

DOUGLAS Group passt Guidance an - Fokus auf strategische Prioritäten

- **Geschäftsentwicklung:** Geschäftsentwicklung im dritten Quartal bisher schwächer als erwartet. Anhaltende makroökonomische Unsicherheiten und eine hohe Preissensibilität belasten das Kundenvertrauen und Kaufbereitschaft.
- **Strategie:** Umverteilung von Investitionen, stärkere Differenzierung und Exklusivität, wettbewerbsfähige Preisgestaltung sowie Beschleunigung der Digitalisierung.
- **Guidance für das Geschäftsjahr 2025/26 angepasst:**
 - Umsatzwachstum von 0 bis 1% erwartet (entspricht 4,58 bis 4,63 Mrd. Euro; zuvor: „am unteren Ende der Spanne von 4,65 bis 4,80 Mrd. Euro“)
 - Bereinigte EBITDA-Marge von rund 15,0% (zuvor: „rund 16,0%“)
 - Nettoverschuldungsgrad (Net Leverage) zum 30. September 2026 zwischen 3,0x und 3,5x (zuvor: „am oberen Ende der Spanne von 2,5x bis 3,0x“)

Düsseldorf, 18. Juni 2026 – Angesichts der bisherigen Geschäftsentwicklung im dritten Quartal, passt die DOUGLAS Group ihre Guidance für das Geschäftsjahr 2025/26 an. In einem sich gewandelten Markt treibt das Unternehmen seine strategischen Maßnahmen voran, um profitables Wachstum zu sichern. Im Rahmen dessen werden Investitionen verlagert, die Differenzierung und Exklusivität weiter ausgebaut sowie die Digitalisierung beschleunigt.

Sander van der Laan, CEO der DOUGLAS Group, sagte: „Das Kaufverhalten der Kundinnen und Kunden und die Marktbedingungen haben sich spürbar verändert. In diesem herausfordernden Umfeld fokussieren wir uns voll auf unsere strategischen Prioritäten: Wir verlagern Investitionen vom Filialgeschäft in den Onlinebereich, stärken unsere Preispositionierung und investieren gleichzeitig in Differenzierung und Exklusivität; zudem beschleunigen wir die Digitalisierung. Einige dieser Maßnahmen werden bereits kurzfristig positive Ergebnisse liefern, andere brauchen mehr Zeit, bis sie Wirkung zeigen. Wir agieren schnell, fokussiert und mit klarer Zielsetzung im Rahmen eines nachhaltigen, mittel- bis langfristigen Ansatzes.“

Geprägt durch das sich verändernde Einkaufs- und Ausgabenverhalten der Kundinnen und Kunden befindet sich der europäische Premium-Beauty-Markt weiterhin im Wandel: Aufgrund der anhaltenden geopolitischen und makroökonomischen Unsicherheit sind viele Kundinnen und Kunden nach wie vor sehr preissensibel und verschieben Käufe in Erwartung von Sonderangeboten. Der Onlinehandel wächst schneller als das stationäre Geschäft und mit einer soliden Profitabilität auf Ebit-Basis, während sich die Filialumsätze auf vergleichbarer Fläche („like-for-like“) negativ entwickeln. Kanalmix, Nachfragestruktur und Ausgabeverhalten unterscheiden sich von Markt zu Markt, wobei Cross-Channel-Services wie „Click-and-Collect“ sich stark wachsen.

Da die allgemeine Marktentwicklung den Umsatz und die Profitabilität belastet, hat die DOUGLAS Group ihre Guidance für das Geschäftsjahr 2025/26 angepasst und rechnet nun mit einem Umsatzwachstum von 0-1 % (entspricht 4,58 - 4,63 Mrd. Euro, zuvor „am unteren Ende von 4,65 - 4,80 Mrd. Euro“), während die bereinigte EBITDA-Marge bei rund 15,0% (zuvor „rund 16,0 %“) erwartet wird. Beim Nettoverschuldungsgrad wird eine Spanne von 3,0x bis 3,5x prognostiziert (zuvor: „am oberen Ende der Spanne von 2,5x bis 3,0x“).

Stark positioniertes Omnichannel-Geschäftsmodell

Getragen von ihrem führenden Omnichannel-Geschäftsmodell, einer starken Marke und vertrauensvollen Partnerschaften mit Premium Beauty-Herstellern ist die DOUGLAS Group weiterhin stark positioniert. Viele der aktuellen Herausforderungen hat das Unternehmen bereits in den vergangenen Jahren im Zuge seiner Transformation zu einem echten Omnichannel-Händler gemeistert und sich damit einen klaren Vorsprung erarbeitet. Zugleich profitiert die DOUGLAS Group von einem gesunden Finanzprofil, das ihr hohe Handlungsflexibilität ermöglicht.

„Im aktuellen Marktumfeld ist beides wichtiger denn je: Differenzierung und Preise. Unser Omnichannel-Modell, ein sorgfältig kuratiertes Premium-Sortiment, eine attraktive Preispositionierung und unsere starke Marke verschaffen uns klare Wettbewerbsvorteile, die wir konsequent und diszipliniert ausspielen“, sagte van der Laan. „Das Management und alle Mitarbeitenden im Unternehmen sind hochmotiviert und fest entschlossen, die aktuellen Herausforderungen anzunehmen. Wir haben einen klaren Maßnahmenplan und sind zuversichtlich, damit unser Unternehmen auf dem profitablen Wachstumspfad zu halten.“

Weitere Einzelheiten und ein Update zu den strategischen Maßnahmen werden im Rahmen der Quartalsberichterstattung der DOUGLAS Group am 12. August 2026 veröffentlicht.

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“. 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
Tel.: +49 211 16847 6644
E-Mail: newsroom@douglas.de

Investorenkontakt

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