

lastminute.com group publiziert provisorische Zahlen für 2017

Amsterdam / Chiasso, 5. Februar 2018 – lastminute.com group, ein führender europäischer Online-Anbieter in der Urlaubs- und Freizeitbranche, veröffentlicht nicht geprüfte, vorläufige Zahlen für das Geschäftsjahr 2017.

Das Kerngeschäft, Online Reiseagentur (OTA) und Metasearch, bestätigt den positiven Trend und hat bei Umsatz und bereinigtem EBITDA besser abgeschnitten als 2016.

Jetcost wächst weiterhin dynamisch und legte beim Umsatz zweistellig zu, bei einer EBITDA-Marge von über 20%. Das Metasearch-Geschäft, welches vor zwei Jahren noch 8% des Konzernumsatzes ausmachte, trägt nun 20% bei. Die Akquisition von Hotelscan, im letzten Quartal abgeschlossen, wird dazu beitragen, die Expansion in andere Segmente zu unterstützen und diesen Wachstumstrend aufrechtzuerhalten.

Strategische Produkte im OTA-Bereich wie dynamische Pakete und Zusatzgeschäfte stiegen sowohl auf Buchungs- als auch auf Umsatzebene um 30% bzw. 50%.

Das Nicht-Flug-Geschäft repräsentiert nun mehr als 50% des Margenbeitrags des gesamten OTA-Geschäfts und ist zu einem Eckpfeiler und einem wichtigen Faktor für die Diversifizierung des Geschäftsmodells geworden; dieser Wertbeitrag ist auch zukünftig zu erwarten.

In dieselbe Richtung zielt die kürzlich erfolgte Übernahme der Comvel gmbh (2017 nicht konsolidiert) mit einem Umsatz von € 20 Mio., wovon 85% auf Pauschalreisen entfallen.

Auf eigenständiger Basis ging das Fluggeschäft volumenmässig leicht zurück (Buchungen -3% gegenüber 2016), während auf konsolidierter Ebene, wo auch die Flugtickets von dynamischen Pakete zu berücksichtigen sind, die Buchungen 2017 im Vergleich zu 2016 stabil blieben (-0,6%) und die Zahl der Passagiere um 3,5% zunahm.

Der Rückgang der Margenprovisionen war jedoch beträchtlich und führte, obwohl teils mit höheren B2B-Provisionen kompensiert, zu einem Umsatz- und Rentabilitätsrückgang von 10% bzw. 8% gegenüber Vorjahr.

Der mobile Verkehr, bei welchem die Konversionsrate aktuell niedriger ist, nimmt rasant zu und liegt nun deutlich über 50%. Die Buchungen über Mobilgeräte übertrafen im Dezember 35% aller Buchungen (gegenüber dem Durchschnitt der europäischen Konkurrenz von unter 25%), was die Fähigkeit der Gruppe zeigt, einen solchen Trend abzufangen und die Kunden durch aufeinander abgestimmter Interaktion mehrerer Geräte gut einzubinden.

Allerdings haben nicht zum Kerngeschäft zählende Bereiche, aussergewöhnliche Ereignisse und höhere Investitionen in die Marke das Konzernergebnis wesentlich beeinflusst. Im Detail:

- Die Investitionen in Markenkampagnen waren um € 7,0 Mio. höher als 2016;
- Die Margen im Mediengeschäft waren rückläufig (€ 1,5 Mio.), da die eigenen Websites wegen höherem Metasearch und mobilem Datenverkehr weniger besucht wurden;
- Die Geldstrafen der italienischen Kartellbehörde, die Anfang Januar 2018 eingingen, beliefen sich auf 2,4 Mio. €, und wurden zu 100% dem Jahr 2017 belastet. Die Gesellschaft wird dagegen vorgehen*;
- Das Ergebnis von Destination Italia war auf EBITDA-Ebene negativ (3M €).

Insgesamt wird der bereinigte EBITDA gegenüber 2016 (€ 28,6 Mio.) € 10 bis 11 Mio. tiefer liegen. Es wird ein Nettoverlust von € 8 bis 9 Mio. gegenüber einem Nettogewinn von € 6,7 Mio. im Jahr 2016 erwartet.

Die liquiden Mittel beliefen sich zum Jahresende auf € 52 Mio. (€ 60,2 Mio. 2016), beeinflusst durch ausserordentliche Aufwendungen von rund € 9,5 Mio. für das Aktienrückkaufprogramm und die erste Kaufpreiszahlung zur Akquisition der Comvel gmbh.

Die detaillierten Ergebnisse für 2017 werden am 14. März 2018 veröffentlicht werden. Eine Telefonkonferenz für Investoren ist am selben Tag um 15:30 Uhr MEZ geplant.

Neuigkeiten betreffend Teilrückkaufangebot (Partial Self Tender Offer, PSTO)

Die Gesellschaft bestätigt, dass sie auf die finale Genehmigung des Prospekts wartet, der am 15. Dezember 2017 bei der schweizerischen Übernahmekommission eingereicht wurde.

** Auch wenn die Strafe angefochten wird, ist die Gesellschaft verpflichtet, die Busse zu zahlen. Die Gesellschaft hat die Möglichkeit einer Ratenzahlung beantragt. Eine Antwort der Behörde wird innerhalb von 30 Tagen erwartet.*

Über [lastminute.com group](#)

lastminute.com gehört zu den weltweit führenden Anbietern in der Online-Reisebranche und betreibt ein Portfolio bekannter Marken wie lastminute.com, Bravofly, Rumbo, Volagratis und Jetcost. Jeden Monat erreicht die Gruppe über ihre Websites und mobilen Apps (in 17 Sprachen und 40 Ländern) 43 Millionen Unique Visitors pro Monat, die ihre Reise- und Freizeiterlebnisse suchen und buchen. Die Mission der Unternehmensgruppe ist es, als inspirierendes Reiseunternehmen das Leben von Reisenden durch Support- und Serviceangebote zu bereichern, wann immer diese nachgefragt werden. [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

lastminute.com group
Alessia Dordoni
communications_team@lastminute.com

Pressekontakte

IRF Communications AG
Martin Meier-Pfister
Durchwahl: +41 43 244 81 40
Mobil: +41 79 200 85 00
martin.meier-pfister@irfcom.ch

Investorenkontakt

lastminute.com group
Niccolò Bossi
Mobil: +41 76 392 56 99
investor.relations@lastminute.com