



## Pressemitteilung

*Die hierin enthaltene Information ist weder zur Veröffentlichung noch zur Weitergabe in die bzw. innerhalb der Vereinigten Staaten von Amerika, Kanada, Japan und Australien gedacht oder freigegeben.*

### **Douglas AG bereitet Börsengang vor**

- **Europas führende Parfümeriekette bereitet Erstnotierung in 2015 vor**
- **Douglas ist mit mehr als 1.700 Filialen<sup>1</sup> in erstklassigen Lagen in 19 Ländern sowie Onlineshops in 15 Ländern bestens positioniert, um vom attraktiven Wachstumspotenzial im selektiven Beautymarkt zu profitieren**
- **Umbau von einer diversifizierten Einzelhandelsgruppe mit starkem Fokus auf Deutschland zu einer europaweit agierenden, spezialisierten Parfümeriekette vollständig vollzogen**
- **Deutliche Steigerung des Umsatzes und der Profitabilität im Geschäftsjahr 2013/2014: Pro-Forma Jahresumsatz<sup>2</sup> 2013/2014 von rund 2,5 Milliarden Euro und bereinigtes Pro-Forma EBITDA<sup>2,3</sup> von 256 Millionen Euro**
- **Beschleunigtes Umsatz- und Ergebniswachstum im ersten Halbjahr des Geschäftsjahres 2014/2015, Steigerung des bereinigten EBITDA<sup>3</sup> im Zwölfmonatszeitraum bis zum 31. März 2015 auf 273 Millionen Euro bei einer Marge von 11,2 Prozent**
- **Eigentümerfamilie Kreke bleibt weiter als Gesellschafter bei Douglas engagiert**

**Hagen, 29. Mai 2015.** Die Douglas AG, die führende Parfümeriekette in Europa im wachsenden selektiven Beautymarkt, bereitet den Börsengang vor. Das Unternehmen plant eine Notierungsaufnahme im Jahr 2015. Das Angebot wird aus Anteilen aus dem Besitz des gegenwärtigen Eigners sowie neu auszugebenen Aktien aus einer Kapitalerhöhung gespeist, wobei letztere voraussichtlich ca. 70 Millionen Euro betragen wird. Abgebender Anteilseigner ist eine Holdinggesellschaft, die mehrheitlich von Fonds gehalten wird, die von Advent International beraten werden.

„Wir haben Douglas seit dem Delisting vor zwei Jahren erfolgreich von einer diversifizierten, überwiegend in Deutschland tätigen Einzelhandelsgruppe zu einer internationalen und fokussierten Parfümeriekette weiterentwickelt. Jetzt ist die Zeit für das nächste Kapitel gekommen“, sagt Dr. Henning Kreke, Vorstandsvorsitzender der Douglas AG. „Auch in Zukunft wird die Familie Kreke als Gesellschafter bei Douglas engagiert bleiben.“

### **Führende Parfümeriekette Europas**

Douglas ist mit einem Marktanteil von rund 17 Prozent<sup>4</sup> die größte Parfümeriekette Europas. Der europäische Marktführer verfügt seit der erfolgreichen Übernahme der französischen Parfümeriekette Nocibé im Jahr 2014 über mehr als 1.700<sup>1</sup> Filialen in 19 Ländern. In fünf der sechs Kernmärkte, in denen Douglas eine Nummer 1 oder Nummer 2 Marktposition hält, wurden mehr als 80 Prozent<sup>5</sup> des Pro-Forma Gesamtumsatzes<sup>2</sup> in 2013/14 generiert.



## **Attraktives und wachsendes Marktsegment**

Als Fachhändler für hochwertige, selektive Beautyprodukte besetzt Douglas das attraktivste und am schnellsten wachsende Segment im europäischen Beautymarkt<sup>5</sup>. Der selektive Beautymarkt<sup>5</sup> macht mit einem Gesamtumsatz von rund 15,6 Milliarden Euro (2013) ein Fünftel des Beauty-Gesamtmarktes in Europa aus und verfügt über attraktive Wachstumschancen. In Deutschland ist der selektive Beautymarkt beispielsweise zwischen 2009 und 2013 im jährlichen Durchschnitt um rund 3,6 Prozentpunkte schneller als der breitere Massenmarkt für Schönheits- und Pflegeprodukte gewachsen, in Frankreich um rund 1,9 Prozentpunkte. Zudem konnte der selektive Beautymarkt seine Widerstandsfähigkeit in konjunkturell schwierigen Zeiten beweisen: Während das europäische Bruttoinlandsprodukt in der Rezession 2009 deutlich zurückging, entwickelte sich der selektive Beautymarkt in Europa stabil – auch in den beiden größten Märkten von Douglas, Deutschland und Frankreich.

## **Kontinuierliche Produktinnovationen sichern langfristigen Wachstumskurs**

Das ständig aktualisierte Sortiment von Douglas umfasst bis zu 35.000 Artikel<sup>6</sup> sowie damit verbundene Dienstleistungen in den Segmenten Düfte, Hautpflege, dekorative Kosmetik und Accessoires. Douglas ist Partner der führenden nationalen und internationalen Markenhersteller. Das breite Sortiment mit einem wachsenden Portfolio etablierter Eigenmarken und bekannten Premiummarken im Exklusiv-Vertrieb ermöglicht dabei eine klare Differenzierung gegenüber dem Wettbewerb.

## **Vorreiter für Innovation und Multichannel**

Douglas steht für Innovation im selektiven Beautymarkt und hat sich dank einer engen Verzahnung von stationärem, Online- und mobilem Handel erfolgreich als führender Multichannel-Anbieter positioniert. In 15 Ländern ist Douglas mit einem umfassenden Onlineangebot aktiv. In Deutschland hat Douglas dabei einen Marktanteil von mehr als 50 Prozent<sup>4</sup>. In den beiden vergangenen Geschäftsjahren stieg der Umsatz der zentral gesteuerten Online-Shops im E-Commerce<sup>7</sup> jährlich um rund 30 Prozent und erreichte im Geschäftsjahr 2013/2014 rund 180 Millionen Euro. Damit lag der Anteil des Online-Geschäfts bereits bei 8,6 Prozent des konsolidierten Umsatzes von Douglas im Geschäftsjahr 2013/2014. Douglas ist somit bestens positioniert, um als führender Multichannel-Anbieter vom erwarteten europaweiten Wachstum im selektiven Beautymarkt zu profitieren.

## **Unternehmerische Erfolgsbilanz durch konsequente Strategieumsetzung**

Seit dem Rückzug von der Börse im Geschäftsjahr 2012/2013 hat sich Douglas auf den selektiven Beautymarkt konzentriert und sämtliche Einzelhandelsaktivitäten außerhalb dieses Marktsegments verkauft. Gemeinsam mit Advent International hat das Management-Team die Expansion zielstrebig vorangetrieben, insbesondere auch im stark wachsenden Multichannel-Segment, sowie umfassende Maßnahmen zur Produktivitäts- und Effizienzsteigerung umgesetzt. Dadurch konnten sowohl der Umsatz als auch die Profitabilität deutlich gesteigert werden.

Im Geschäftsjahr 2013/2014 erwirtschaftete Douglas mit über 17.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern einen Pro-forma Umsatz<sup>2</sup> von rund 2,5 Milliarden Euro und ein bereinigtes EBITDA<sup>2,3</sup> auf Pro-Forma-Basis von 256 Millionen Euro (Marge von 10,3 Prozent). Aufgrund der weiteren konsequenten Umsetzung der Unternehmensstrategie konnte das bereinigte

# Douglas

EBITDA<sup>3</sup> für den Zwölfmonatszeitraum (LTM)<sup>8</sup> bis zum 31. März 2015 bereits auf 273 Millionen Euro gesteigert werden (Marge von 11,2 Prozent), was eine deutliche Verbesserung über einen kurzen Zeitraum bedeutet. Diese Entwicklung stützt sich auf ein sehr erfolgreiches erstes Halbjahr 2014/2015, in dem Douglas den Umsatz auf rund 1,5 Milliarden Euro und das bereinigte EBITDA<sup>3</sup> auf rund 180 Millionen Euro gesteigert hat.

## **Börsengang stützt Wachstumskurs**

Der selektive Beautymarkt bietet attraktive Wachstumsmöglichkeiten, die Douglas mit seiner starken Positionierung und seinem stabilen Geschäftsmodell für sich nutzen will. Ziel sind der Ausbau des internationalen Geschäfts in wachsenden Märkten, die kontinuierliche Stärkung des Multichannel-Geschäfts und die fortgesetzte Entwicklung und Vermarktung erfolgreicher Produktinnovationen. „Nachdem wir Douglas in den vergangenen beiden Jahren erfolgreich umgebaut haben, sind wir der Meinung, dass Douglas heute bestens aufgestellt ist, um vom weiteren Wachstum im selektiven Beautymarkt zu profitieren“, sagt Dr. Henning Kreke. „Ein Börsengang bietet uns einen direkten Zugang zum Kapitalmarkt. Investoren haben die Gelegenheit, in ein europaweit führendes Unternehmen zu investieren, das seine Profitabilität in den vergangenen Jahren deutlich gesteigert hat und in einem Segment tätig ist, das schneller wächst als der Gesamtmarkt.“

J.P. Morgan, Goldman Sachs International und Deutsche Bank agieren als Joint Global Coordinators und Joint Bookrunners. Credit Suisse und Morgan Stanley wurden als weitere Joint Bookrunners mandatiert. IPO-Berater bei dieser Transaktion ist Lilja & Co.

## **Pressekontakt**

Sabine Schaller-John  
Leiterin Unternehmenskommunikation  
Corporate.douglas.de  
Tel.: +49 (0) 2331 690-466  
Fax: +49 (0) 2331 690-690

Sebastian Mewißen  
HERING SCHUPPENER Consulting  
Tel.: +49 (211) 430 79 226  
Mobil: +49 (151) 1517 6632

## **Über Douglas**

Douglas ist Marktführer im selektiven Beautymarkt in Europa mit mehr als 1.700 Parfümerien in 19 europäischen Ländern. Das perfekt miteinander verzahnte Multichannel-Angebot von Parfümerien, Online-Shop und Mobile App und ein ständig aktualisiertes Sortiment von bis zu 35.000 Artikeln machen Douglas zum Taktgeber im wachsenden selektiven Beautymarkt. Mithilfe der über 17.000 hervorragend qualifizierten und engagierten Mitarbeiterinnen und

# Douglas

Mitarbeiter erwirtschaftete Douglas im Geschäftsjahr 2013/2014 einen Pro-Forma Jahresumsatz<sup>2</sup> von rund 2,5 Milliarden Euro.

Wer Parfümerie meint, sagt einfach Douglas: Millionen Menschen besuchen die Douglas-Parfümerien in jedem Jahr, mehr als 17 Millionen Menschen europaweit besitzen eine Kundenkarte von Douglas, und mehr als 2,2 Millionen Kunden kaufen jährlich in den internationalen Douglas-Online-Shops.

Als YOUR PARTNER IN BEAUTY hilft Douglas seinen Kundinnen und Kunden, alle Facetten ihrer individuellen Schönheit zu entdecken. Dabei stehen die fünf Markenwerte des Unternehmens im Fokus des Handelns: Aufmerksamkeit, Kompetenz, Leidenschaft, Ehrlichkeit und Zurückhaltung. Ob konkrete Problemlösung, pragmatischer Nachkauf oder der Wunsch nach einem träumerischen Kurzurlaub – Douglas ist Problemlöser und Wunscherfüller, erste Anlaufstelle für kompetente Produktvielfalt und eine sinnliche Welt der Entdeckung.

DOUGLAS – YOUR PARTNER IN BEAUTY

## Wichtiger Hinweis

*Diese Pressemitteilung und die Informationen, die in ihr enthalten sind, erfolgen ausschließlich zu Informationszwecken und sind weder ein Angebot noch eine Aufforderung zum Kauf oder zur Zeichnung von Wertpapieren in den Vereinigten Staaten von Amerika („USA“), Australien, Kanada, Japan oder anderen Jurisdiktionen, in denen ein Angebot gesetzlich unzulässig ist. Hierin erwähnte Wertpapiere sind nicht und werden auch in Zukunft nicht gemäß den Bestimmungen des U.S. Securities Act von 1933 in der derzeit gültigen Fassung („U.S. Securities Act“) oder gemäß den in irgendeinem Bundesstaat der Vereinigten Staaten geltenden Gesetzen registriert. Ohne eine solche Registrierung dürfen diese Wertpapiere nicht angeboten, verkauft oder in sonstiger Weise übertragen werden, mit Ausnahme von Wertpapieren, die gemäß einer Ausnahme von den Registrierungserfordernissen des U.S. Securities Act angeboten und verkauft werden. Weder die Douglas AG noch einer ihrer Aktionäre beabsichtigt, die hier genannten Wertpapiere in den USA zu registrieren.*

*Weder Geld, Wertpapiere noch eine andere Form der Gegenleistung wird ersucht. Diese und andere Formen der Gegenleistung werden im Falle einer Zusendung aufgrund der hierin enthaltenen Informationen nicht angenommen.*

*Diese Pressemitteilung stellt weder ein Angebot zum Verkauf noch eine Aufforderung zum Kauf irgendwelcher Wertpapiere dar. Das Angebot erfolgt ausschließlich durch und auf Basis eines zu veröffentlichenden Prospektes. Der Prospekt wird bei der Douglas AG, 58099 Hagen, sowie im Internet unter [ir.douglas.de](http://ir.douglas.de) kostenfrei erhältlich sein.*

*Diese Pressemitteilung enthält zukunftsgerichtete Aussagen. Diese Aussagen spiegeln die gegenwärtigen Auffassungen, Erwartungen und Annahmen des Managements der Douglas AG wider und basieren auf Informationen, die dem Management zum gegenwärtigen Zeitpunkt zur Verfügung stehen. Zukunftsgerichtete Aussagen enthalten keine Gewähr für den Eintritt zukünftiger Ergebnisse und Entwicklungen und sind mit bekannten und unbekanntem Risiken und Unsicherheiten verbunden. Die tatsächlichen zukünftigen Ergebnisse der Douglas AG und Entwicklungen betreffend Douglas AG können daher aufgrund verschiedener Faktoren wesentlich von den hier geäußerten Erwartungen und Annahmen abweichen. Zu diesen Faktoren gehören insbesondere Veränderungen der allgemeinen wirtschaftlichen Lage und der Wettbewerbssituation. Darüber hinaus können die Entwicklungen auf den Finanzmärkten und Wechselkursschwankungen sowie nationale und internationale Gesetzesänderungen, insbesondere in Bezug auf steuerliche Regelungen, sowie andere Faktoren einen Einfluss auf die zukünftigen Ergebnisse und Entwicklungen der Gesellschaft haben. Die*

# Douglas

*Gesellschaft übernimmt keine Verpflichtung, die in dieser Mitteilung enthaltenen Aussagen zu aktualisieren.*

---

<sup>1</sup> Zum Stand 31. März 2015 einschließlich Franchisefilialen.

<sup>2</sup> Basierend auf der ungeprüften Pro-Forma Gewinn- und Verlustrechnung für das Geschäftsjahr 2013/2014. Bitte beachten Sie, dass Douglas die Nocibé-Gruppe zum 1. Juli 2014 übernommen hat. Vor diesem Hintergrund wurde die Nocibé-Gruppe in der geprüften Gewinn- und Verlustrechnung von Douglas für das Geschäftsjahr 2013/2014 nur für den dreimonatigen Zeitraum vom 1. Juli 2014 bis zum 30. September 2014 berücksichtigt. Um den Beitrag der Nocibé-Übernahme so darzustellen, als hätte die Übernahme zum 1. Oktober 2013 (erster Tag des Geschäftsjahres) stattgefunden, wurde eine ungeprüfte Pro-Forma Gewinn- und Verlustrechnung für das Geschäftsjahr 2013/2014 aufbereitet, inklusive Nocibé für das gesamte Geschäftsjahr 2013/2014 berücksichtigt wird.

<sup>3</sup> Bereinigtes EBITDA umfasst ausgewiesenes EBITDA, bereinigt um Sondereffekte. Sondereffekte bezogen auf (i) Beratungskosten, (ii) Restrukturierungskosten, (iii) PPA-Effekte und (iv) anderer Sondereffekte, d.h. Einmaleffekte. Das bereinigte EBITDA ist keine nach IFRS definierte Finanzkennzahl. Deshalb ist es kein Ersatz, sondern nur eine Ergänzung für andere Angaben aus der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung, der Konzernbilanz oder der Konzern-Kapitalflussrechnung, erstellt nach IFRS. Da nicht alle Unternehmen das bereinigte EBITDA in gleicher Weise definieren, ist das von Douglas definierte bereinigte EBITDA nicht notwendigerweise vergleichbar mit ähnlich bezeichneten Kennzahlen, die von anderen Unternehmen verwendet werden. Aufgrund eines Gerichtsbeschlusses in Österreich dürfen Mietsteigerungen in Höhe von 1,3 Millionen Euro, die im Geschäftsjahr 2013/2014 als außerordentliche Effekte ausgewiesen wurden, ab dem Geschäftsjahr 2014/2015 nicht mehr als solche ausgewiesen werden.

<sup>4</sup> Basierend auf einer Marktstudie von OC&C Strategy Consultants, in der OC&C die Marktanteile auf Basis der Umsätze für das Kalenderjahr 2013 berechnet hat.

<sup>5</sup> Basierend auf einer Marktstudie von OC&C Strategy Consultants.

<sup>6</sup> Basierend auf dem deutschen Online Sortiment per 31. März 2015.

<sup>7</sup> E-Commerce-Umsätze unserer zentral gesteuerten Online-Shops, d.h. unserer Online-Shops in Deutschland, Frankreich (bis zum Ende des französischen Douglas Online-Shops im Geschäftsjahr 2013/2014), den Niederlanden, Österreich, Polen, Italien und der Schweiz sowie der E-Commerce-Umsätze des Nocibé-Geschäfts für das erste Halbjahr 2014/2015.

<sup>8</sup> Die Angaben werden berechnet unter Addition des entsprechenden Wertes des ersten Halbjahres 2014/2015 mit dem entsprechenden Wert des Geschäftsjahres 2013/2014 und unter Abzug des entsprechenden Wertes des ersten Halbjahres 2013/2014; die Angabe beinhaltet das Nocibé-Geschäft für den dreimonatigen Zeitraum vom 1. Juli 2014 bis zum 30. September 2014.