

PRESSEMITTEILUNG

Douglas mit starkem Wachstum im ersten Halbjahr

- Als einer der führenden Beauty-Händler Europas steigert Douglas Umsatz im ersten Halbjahr 2018/19 um 4,8 Prozent auf 1,95 Mrd. Euro
- E-Commerce bleibt Wachstumsmotor mit Umsatzsteigerung von 36,8 Prozent
- Heimatmarkt Deutschland wächst mit einem Plus von 9,5 Prozent besonders stark
- Deutliche Erhöhung des Free Cash Flow um 9,2 Prozent
- Weiterentwicklung des E-Commerce zum offenen Marktplatz eingeleitet
- Douglas Group CEO, Tina Müller: „Wir setzen unsere erfolgreiche Wachstumsstrategie fort. Der Schritt vom Händler zur offenen Beauty-Plattform wird uns attraktive, zusätzliche Wachstumschancen eröffnen.“

Düsseldorf, 16. Mai 2019. Douglas, einer der führenden Premium-Beauty-Händler Europas, setzt den Wachstumskurs erfolgreich fort. Der Konzernumsatz stieg in den ersten 6 Monaten des Geschäftsjahres 2018/19 um 4,8 Prozent auf 1,95 Mrd. Euro. Der März im Vorjahreszeitraum umfasste allerdings auch das wichtige Ostergeschäft, das in diesem Jahr in den April und damit in das Berichtsquartal Q3 fällt. Auf bereinigter Basis lag das Umsatzwachstum im ersten Halbjahr daher sogar bei 5,5 Prozent.

Der Bereich E-Commerce erzielte im ersten Halbjahr eine Umsatzsteigerung um 36,8 Prozent auf 327 Mio. Euro. Das organische Wachstum ohne die Akquisition von parfumdreams erreichte 17,1 Prozent. Damit hat Douglas die Position als führender europäischer Online-Anbieter erfolgreich ausgebaut.

Tina Müller, Group CEO Douglas: „Angetrieben von #FORWARDBEAUTY sind wir in allen Märkten gewachsen und haben unsere Position als europäischer Marktführer weiter ausgebaut. Dieses Momentum werden wir nutzen, um unsere erfolgreiche Wachstumsstrategie entschlossen fortzusetzen und den Fokus weiter auf profitables Wachstum zu richten.“

Das berichtete EBITDA ist um 3,5 Prozent auf 206 Mio. Euro gestiegen, da mit dem Fortschreiten der #FORWARDBEAUTY-Strategie der Umfang der zu bereinigenden Sondereffekte deutlich abnimmt. Bereinigt um die Osterverschiebung beträgt der Anstieg sogar 6,5 Prozent. Das bereinigte EBITDA geht aufgrund von

DOUGLAS

Wachstumsinvestitionen in Marketing, die digitale Infrastruktur sowie in die Stärkung der Preispositionierung um 4,9 Prozent auf 225 Mio. Euro zurück. Unter Berücksichtigung der Osterverschiebung jedoch nur um 2,5 Prozent. Der Free Cashflow verbesserte sich hingegen deutlich um 9,2 Prozent auf 83 Mio. Euro.

Führende Marktposition in Deutschland weiter ausgebaut

Im deutschen Heimatmarkt hat Douglas im ersten Halbjahr 2019 ein Umsatzplus von 9,5 Prozent erwirtschaftet und damit die starke Entwicklung seit dem zweiten Halbjahr 2018 nachhaltig bestätigt. Zugleich bleibt Deutschland der wettbewerbsintensivste Markt in Europa mit preisaggressiven Marktteilnehmern insbesondere im Online-Handel. Im weiteren Jahresverlauf plant Douglas mittels Effizienzsteigerungen und Kostendisziplin eine nachhaltige Ergebnisverbesserung bei weiterhin attraktiver Preisgestaltung zu erreichen.

Douglas treibt Plattformstrategie voran

Wichtigster Wachstumsmotor für den langfristigen Unternehmenserfolg ist das Onlinegeschäft: Um das digitale Wachstumspotenzial noch effektiver zu nutzen, strebt Douglas die Transformation zu einem plattformbasierten Geschäftsmodell an. Dazu soll das führende E-Commerce-Geschäft von Douglas zur zentralen Beauty-Plattform Europas weiterentwickelt werden - vergleichbar zu den bekannten Plattformen etwa im Bereich Mode.

Zentraler Schritt der Plattformstrategie ist dabei die Erweiterung um einen offenen Online-Marktplatz, auf dem Douglas Kunden künftig auch Produkte und Beauty-Angebote externer Partner erhalten. Die Partnerunternehmen wiederum erhalten auf Anhieb Zugang zu mehr als 40 Millionen Douglas-Beauty Card-Kunden. Erste Partner sollen noch vor dem Weihnachtsgeschäft eingebunden werden.

„Indem wir unsere Infrastruktur für Partner öffnen, können wir unsere Plattform weiter skalieren, den Kunden ein Angebot in nie dagewesener Breite machen und neue Erlösströme für Douglas aufbauen - und das bei einem sehr effizienten Kapitaleinsatz“, sagt Tina Müller. „Unser Ziel ist ein Beauty-Ökosystem, das als zentrale Anlaufstelle in einem vernetzten Markt eine sich selbstverstärkende Wachstumsdynamik entfaltet.“

DOUGLAS

ÜBER DOUGLAS:

Mit rund 2.400 Stores und wachstumsstarken Online-Shops in 24 europäischen Ländern ist Douglas einer der führenden Premium-Beautyhändler Europas. Im Geschäftsjahr 2017/2018 erwirtschaftete das Unternehmen einen Umsatz von 3,3 Milliarden Euro. Rund 20.000 Douglas Beauty Advisor streben täglich danach, ihre Kunden schöner und damit glücklicher zu machen. Douglas bietet rund 50.000 hochwertige Produkte von über 650 Marken aus den Bereichen Parfümerie, dekorative Kosmetik und Hautpflege sowie Nahrungsergänzung und Accessoires. Mit rund 40 Millionen Beauty Card-Inhabern verfügt Douglas über eines der größten Kundenbindungsprogramme in Europa. Durch exzellente Beratung und einzigartige Services ist Douglas eine der ersten Adressen für Beauty - sowohl stationär als auch online.

#doitforyou

PRESSEKONTAKT:

Dr. Julia Sosnizka
Head of Corporate Communications
Telefon: +49 (0) 211 16847-585
E-Mail: j.sosnizka@douglas.de