

PRESSEMITTEILUNG

Douglas steuert sicher durch die Corona-Krise und verzeichnet Wachstumsrekord im E-Commerce-Geschäft

- Corona-bedingter Umsatzrückgang um 7,5 Prozent in den ersten neun Monaten
- Monat Juni bereits wieder mit Umsatzplus gegenüber Vorjahresmonat
- E-Commerce mit 640 Mio. Euro Umsatz und 40 Prozent Wachstum in neun Monaten; 70 Prozent Plus allein im dritten Quartal
- Deutlicher Aufwärtstrend im Filialgeschäft seit Wiedereröffnung nach dem Lock-Down
- Marktanteile in Kernmärkten gesteigert - sowohl online als auch im Filialgeschäft
- Tina Müller, Douglas Group CEO: „Wir haben das E-Commerce-Geschäft im Rahmen der #FORWARDBEAUTY Strategie frühzeitig in den Fokus gerückt. Kombiniert mit unserer schnellen Anpassungsfähigkeit und Kostendisziplin haben wir es geschafft, Douglas sicher durch die Corona-Krise zu steuern.“

Düsseldorf, 13. August 2020. Douglas, einer der führenden Premium-Beauty-Händler Europas, hat seine Umsätze nach den erheblichen Auswirkungen der weltweiten Coronavirus-Pandemie auf den Einzelhandel wieder stabilisiert. Nach Umsatzeinbußen in den Monaten März, April und Mai aufgrund der europaweit behördlich angeordneten Filialschließungen konnte das Unternehmen im Juni wieder ein Umsatzplus im Vergleich zum Vorjahresmonat erzielen. Der kumulierte Konzernumsatz der ersten neun Monate des Geschäftsjahres 2019/2020 belief sich auf 2,5 Mrd. Euro und lag damit nur 7,5 Prozent unter dem Vorjahreswert. Das Filialgeschäft verzeichnete in diesem Zeitraum einen Umsatzrückgang von 17,2 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Das E-Commerce-Geschäft hingegen stieg um 39,6 Prozent und konnte die Auswirkungen auf das Ergebnis teilweise abfedern. Dazu beigetragen haben darüber hinaus auch eine strikte Kostendisziplin und konsequentes Liquiditätsmanagement. Das bereinigte EBITDA ist aufgrund des Umsatzrückgangs im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 10,6 Prozent auf 264 Mio. Euro gesunken. Douglas hat jedoch auch während der Corona-Krise seine Marktanteile in den Kernmärkten Deutschland, Frankreich, Spanien und Italien weiter ausgebaut - sowohl online als auch offline.

DOUGLAS

Tina Müller, Douglas Group CEO: „Ich bin stolz auf die Leistung des gesamten Teams. Gemeinsam ist es uns gelungen, Douglas sicher durch die Krise zu steuern. Unser schnelles und konsequentes Krisenmanagement, strikte Kostendisziplin sowie die frühzeitige Digitalisierung des Unternehmens mit der #FORWARDBEAUTY Strategie haben Wirkung gezeigt. Mit Beginn dieses Strategieprogramms haben wir das Thema E-Commerce von Anfang an in den Fokus gerückt. Davon profitieren wir jetzt überproportional und können unsere Position als führender Premium E-Commerce-Anbieter signifikant ausbauen sowie die Umsatzaufschläge im Filialgeschäft teilweise kompensieren. Inzwischen haben wir auch fast alle unsere Filialen in ganz Europa wiedereröffnet und sehen im Juni bereits einen starken Aufwärtstrend unserer Store-Umsätze.“

Starkes E-Commerce-Wachstum auch nach Wiedereröffnung der Filialen

In den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2019/20 erwirtschaftete Douglas einen E-Commerce-Umsatz von 640 Mio. Euro, ein Plus von 39,6 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum. „Die Coronavirus-Pandemie hat das Einkaufsverhalten stark und dauerhaft verändert. Auch vor Corona ging der Trend zum Online-Handel – die Pandemie hat diesen noch einmal beschleunigt,“ sagt Vanessa Stütze, Douglas Group CDO. „Im dritten Quartal ist unser E-Commerce-Geschäft um 70,3 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum gewachsen und die Zahl der Neukunden konnte sogar um über 90 Prozent gesteigert werden. Besonders erfreulich ist aber, dass sich dieser Trend auch nach der Wiedereröffnung der Filialen fortsetzt. Wir gehen davon aus, dass wir heute bereits rund drei Mal so viel Umsatz online wie der nächste Wettbewerber in Deutschland machen. Wir nähern uns mit großen Schritten der Umsatzmilliarde im E-Commerce.“ In den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres erwirtschaftete Douglas 25,6 Prozent aller Umsätze online. Im Heimatmarkt Deutschland lag der Anteil sogar bei 39,9 Prozent.

Douglas weiterhin mit robusten Liquiditätsreserven

Douglas setzt auch weiterhin auf konsequentes Liquiditäts- und Kostenmanagement, um die Auswirkungen der Coronavirus-Pandemie auf das Geschäft abzufedern. Zum 30. Juni 2020 verfügte das Unternehmen über robuste Liquiditätsreserven in Höhe von insgesamt 339 Mio. Euro. Der Free Cashflow lag im dritten Quartal mit insgesamt 29 Mio. Euro erneut über Vorjahresniveau. Gleichzeitig ist auch der Jahresüberschuss mit 3,9 Mio. Euro für die ersten neun Monate des Geschäftsjahres positiv.



Erfolgreiche Wiedereröffnung fast aller Stores in Europa

Nach der behördlich angeordneten Schließung hat Douglas inzwischen fast alle seiner 2.400 Filialen in Europa unter Beachtung behördlicher Vorgaben und Hygienemaßnahmen wiedereröffnet. Die Anzahl der Kunden in den Geschäften steigt im Zuge der fortschreitenden Lockerungen seit April wieder an. Besonders im Juni gab es bei den Store-Umsätzen einen starken Aufwärtstrend. Die erwirtschafteten Umsätze nähern sich trotz teilweise noch eingeschränkter Öffnungszeiten dem Vorjahresniveau an.

Vor dem Hintergrund des stark veränderten Konsumentenverhaltens hatte Douglas im Juni angekündigt, ein Zukunftskonzept für sein europäisches Filialnetz zu erarbeiten. Ursprünglich war die Ankündigung bereits für den Spätsommer geplant. Die Geschäftsführung hat nun jedoch entschieden, den Analysezeitraum auszuweiten, um zum einen eine fundierte und verantwortungsvolle Entscheidung über das Zukunftspotenzial jeder einzelnen Filiale in den verschiedenen Ländern treffen zu können, zum anderen um zu bewerten, wie nachhaltig das veränderte Konsumentenverhalten auch im strategisch wichtigen Weihnachtsgeschäft anhält. Das Konzept wird nun voraussichtlich Anfang 2021 vorgestellt.

ÜBER DOUGLAS:

Douglas ist einer der führenden Multichannel Premium-Beauty-Händler in Europa mit rund 2.400 Filialen und einer einzigartigen E-Commerce Plattform, die aktuell zu einem kuratierten Beauty-Marktplatz ausgeweitet wird. Den Weg in die Zukunft des Omnichannel-Handels definiert das Strategieprogramm #FORWARDBEAUTY. Douglas ist bereits heute die erste Adresse für Beauty in 26 Ländern und bietet den Kunden ein attraktives Portfolio mit rund 55.000 hochwertigen Produkten von über 750 Marken aus den Bereichen Parfümerie, dekorative Kosmetik und Hautpflege sowie Nahrungsergänzung und Accessoires. Damit erwirtschaftete Douglas im Geschäftsjahr 2018/2019 einen Umsatz von 3,5 Milliarden Euro. Rund 20.000 Beauty Experten ermutigen und inspirieren Douglas Kunden jeden Tag dabei, ihre individuelle Schönheit zu leben.

#doitforyou

PRESSEKONTAKT:

Eva Krüger
Corporate Communications Manager
Telefon: +49 211 16847 6644
E-Mail: e.krueger@douglas.de