plus von 0,6% erzielte. Gestützt durch den Ausbau des Standortnetzes stiegen die Filialumsätze um 0,4% (Ifl: -2,8%) gegenüber dem Vorjahreszeitraum, während das E-Com-Geschäft im Jahresvergleich um 4,2% zulegen. Zusätzliche Dynamik erhielt das Online-Geschäft durch Cross-Channel-Services wie zum Beispiel Click & Collect Express, die weiterhin auf hohe Nachfrage stoßen und zweistellig wuchsen – ein klarer Beleg für die Attraktivität des Omnichannel-Modells im Beauty-Handel. Auch das Partnerprogramm entwickelte sich weiterhin positiv und ist in Q1 stark gewachsen.

Die DOUGLAS Group treibt den Ausbau ihrer digitalen Präsenz und die Weiterentwicklung ihres Online-Geschäftsmodells mit klarem Fokus auf Profitabilität auch darüber hinaus konsequent voran. Neben dem deutlichen Anstieg des Nettobestelleingangs nahm auch die Zahl der angebotenen Partner im Partnerprogramm signifikant zu – bei gleichzeitig hohen Qualitätsstandards und sorgfältiger Kuratation im Einklang mit der übergreifenden Sortimentsstrategie. Das hochprofitable Retail-Media-Geschäft setzte ebenfalls seinen Wachstumskurs fort und erzielte zweistellige Zuwächse sowohl beim Umsatz als auch beim Ergebnis – ein klarer Beleg für die starke Nachfrage nach maßgeschneiderten Marketing- und Datenlösungen auf einer der führenden Online-Plattformen für Premium-Beauty in Europa. Als verbindendes Element zwischen den Vertriebskanälen bestätigte auch die DOUGLAS App erneut ihre wichtige Rolle in der Customer Journey: Mehr als jeder dritte digitale Einkauf wurde im Berichtszeitraum über die App getätigt.

Druck auf die Bruttomarge beeinträchtigt Profitabilität

Unsicherheit und Preissensibilität unter Verbraucher*innen, die zu den oben erwähnten verstärkten Werbeaktivitäten auf dem gesamten Markt sowohl in Filialen als auch im E-Com führten, belasteten die Bruttomarge im Quartal weiterhin und beeinträchtigten die Profitabilität. Sparmaßnahmen zur Stabilisierung der Profitabilität wurden durch eine vorübergehende Margenverwässerung infolge von Anlaufeffekten bei neuen Filialen ausgeglichen. Das bereinigte EBITDA sank um 5,6% auf 333,7 Millionen Euro bei einer Marge von 19,9% (PY: 21,5%). Der Nettoverschuldungsgrad lag zum 31.12.2025 bei 2,6x (31.12.2024: 2,3x), bzw. 1,4x exklusive Mieten.

Trotz des niedrigeren bereinigten EBITDA, gestiegener durchschnittlicher Lagerbestände – vorrangig aufgrund von Filialeröffnungen – sowie höherer Investitionen in das Filialnetz und die IT-Infrastruktur blieb der Free Cashflow mit 464,4 Millionen Euro robust (Q1 2024/25: 494,5 Millionen Euro). Das Finanzergebnis verbesserte sich um rund 5 Millionen Euro, was auf niedrigere Zinsaufwendungen durch die laufende Entschuldung zurückzuführen ist. Die Nettoverschuldung (exklusive Mieten) wurde um mehr als 180 Millionen Euro auf nunmehr 609 Millionen Euro reduziert.

Hohe Nachfrage am Black Friday

Am Black Friday, einem der wichtigsten Verkaufstage des Jahres, verzeichneten die DOUGLAS Group und ihre Vertriebsmarken eine sehr hohe Nachfrage: Der Web-Traffic in den Online-Shops von DOUGLAS und NOCIBÉ erreichte mehr als das 3,5-Fache eines durchschnittlichen Freitags. Dabei wurden Spitzenwerte von rund 25.000 Bestellungen pro Stunde erzielt und allein an diesem Tag 358.000 Bestellungen in 22 Omnichannel-Märkten bearbeitet. In Deutschland belegte die DOUGLAS App zudem Platz eins unter den Shopping-Apps in den iOS-App-Charts.

Die hohe Nachfrage an Shopping-Events wie Singles' Day und Black Week führte jedoch teilweise auch dazu, dass Kund*innen ihre Weihnachtseinkäufe vorzogen, was das Dezembergeschäft beeinträchtigte.

Sander van der Laan: „Nach dem Aufschwung nach der Pandemie spüren wir im europäischen Premium-Beauty-Markt nun Gegenwind, bedingt durch zahlreiche externe Faktoren. Geopolitische Spannungen, Handelskonflikte und steigende Lebenshaltungskosten haben marktübergreifend eine Kaufzurückhaltung ausgelöst – insbesondere in Deutschland, Frankreich und den Niederlanden. Dennoch haben wir als führender Premium-Beauty-Händler Europas solide Ergebnisse erzielt. Wir bleiben fokussiert und glauben fest an unsere Stärken, wie unsere einzigartige Kombination von Filialen und E-Com, die starke Marke und unser führendes Produktsortiment, sowie unsere loyalen Kundinnen und Kunden und unsere hochmotivierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.“

Weiterentwicklung des Sortiments, Ausbau des Filialnetzes und Harmonisierung der IT-Landschaft

Um Kund*innen das relevanteste und differenzierteste Markensortiment im Premium-Beauty-Handel zu bieten, entwickelt die DOUGLAS Group ihr Portfolio gezielt in Richtung Exklusivität weiter. Im Januar 2026 wurde die Make-up-Marke about-face der international bekannten Sängerin Halsey online gelauncht; der vollständige Omnichannel-Rollout ist für März 2026 geplant. Darüber hinaus lanciert die Group Ende Februar die Duftmarke Orebella des Models Bella Hadid. Beide Launches zählen zu den wichtigsten exklusiven Einführungen im Geschäftsjahr 2025/26 und unterstreichen den Anspruch der DOUGLAS Group, für Kund*innen die erste Anlaufstelle für Premium-Beauty zu sein.

Als integraler Bestandteil der Omnichannel-Strategie entwickelt das Unternehmen auch das Filialnetz in Europa weiter: Zwischen Oktober und Dezember 2025 wurden insgesamt 13 neue eigene Filialen (netto) eröffnet, womit sich die Gesamtzahl der Standorte auf 1.972 erhöhte (inkl. Franchise). Im gleichen Zeitraum wurden 22 bestehende Filialen modernisiert (inkl. Umzüge). Zu den Highlights im Filialnetz zählten im ersten Quartal ein Flagship-Store in Köln auf der Schildergasse – einer der meistfrequentierten Einkaufsstraßen Europas – sowie die 170. Filiale in Polen (Zawiercie).

Die DOUGLAS Group investiert zudem gezielt in die Zukunft und harmonisiert ihre IT-Landschaft konzernweit. In den letzten zwei Jahren wurden im Rahmen dieses mehrjährigen Transformationsprogramms wesentliche Meilensteine erreicht, darunter zwölf Rollouts sowie die Anbindung von vier Omnichannel-Lagern. Aktuell arbeiten zehn von 22 Ländern auf dem vollständigen Group-Tech-Stack; weitere werden 2026 und in den Folgejahren folgen. Darüber hinaus werden weitere Prozesse wie die Bezahlung harmonisiert – mit positiven Effekten auf Kosten und Kreditkartenakzeptanz.

Guidance für 2025/26 bleibt unverändert

Die Guidance für das Gesamtjahr bleibt unverändert: Erwartet werden Umsätze zwischen 4,65 und 4,80 Milliarden Euro, eine bereinigte EBITDA-Marge von rund 16,5% sowie ein Verschuldungsgrad von 2,5x bis 3,0x zum 30.09.2026.

Am 26. Februar findet die Hauptversammlung der DOUGLAS Group statt. Details zur diesjährigen Hauptversammlung, die erneut virtuell abgehalten wird, finden Sie auf der [Website der DOUGLAS Group](#).

Überblick Finanzergebnisse (Q1 2025/26)

I. Umsatz nach Absatzkanal

Q1 2025/26	Q1 2024/25	Q1 2025/26	Veränderung (ausgewiesen)	Veränderung (IfI)
Umsatz	€1.646,4m	€1.673,8m	+1,7%	-0,3%
Filialen	€1.101,0m	€1.105,6m	+0,4%	-2,8%
E-Commerce (inkl. X-Channel)	€545,3m	€568,2m	+4,2%	
E-Commerce % (Konzernumsatz)	33,1%	33,9%	+0,8 Pkt.	

II. Umsatz nach Segment

Q1 2025/26	Q1 2024/25	Q1 2025/26	Veränderung (ausgewiesen)	Veränderung (IfI)
Umsatz	€1.646,4m	€1.673,8m	+1,7%	-0,3%
– DACHNL	€730,8m	€734,8m	+0,6%	-1,4%
– Frankreich	€342,2m	€346,2m	+1,2%	-0,8%
– Südeuropa	€248,7m	€250,0m	+0,6%	-0,6%
– CEE	€255,4m	€274,1m	+7,3%	+3,6%
– PD/NB	€69,4m	€68,6m	-1,1%	+0,1%

III. Wichtigste finanzielle Kennzahlen

Q1 2025/26	Q1 2024/25	Q1 2025/26	Veränderung (ausgewiesen)
Umsatz	€1.646,4m	€1.673,8m	+1,7%
EBITDA	€350,1m	€331,9m	-5,2%
Bereinigtes EBITDA	€353,5m	€333,7m	-5,6%
EBIT	€260,3m	€234,5m	-9,9%
Bereinigtes EBIT	€266,4m	€237,3m	-11,0%
Nettogewinn	€163,0m	€144,8m	-11,2%
Free Cash Flow	€494,5m	€464,4m	-6,1%
Ø NWC % des Umsatzes (LTM)	5,4%	3,6%	-1,8 Pkt.

Segment-Übersicht: DACHNL (Österreich, Belgien, Deutschland, Schweiz, Niederlande), Frankreich (Frankreich, Monaco), SE / Südeuropa (Andorra, Kroatien, Italien, Portugal, Slowenien, Spanien), Zentral- und Osteuropa / CEE (Bulgarien, Tschechische Republik, Estland, Ungarn, Lettland, Litauen, Polen, Rumänien, Slowakei), PD/NB (Parfumdreams, Niche Beauty)

X-Channel bezeichnet Cross-Channel Services (Click & Collect, Click & Collect Express, In-Store-Bestellungen)

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 1.970 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 2024/25 erwirtschaftete die DOUGLAS Group einen Umsatz von 4,58 Milliarden Euro und beschäftigte europaweit mehr als 19.900 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Die DOUGLAS Group (Douglas AG) ist an der Frankfurter Wertpapierbörse gelistet.

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

Pressekontakt

Peter Wübben
SVP Group Communications & Sustainability
Phone: +49 211 16847 6644
Mail: newsroom@douglas.de

Investorenkontakt

Dafne Sanac
Director / Senior Principal Investor Relations
Phone: +49 151 55675545
Mail: ir@douglas.de