

PRESSEMITTEILUNG

Starkes profitables Wachstum im dritten Quartal

- Erfolgreiches drittes Quartal mit Umsatzplus von 5,7 Prozent beschleunigt Wachstum des laufenden Geschäftsjahres
- Umsatz der ersten neun Monate 2018/19 insgesamt um 5,1 Prozent auf rund 2,7 Mrd. Euro gesteigert
- E-Commerce weiter wichtigster Wachstumstreiber mit einem Umsatzplus von 38,9 Prozent
- Berichtetes EBITDA ist deutlich auf 247 Mio. Euro gestiegen
- Umfassende Standortanalyse abgeschlossen: Trennung von rund 3 Prozent der europäischen Filialen aufgrund fehlender Entwicklungsperspektiven der Einzellagen, vor allem durch rückläufige Passantenfrequenzen
- Tina Müller, Douglas Group CEO: „Mit der konsequenten Umsetzung der #FORWARDBEAUTY-Strategie treiben wir unser Wachstum weiter voran und bauen unsere starke Position europaweit online und stationär erfolgreich aus.“

Düsseldorf, 29. August 2019. Douglas, einer der führenden Premium-Beauty-Händler Europas, hat in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2018/19 seinen Wachstumskurs fortgesetzt: Der Konzernumsatz stieg im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 5,1 Prozent auf rund 2,7 Mrd. Euro. Mit seiner Wachstumsstrategie #FORWARDBEAUTY hat Douglas die Umsätze dabei auf allen Kanälen erfolgreich gesteigert. Insbesondere der strategisch wichtige E-Commerce-Bereich trägt mit einem Plus von 38,9 Prozent im Vorjahresvergleich weiterhin maßgeblich zum Umsatzanstieg bei.

Tina Müller, Douglas Group CEO: „Trotz des intensiven Wettbewerbs legt Douglas auf allen Kanälen zu und gewinnt Marktanteile. Das ist das Ergebnis unserer konsequenten Investitionen in unsere #FORWARDBEAUTY-Strategie. Insbesondere das strategisch wichtige Online-Geschäft wächst stark, profitabel und zugleich deutlich schneller als der Markt. Wir werden in diesem Jahr erstmals mehr als eine halbe Milliarde Euro online umsetzen. Damit treiben wir die Digitalisierung des Unternehmens konsequent voran - und bauen gleichzeitig unsere starke Position als einer der europaweit führenden Beauty-Händler sowohl im E-Commerce als auch stationär erfolgreich aus.“

DOUGLAS

Umsatz und Marge gesteigert

Das berichtete EBITDA ist in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres um 57,6 Prozent auf 247 Mio. Euro gestiegen. Darin zeigt sich neben den Verbesserungen im operativen Geschäft deutlich der signifikante Rückgang von zu bereinigenden Sondereffekten und Abschreibungen gegenüber dem Vorjahr. Das bereinigte EBITDA lag mit 295 Mio. Euro auf Vorjahresniveau. Der Free Cashflow verbesserte sich hingegen deutlich um 29,2 Prozent auf 91 Mio. Euro.

Starkes drittes Quartal 2018/19

Zu dem erfolgreichen Verlauf der ersten neun Monate hat die Entwicklung im dritten Quartal 2018/19 maßgeblich beigetragen. Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum steigerte Douglas den Konzernumsatz hier um 5,7 Prozent auf 762 Mio. Euro. Der Umsatz im Bereich E-Commerce stieg im Vorjahresvergleich um 44,3 Prozent. Ein Grund dafür war auch das gute Ostergeschäft, welches in diesem Jahr ins dritte Quartal fiel. Zugleich steigerte Douglas die Profitabilität deutlich: Das bereinigte EBITDA erhöhte sich gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 21,8 Prozent auf 70 Mio. Euro. Nach einem negativen Ertrag im Vorjahr, der teilweise durch außerordentliche Abschreibungen bedingt war, steigerte Douglas das berichtete EBITDA im dritten Quartal um insgesamt 83 Mio. Euro auf 41 Mio. Euro.

Weiterer Ausbau des Online-Geschäfts

Wichtigstes Wachstumsfeld für Douglas bleibt das Online-Geschäft. Mit einem Umsatz von 459 Mio. Euro hat Douglas in den ersten neun Monaten 16,9 Prozent seines Gesamtumsatzes über Online-Kanäle erwirtschaftet. In Deutschland liegt der Anteil bereits bei 29,4 Prozent. In den E-Commerce-Bereich hat Douglas auch im Berichtszeitraum investiert. Zu diesen Investitionen zählte die im August eingegangene Mehrheitsbeteiligung an NICHE BEAUTY, dem aufstrebenden Online-Portal für luxuriöse Nischen- und Trendmarken. Damit baut Douglas seine starke Position als einer der führenden europäischen Online-Anbieter aus und gewinnt einen zusätzlichen reichweitenstarken Vertriebskanal im Netz.

Online-Marktplatz startet noch im Oktober 2019

Gleichzeitig treibt Douglas seine Plattform-Strategie weiter voran. Die Vorbereitungen für den Start des offenen Online-Marktplatzes laufen auf Hochtouren. Die ersten Partner stehen bereits fest und sollen noch im Oktober 2019 und damit pünktlich vor dem

DOUGLAS

wichtigen Weihnachtsgeschäft eingebunden werden. Mit dem Marktplatz festigt Douglas seinen Anspruch, die erste Anlaufstelle für Beauty im Netz zu sein. Zunächst wird der Marktplatz im Heimatmarkt Deutschland an den Start gehen. Anschließend soll das Konzept nach und nach international ausgerollt werden.

Wachstum in allen Regionen und Bereichen

Im wettbewerbsintensiven Heimatmarkt Deutschland erwirtschaftete Douglas in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres ein Umsatzplus von 11,9 Prozent und setzte damit den Aufwärtstrend weiter fort. Wachstumsmotor war hier vor allem das starke Online-Geschäft, aber auch das stationäre Geschäft trug zum Umsatzwachstum bei. In allen Regionen stieg das berichtete EBITDA im Vergleich zum Vorjahreszeitraum.

Neben dem E-Commerce verzeichnet auch das Filialnetz in allen Regionen einen Umsatzanstieg. Das Umsatzwachstum der Filialen lag gruppenweit im dritten Quartal bei 1,0 Prozent. Um die Zukunftsfähigkeit weiter zu stärken, hat Douglas sein Filialnetz einer umfassenden Analyse unterzogen. Bei rund 70 europäischen Filialen – das entspricht etwa 3 Prozent der rund 2.400 Filialen europaweit – wurde festgestellt, dass deren Lagen keine langfristige Entwicklungsperspektive bieten. Grund dafür ist vor allem die rückläufige Passantenfrequenz. Es handelt sich dabei überwiegend um Filialen außerhalb Deutschlands. Von diesen Filialen plant Douglas sich bis Ende des Jahres 2020 zu trennen. Zugleich bieten sich insbesondere in den Metropolregionen weitere Wachstumschancen an anderen attraktiven Standorten, die Douglas mit Modernisierungen und Neueröffnungen von Flagshipstores adressiert. Zudem expandiert Douglas weiter an wachstums- und nachfragestarken Standorten vor allem in Osteuropa.

DOUGLAS

ÜBER DOUGLAS:

Mit rund 2.400 Stores und wachstumsstarken Online-Shops in 26 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 Advisors 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:

Katharina Blumenfeld

Telefon: +49 (0) 173 73 10 735

E-Mail: kblumenfeld@heringschuppener.com