

Q4 & Gesamtjahr 2024/25 (Oktober 2024 – September 2025)

## **DOUGLAS Group in volatilem Geschäftsjahr 2024/25 mit solidem Umsatzwachstum und starkem Netto Gewinn**

- **Guidance erfüllt:** Umsatz steigt um 3,5% (ohne Disapo) auf 4,58 Milliarden Euro; bereinigte EBITDA-Marge von 16,8%; Netto Gewinn auf 175,4 Millionen Euro mehr als verdoppelt
- **Erfolgsmodell Omnichannel:** Wachstum sowohl in Filialen als auch online – E-Commerce legt zum Ende des Geschäftsjahres stark zu
- **Herausforderndes Umfeld beeinflusst Q4:** Solides Umsatzwachstum von 2,6% (ohne Disapo); bereinigtes EBITDA sinkt um 11,4% auf 134,3 Millionen Euro v.a. aufgrund von verändertem Verbraucherverhalten, höherer Preissensibilität und anhaltendem Preiswettbewerb
- **Verlangsamtes Marktwachstum:** Europäischer Markt für Premium-Beauty weiter auf Wachstumskurs erwartet, aber Verunsicherungen bei Verbraucher\*innen könnten anhalten
- **Guidance für Geschäftsjahr 2025/26 und mittelfristige Zielsetzung:**
  - Guidance GJ 2025/26: Umsatz zwischen 4,65 und 4,80 Milliarden Euro bei bereinigter EBITDA-Marge von rund 16,5%; Verschuldungsgrad von 2,5x bis 3,0x zum 30.09.2026
  - Mittelfristige Ziele: Jährliche Umsatzsteigerung im unteren bis mittleren einstelligen Prozentbereich bei stabiler bereinigter EBITDA-Marge; Verschuldungsgrad: 2,0x bis 2,5x
- **Strategische Expansion:** DOUGLAS Group erwägt Expansion außerhalb Europas und prüft möglichen Markteintritt in Golfregion („Gulf Cooperation Council“-Länder)

**Düsseldorf, 18. Dezember 2025** – Die DOUGLAS Group, Europas führender Anbieter für Premium-Beauty, hat das Geschäftsjahr 2024/25 mit einem soliden Umsatzwachstum abgeschlossen und damit ihre aktualisierte Guidance erreicht. Nach einem guten Start im ersten Quartal (Oktober bis Dezember 2024) haben sich die Verbraucherstimmung und die Konsumausgaben in den ersten Monaten des Jahres 2025 vor allem in Deutschland und Frankreich abgeschwächt. Auf eine Trendwende im dritten Quartal folgte ein Aufschwung im Online-Geschäft von Juli bis September 2025 – dennoch stand die Profitabilität aufgrund der schwierigen Marktbedingungen unter Druck. Insbesondere dank einer deutlich geringeren Verschuldung konnte die DOUGLAS Group ihren Netto Gewinn im Geschäftsjahr mehr als verdoppeln. Zugleich erzielte sie große Fortschritte bei der Umsetzung ihrer Omnichannel-Strategie „Let it Bloom“.

Sander van der Laan, CEO der DOUGLAS Group, sagte: „In einem sehr volatilen und somit herausfordernden Jahr haben wir insgesamt Ergebnisse im Rahmen der Erwartungen erzielt. Für die Zukunft erwarten wir ein solides Gesamtwachstum im europäischen Premium-Beauty-Markt, sehen jedoch Veränderungen im Verbraucherverhalten im Vergleich zu den äußerst dynamischen Jahren nach der Pandemie. Als führender Player wollen wir die Chancen nutzen, die sich in dieser Phase der Marktkonsolidierung und -neuausrichtung bieten. Wir haben die Stärke und den Ehrgeiz, weiter zu wachsen und rechnen auch mit Impulsen durch den weiteren Ausbau unseres Filialnetzes sowie die Erschließung neuer Märkte – auch außerhalb von Europa. Daher prüfen wir derzeit intensiv einen Markteintritt in der Golfregion, wo wir großes Potential für unser Premium-Beauty-Geschäft sehen.“

## **Ergebnisse im GJ 2024/25 im Rahmen der Erwartungen**

Im Geschäftsjahr 2024/25 stieg der Umsatz um 2,8%, oder 3,5% ohne die verkaufte Online-Apotheke Disapo, auf 4,58 Milliarden Euro. Sowohl die Filialen mit +2,5% (lfl: +0,2%) als auch E-Com mit +5,6% (ohne Disapo) haben zum Gesamtwachstum beigetragen. Cross-Channel-Services wie Click & Collect Express - die E-Com zugeordnet werden - haben sich außerordentlich gut entwickelt.

Das ausgewiesene EBITDA stieg um 3,6% auf 756,5 Millionen Euro, was einer Marge von 16,5% entspricht (VJ: 16,4%). Das bereinigte EBITDA sank um 5,0% auf 768,4 Millionen Euro bei einer Marge von 16,8% (VJ: 18,2%) - auch aufgrund geringerer Bereinigungen. Der Nettogewinn hat sich auf 175,4 Millionen Euro mehr als verdoppelt (VJ: 84,0 Millionen Euro). Der Free Cashflow sank um 12,0% auf 461,0 Millionen Euro (VJ: 524,0 Millionen Euro). Das durchschnittliche Nettoumlauvermögen (NWC) in Prozent des Konzernumsatzes verbesserte sich auf 4,4% (VJ: 5,3%).

Die DOUGLAS Group hat damit ihre Guidance für das Geschäftsjahr 2024/25, die sie am 20. März 2025 im Zuge eines veränderten Marktumfeldes aktualisiert hatte, in allen vier KPIs erfüllt.

## **Starkes Online-Geschäft prägt letztes Quartal des Geschäftsjahres**

Die DOUGLAS Group hat das Geschäftsjahr mit einem soliden vierten Quartal abgeschlossen: Der Umsatz stieg um 2,3%, oder 2,6% ohne Disapo, auf 981,9 Millionen Euro (lfl: +1,2%). Treiber war das starke Online-Geschäft, während die höheren Umsätze im Filialgeschäft auf den erfolgreichen Ausbau des Netzes zurückzuführen sind. Alle Segmente haben positiv zum Gesamtwachstum beigetragen. Die Konzern Tochter NOCIBÉ konnte ihre Position im französischen Markt, der sich zuletzt weiter abschwächte, in Q4 ausbauen und Marktanteile gewinnen; im leicht wachsenden Markt Deutschland konnte die DOUGLAS Group ihren Marktanteil im Filialgeschäft auf Gesamtjahressicht ebenfalls steigern.

Der Filialumsatz lag 0,6% über dem Vorjahreswert, wobei die Entwicklung zwischen den Segmenten variierte: Der Umsatz stieg in Zentralosteuropa (+6,4%) und Südeuropa (+2,2%), in DACHNL blieb er stabil (-0,3%). In Frankreich gingen die Filialumsätze leicht zurück (-1,5%). Die Online-Umsätze legten im vierten Quartal fast überall und insgesamt um 6,2% - bzw. 7,3% ohne Disapo - zu. Neben dem Online-Segment Parfumdreams / Niche Beauty (+17,5%) verzeichneten Zentralosteuropa (+13,8%) und Frankreich (+11,0%) das größte relative Wachstum.

Konsequentes Kostenmanagement trug zur Profitabilität im Quartal bei, die Bruttomarge wurde jedoch durch verändertes Verbraucherverhalten, darunter eine höhere Preissensibilität, sowie anhaltenden Wettbewerbsdruck durch Rabattaktionen und geringere Lieferantenboni beeinträchtigt. Das ausgewiesene EBITDA sank 15,1% auf 129,8 Millionen Euro bei einer Marge von 13,2% (VJ: 15,9%). Das bereinigte EBITDA sank 11,4% auf 134,3 Millionen Euro bei einer Marge von 13,7% (VJ: 15,8%). Der Verschuldungsgrad lag zum 30.09.2025 bei 2,9x (30.09.2024: 2,8x) bzw. 2,1x vor IFRS16.

## **Gezielte Investitionen in Wachstumsinitiativen und Effizienzsteigerung**

Die Gruppe investiert weiterhin gezielt in strategische Initiativen, um ihre Wachstumsziele in einem sich verändernden und neu ausrichtenden Markt zu unterstützen, darunter in die IT, Lieferkette und in harmonisierte Prozesse und Systeme über die gesamte Organisation hinweg. Zudem testet das Unternehmen den Einsatz von KI in verschiedenen Bereichen wie Marketing oder den Online-Shops.

Sander van der Laan: "Wir sind fest überzeugt, dass 'Let it Bloom' die richtige Strategie für uns ist und Omnichannel das Erfolgsmodell für Premium Beauty. Wir wollen profitabel wachsen und investieren in Initiativen, die das Geschäft und die Effizienz verbessern - wie IT, E-Com oder unsere Expansion."

### **Mögliche Expansion außerhalb Europas**

Die DOUGLAS Group erwägt eine Expansion außerhalb Europas und prüft einen möglichen Markteintritt in der Golfregion bzw. den sogenannten GCC-Ländern („Gulf Cooperation Council“). Die Region ist mit ihrer florierenden Handelslandschaft, schnell wachsenden Märkten und einer kaufkräftigen Kundschaft prädestiniert für das Premium-Beauty-Angebot des Unternehmens. Eine endgültige Entscheidung soll im Laufe des Jahres 2026 gefällt werden.

### **Meilensteine bei verschiedenen strategischen Initiativen**

Das Unternehmen bekennt sich weiterhin klar zum stationären Handel und hat das Filialnetz weiter ausgebaut: Zwischen Juli und September 2025 wurden 35 neue eigene Filialen eröffnet (netto), darunter der erste Flagship-Store in Tallinn, Estland, und eine neue Filiale in der Schweizer Hauptstadt Bern. Zudem hat die Group 36 bestehende eigene Filialen modernisiert (inkl. Umzüge). Insgesamt wurden 2024/25 139 eigene Stores modernisiert (inkl. Umzüge) und 74 neue eigene Filialen eröffnet (netto). Einschließlich Franchises führt die DOUGLAS Group damit zum 30.09.2025 1.959 Filialen.

Zudem hat die Gruppe Meilensteine bei weiteren strategischen Initiativen erreicht: Im vierten Quartal wurden drei neue exklusive Marken lanciert (NEST, Iräye, Drybar) und eine neue Kampagnen-Plattform sorgt künftig für einheitliche Markenkommunikation in allen 22 Omnichannel-Ländern.

Darüber hinaus hat das Unternehmen gute Fortschritte bei der Einführung seines OWAC-Lieferkettenmodells („One Warehouse, All Channels“) erreicht: Das fünfte OWAC-Lager in der Nähe von Warschau, Polen, hat im August den Betrieb aufgenommen, wodurch Servicequalität, Lieferzeiten und Kund\*innenerlebnis verbessert werden. Über das Lager werden derzeit alle B2C-Bestellungen und Filialbelieferungen in Polen abgewickelt, sechs weitere Länder werden folgen. In Italien wurde der OWAC-Betrieb derweil in ein modernes, hochautomatisiertes neues Lager verlegt: Der Umzug wirkt sich zwar während der Anlaufphase vorübergehend auf die Servicerate aus, dürfte jedoch zu einer deutlichen Senkung der Logistikkosten führen. Außerdem hat die Gruppe kürzlich einen Vertrag für das OWAC-Lager in den Niederlanden unterzeichnet, welches die BENE-Region versorgen wird.

### **Guidance für Geschäftsjahr 2024/25 und Mittelfristziele**

In Anbetracht der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen und Marktentwicklungen, die unter anderem zu einer höheren Preissensibilität bei Verbraucher\*innen geführt haben, erwartet die DOUGLAS Group für das Geschäftsjahr 2025/26 Umsätze zwischen 4,65 und 4,80 Milliarden Euro, eine bereinigte EBITDA-Marge von rund 16,5% sowie eine Nettoverschuldung zwischen 2,5x und 3,0x zum 30.09.2026. Neben der Guidance geht die Gruppe von positiven Entwicklungen im durchschnittlichen Nettoumlauvermögen (weniger als 4% der Zwölf-Monats-Umsätze („LTM“)) aus und plant Investitionsausgaben von rund 150 Millionen Euro (exklusive Mieten).

Das Unternehmen hat zudem seine Mittelfristziele veröffentlicht und erwartet eine jährliche Umsatzsteigerung im niedrigen bis mittleren einstelligen Prozentbereich bei einer stabilen bereinigten EBITDA-Marge sowie eine Reduzierung der Nettoverschuldung auf 2,0x bis 2,5x. Bei diesem Verschuldungsgrad sieht sie sich in der Position, möglicherweise eine Dividende zahlen zu können.

Van der Laan: „Dank unserer hochmotivierten Mitarbeitenden, treuen Kundinnen und Kunden sowie starken Beziehungen mit unseren Geschäftspartnern haben wir ein herausforderndes Jahr gut überstanden. Unsere Märkte verändern sich in einem schwierigen Umfeld, aber wir sind gut positioniert, um weiter zu wachsen – vor allem aufgrund unseres effektiven Omnichannel-Modells und unserer starken Handelsmarken. Wir glauben an unsere Stärken und unsere strategische Richtung.“

### **Solider Start in das neue Geschäftsjahr - Trading Statement am 19. Januar**

Die DOUGLAS Group ist solide in 2025/26 gestartet und wird am 19. Januar 2026 im Rahmen eines Trading Statements weitere Informationen zu den Entwicklungen im ersten Quartal veröffentlichen.

### **Überblick Finanzergebnisse (Q4 2024/25)**

#### **I. Umsatz nach Absatzkanal**

<b>Q4 2024/25</b>	<b>Q4 2023/24</b>	<b>Q4 2024/25</b>	<b>Veränderung (ausgewiesen)</b>	<b>Veränderung (like-for-like)</b>
<b>Umsatz</b>	€959,9m	€981,9m	+2,3%	+1,2%
<b>Filialen</b>	€666,6m	€670,3m	+0,6%	-1,9%
<b>E-Com (inkl. X-Channel)</b>	€293,2m	€311,5m	+6,2%	+7,3%
<b>E-Com % (Konzernumsatz)</b>	30,6%	31,7%	+1,2 Pkt.	

#### **II. Umsatz nach Segment**

<b>Q4 2024/25</b>	<b>Q4 2023/24</b>	<b>Q4 2024/25</b>	<b>Veränderung (ausgewiesen)</b>	<b>Veränderung (like-for-like)</b>
<b>Umsatz</b>	€959,9m	€981,9m	+2,3%	+1,2%
– DACHNL	€460,5m	€467,4m	+1,5%	+0,1%
– Frankreich	€160,1m	€161,1m	+0,6%	-1,4%
– Südeuropa	€143,5m	€145,3m	+1,3%	-0,3%
– CEE	€146,4m	€158,0m	+8,0%	+4,4%
– PD/NB	€43,1m	€49,6m	+15,0%	+15,3%

#### **III. Wichtigste finanzielle Kennzahlen**

<b>Q4 2024/25</b>	<b>Q4 2023/24</b>	<b>Q4 2024/25</b>	<b>Veränderung (ausgewiesen)</b>
<b>Umsatz</b>	€959,9m	€981,9m	+2,3%
<b>EBITDA</b>	€152,9m	€129,8m	-15,1%
<b>Bereinigtes EBITDA</b>	€151,5m	€134,3m	-11,4%
<b>EBIT</b>	€62,0m	€27,3m	-56,0%
<b>Free Cash Flow</b>	€58,8m	€48,2m	-18,0%
<b>Ø NWC % des Umsatzes (LTM)</b>	5,3%	4,4%	-0,9 Pkt.

## Überblick Finanzergebnisse (Geschäftsjahr 2024/25)

### I. Umsatz nach Absatzkanal

FY 2024/25	GJ 2023/24	GJ 2024/25	Veränderung (ausgewiesen)	Veränderung (like-for-like)
<b>Umsatz</b>	€4.451,0m	€4.575,3m	+2,8%	+2,2%
<b>Filialen</b>	€2.999,5m	€3.075,7m	+2,5%	+0,2%
<b>E-Com (inkl. X-Channel)</b>	€1.451,4m	€1.499,7m	+3,3%	+5,7%
<b>E-Com % (Konzernumsatz)</b>	32,6%	32,8%	+0,2 Pkt.	

### II. Umsatz nach Segment

FY 2024/25	GJ 2023/24	GJ 2024/25	Veränderung (ausgewiesen)	Veränderung (like-for-like)
<b>Umsatz</b>	€4.451,0m	€4.575,3m	+2,8%	+2,2%
– <b>DACHNL</b>	€2.073,1m	€2.120,5m	+2,3%	+0,9%
– <b>Frankreich</b>	€838,2m	€840,4m	+0,3%	-0,7%
– <b>Südeuropa</b>	€665,8m	€684,7m	+2,8%	+1,9%
– <b>CEE</b>	€652,1m	€719,0m	+10,3%	+7,3%
– <b>PD/NB</b>	€190,2m	€210,3m	+10,6%	+10,7%

### III. Wichtigste finanzielle Kennzahlen

FY 2024/25	GJ 2023/24	GJ 2024/25	Veränderung (ausgewiesen)
<b>Umsatz</b>	€4.451,0m	€4.575,3m	+2,8%
<b>EBITDA</b>	€730,3m	€756,5m	+3,6%
<b>Bereinigtes EBITDA</b>	€808,6m	€768,4m	-5,0%
<b>EBIT</b>	€383,5m	€368,6m	-3,9%
<b>Nettogewinn</b>	€84,0m	€175,4m	+108,7%
<b>Free Cash Flow</b>	€524,0m	€461,0m	-12,0%

**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, z. B. Click & Collect Express.

---

## 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 1.960 Filialen 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  
Telefon: +49 211 16847 6644  
Mail: [newsroom@douglas.de](mailto:newsroom@douglas.de)

## Investorenkontakt

Dafne Sanac  
Director / Senior Principal Investor Relations  
Telefon: +49 151 55675545  
Mail: [ir@douglas.de](mailto:ir@douglas.de)