

2018 wird dank Wachstum im Urlaubsgeschäft zu einem Rekordjahr für Im group. Guidance für Kerngeschäfts-EBITDA 2019 bei € 52-54 Mio.

Amsterdam / Chiasso, 19. März 2019 – Im group, ein führender europäischer Online-Anbieter für Reisen und Freizeit, gab heute die Jahresergebnisse 2018 bekannt. Die Ergebnisse liegen sogar leicht über der am 12. Februar 2019 veröffentlichten Vorankündigung:

- Umsatz im Kerngeschäft von € 286,9 Mio. (€ 285,6 Mio. in der Vorankündigung), 14,2% mehr als 2017
- EBITDA im Kerngeschäft von € 44,0 Mio., 60% mehr als 2017
- Nettoerträge von € 8,4 Mio. (€ 8,2 Mio. in der Vorankündigung) gegenüber einem Nettoverlust von (€ 7,8 Mio.) 2017
- Mittelzufluss aus laufender Geschäftstätigkeit von € 41,8 Mio., nur teilweise kompensiert durch Investitionen von € 12,9 Mio.

Guidance für das Geschäftsjahr 2019

- Umsatz im Kerngeschäft über € 300 Mio.
- EBITDA im Kerngeschäft im Bereich € 52-54 Mio., +18/23% gegenüber 2018
- Bereinigtes EBITDA im Bereich €44-46M, +34/40% gegenüber 2018

Drei Jahre nach der Akquisition von lastminute.com 2015 weist Im group für 2018 hervorragende Resultate aus. Das Unternehmen ist auf dem Weg von einem am Produkt ausgerichteten, flugorientierten Modell hin zu einem am Kunden ausgerichteten, urlaubsorientierten Leistungsversprechen ein grosses Stück vorangekommen. 2018 wurden 4'519'375 Reservationen bearbeitet und 8'500'000 Passagiere transportiert, also 23'300 pro Tag.

Jahresergebnisse 2018 in Millionen €

	2018	2017	Veränderung ggü. Vorjahr
Bruttoreisevolumen	2'395	2'043	+17,3%
Umsatz Kerngeschäft*	286,9	251,3	+14,2%
EBITDA Kerngeschäft*	44,0	27,5	+60%
Nettogewinn**	8,4	-7,8	+€16,2M
Liquide Mittel**	72,9	52,1	+39,9%
Nettofinanzposition**	31,9	45,3	-29,6%

* Das Kerngeschäft umfasst die Ergebnisse von Online-Reiseagentur- (OTA), META- und Mediengeschäft ohne Einmaleffekte und Ergebnisse der Venture-Initiativen (eigenständige Unternehmen, die unabhängig von lastminute.com geführt werden), um die tatsächliche Entwicklung des Kerngeschäfts abzubilden.

** Nettogewinn, liquide Mittel und Nettofinanzposition beziehen sich auf die Gruppenresultate inklusive der Venture-Initiativen und Einmaleffekten.

Das **OTA-Geschäft**, das mit € 214,7 Mio. 75% zum Umsatz des Kerngeschäfts beitrug, ist nach wie vor die treibende Kraft des Unternehmens. Zum ersten Mal überhaupt haben die Reise- und Freizeitprodukte – eine Kategorie, die alle Nicht-Flugprodukte beinhaltet – die Flugprodukte überholt (sie machen 39% bzw. 36% des Umsatzes im Kerngeschäft aus). Die dynamischen Pakete wuchsen 2018 um 41% und erzielten einen Umsatz von € 60,1 Mio.; vor der Akquisition von lastminute.com 2015 betrug er € 5,7 Mio.

Auch das Geschäft mit Pauschalangeboten von Reiseveranstaltern entwickelte sich dank der schnellen und effektiven Integration von weg.de gut. Im group hat in Deutschland, dem grössten europäischen Land, was das Bruttoreisevolumen anbelangt, deutliche Marktanteilsgewinne erzielt.

Das Flug-Geschäft hat im letzten Quartal an Dynamik gewonnen und kehrte zu einem positiven Wachstumstrend zurück.

2018 war erneut ein positives Jahr für das **META-Geschäft**. Das einzigartige Modell von Jetcost hat marktführende Wachstumsraten bei deutlich höheren Margen als bei den meisten Mitbewerbern ermöglicht. Der META-Nettoumsatz stieg 2018 um 9,8% auf € 49,4 Mio. (€ 57,3 Mio. brutto beim konzerninternen Umsatz). Im group hat mit der Übernahme von Hotelscan 2017 das Portfolio um zusätzliche Funktionen und ein sehr attraktives Produkt erweitert. Dank der schnellen und erfolgreichen Einführung wuchs der Hotelscan-Umsatz dreistellig auf rund € 5 Mio.

Das **Media-Geschäft** bereitete den Weg für eine Reorganisation rund um die drei Schwerpunkte: Travel People, Trading Desk und Playbook, die neue Beratungslinie, die bald ins Leben gerufen wird, um Marketing- und Monetisierungslösungen für die Bereiche Display, Programmatic, Datenautomatisierung, Social und Video anzubieten. Mit der Akquisition von Madfish, die in den ersten Monaten 2019 abgeschlossen wurde, ist das Angebot jetzt komplett, um das volle Potenzial eines solchen Modells auszuschöpfen.

Das relativ bescheidene Wachstum des Bruttoreisevolumens auf dem europäischen Reisemarkt von 2% im Jahr 2018 geht einher mit einem dynamischen Onlinebuchungs-Trend, der um 7% zulegte und die Online-Durchdringungsrate von 47% auf 49% an hob. Grossbritannien, Deutschland, Frankreich, Spanien und Italien sind die fünf grössten europäischen Märkte nach Reisekosten und nach wie vor der Schwerpunkt des Angebots von Im group. Zusammen belaufen sie sich auf € 216 Mia. Brutto-Reisewert, davon € 108 Mia. online. Mit Ausnahme von Grossbritannien, wo die Online-Durchdringungsrate deutlich über 60% liegt, weisen Deutschland, Frankreich, Spanien und Italien jeweils eine Online-Durchdringung von ca. 40-45% auf. Das lässt viel Spielraum für digitale Expansion.

Die Gruppe generierte einen Mittelzufluss von € 42,8 Mio. aus der laufenden Geschäftstätigkeit (EBITDA nach IFRS plus Veränderungen des Nettoumlaufvermögens). Er wurde von Investitionen im Umfang von € 12,9 Mio. nur teilweise kompensiert. Das Ergebnis ist ein Schlüsselement, um das Potenzial des Geschäftsmodells von Im group zu verstehen, wenn man beim Volumen einen Wachstumstrend erlebt. Das negative Umlaufvermögen beschleunigt das EBITDA-Wachstum zusätzlich.

Die erheblichen Investitionen für den Rückkauf von 2,2 Mio. Aktien im Rahmen des Teilrückkaufangebots wurden durch gezielt ausgehandelte Kreditlinien aufrechterhalten. Im group erhöhte die Liquidität 2018 somit trotz einmaligem Mittelabfluss von € 30 Mio. um € 20,8 Mio. gegenüber dem 1. Januar 2018.

Fabio Cannavale, Im group CEO, kommentierte: "2018 war für die Gruppe und ihr Kerngeschäft ein Rekordjahr. Wir sind in diesem Jahr, nach einer Phase tiefgreifender Reorganisation und Veränderungen,

endgültig in die Phase der Wertmaximierung eingetreten. Wir haben einen Wandel von einem rein transaktionsorientierten flugzentrierten Angebot zu einem diversifizierten OTA-META-Media-Urlaubs-Geschäftsmodell vollzogen. Die guten Ergebnisse zeigen, wie sich unsere Vision in Zahlen ummünzen lässt.»

Marco Corradino, CEO von lastminute.com, sagte " Um unser Angebot zu optimieren, indem wir das richtige Produkt zur richtigen Zeit bereitstellen, werden alle Entscheidungen nach detaillierter Datenanalyse und dem Einsatz von Instrumenten und Logik auf Basis von maschinellem Lernen und künstlicher Intelligenz getroffen. Dynamische Pakete, die 2018 um 41% gewachsen sind, sind der Bereich, in dem ein solcher Ansatz bisher am besten funktioniert. Die Konversionsrate unserer Standorte ist von Jahr zu Jahr insgesamt deutlich gestiegen." Und weiter: "Allein 2018 haben wir verschiedene Produkte eingeführt, die unseren Kunden geholfen haben, ihr Reiseerlebnis zu verbessern.»

Für Einzelheiten sei auf den Jahresbericht 2018 verwiesen, der unter folgendem Link zur Verfügung steht: www.lastminute.com/investor-relations/reports/reports.aspx

Die Jahresergebnisse 2018 werden heute um 10.30 Uhr MEZ an einer Medien- und Investorenkonferenz in Zürich präsentiert.

Interessenten, die nicht vor Ort an der Konferenz teilnehmen können, haben die Möglichkeit, sich telefonisch oder per Web Phone einzuwählen:

Einwahl per Telefon

Aus der Schweiz: +41 22 595 47 28 Aus Grossbritannien: +44 1 212 818 004 Aus den USA: +1 718 70 58 796 Aus Italien: +39 02 802 09 11

Einwahl via Web Phone

Um via PC teilzunehmen, klicken Sie hier: [HD Web Phone™](#). Um Echos zu vermeiden, verwenden Sie Kopfhörer oder einen PC-Lautsprecher/Headset. Erteilen Sie dem Browser die Erlaubnis, auf Ihr Mikrofon zuzugreifen und klicken Sie auf die grüne Schaltfläche, um den Anruf zu starten

Über [lm group](#)

lm group zählt zu den weltweit führenden Anbietern im Online-Reisegeschäft und führt ein Portfolio bekannter Marken wie [lastminute.com](#), [Volagratis](#), [Rumbo](#), [weg.de](#), [Bravofly](#), [Jetcost](#) und [Hotelscan](#). Die Mission der Unternehmensgruppe ist es, als wichtigstes und inspirierendes Reiseunternehmen das Leben von Reisenden zu bereichern. Jeden Monat erreicht die Gruppe über ihre Websites und mobilen Apps (in 17 Sprachen und 40 Ländern) 45 Millionen Besucher, die ihre Reise- und Freizeiterlebnisse bei uns suchen und buchen. Über 1'200 Mitarbeitende, die uns als Arbeitgeber schätzen, stellen unserem Zielpublikum ein umfassendes und inspirierendes Angebot aus Produkten und Dienstleistungen rund um das Reisen zur Verfügung. [lastminute.com](#) N.V ist an der SIX Swiss Exchange kotiert, Tickersymbol LMN.

Diese Pressemitteilung enthält möglicherweise zukunftsgerichtete Aussagen. Wir weisen darauf hin, dass solche zukunftsgerichteten Aussagen keine Garantie für die zukünftige Entwicklung darstellen und mit Risiken und Unwägbarkeiten verbunden sind. Die tatsächlichen Ergebnisse können aus verschiedenen Gründen wesentlich von den in den zukunftsgerichteten Aussagen prognostizierten Ergebnissen abweichen. lastminute.com group ist nicht verpflichtet, zukunftsgerichtete Aussagen öffentlich zu aktualisieren oder zu korrigieren.

Pressekontakte

lm group
Alessia Dordoni
communications_team@
lastminute.com

Pressekontakte

IRF
Martin Meier-Pfister
Direkt: +41 43 244 81 40
Mobil: +41 79 200 85 00
meier-pfister@irf-reputation.ch

Investorenkontakte

lm group
Niccolò Bossi
Mobil: +41 763925699
investor.relations@lastminute.com