

lm group legt Halbjahresergebnisse vor – starkes Wachstum bei Urlaubspaketen

Amsterdam / Chiasso, 9. August 2018 – lm group (das „Unternehmen“), ein führender europäischer Online-Anbieter für Reisen und Freizeit, hat heute die Ergebnisse für das erste Halbjahr 2018 bekannt gegeben. Wichtigste Punkte:

- Der Konzernumsatz stieg auf € 144,2 Mio., ein Plus von 10,7% ggü. € 130,3 Mio. im ersten Halbjahr 2017.
- Das EBITDA* aus dem Kerngeschäft betrug € 17,2 Mio., was einer Steigerung von 39,8% ggü. € 12,3 Mio. in der ersten Jahreshälfte 2017 entspricht.
- Das bereinigte EBITDA der lm group konnte um 8,4% auf 10,3 Mio. zulegen.
- Der Nettogewinn betrug € 0,2 Mio. gegenüber € 0,1 Mio. im ersten Halbjahr 2017.
- Die Nettoliquidität lag bei € 87,4 Mio. nach € 79,8 Mio. im ersten Halbjahr 2017. Die Nettofinanzposition betrug € 54,7 Mio. ggü. € 45,3 Mio. am 31. Dezember 2017.

Ausserdem gab die lm group einen Ausblick auf das Gesamtjahr 2018:

- Für den Konzernumsatz sind über € 280 Mio. ggü. € 258,8 Mio. im Vorjahr zu erwarten, was einem Wachstum von 8% oder mehr im Jahresvergleich entspräche.
- Das EBITDA des Kerngeschäfts wird voraussichtlich € 32 bis 34 Mio. ggü. € 27,5 Mio. im Jahr 2017 erreichen, +16 bis 24% gegenüber dem Vorjahr.

Nach wie vor ist das **OTA-Geschäft** für den Grossteil des Konzernumsatzes verantwortlich. Innerhalb des OTA-Segments des Unternehmens wuchs das Urlaubsgeschäft gegenüber dem Vorjahr um 63%, was auf das enorme organische Wachstum bei dynamischen Pauschalreisen und die hervorragende Leistung des Reiseveranstaltergeschäfts zurückzuführen ist – insbesondere getrieben durch den erfolgreichen Start von weg.de, der Hauptmarke der im Dezember vergangenen Jahres erworbenen Comvel GmbH. Die schnelle Integration von weg.de hat zudem zu einer stärkeren geografischen Diversifizierung der Umsätze und Gewinne geführt. Deutschland als hinsichtlich des Bruttoreisevolumens grösster europäischer Markt im Urlaubssegment, hat umsatzmässig erheblich an Gewicht gewonnen und liegt nun vor Spanien.

Kennzahlen für das 1. HJ 2018 in Millionen Euro

	2018	2017	%
Bruttoreisevolumen	1'180	1'005	+17,4%
Umsatz			
• lm group	144,2	130,3	+10,7%
• Kerngeschäft*	141,4	125,5	+12,7%
○ OTA**	114,8	102,0	+12,5%
○ davon Urlaubspakete***	48,0	29,4	+63%
○ META (ohne Intersegment-Umsätze)	28,3	23,7	+19,4%
EBITDA			

* 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).

** OTA einschliesslich Mediengeschäft.

*** Die Kategorie „Urlaubspakete“ umfasst dynamische Pauschalreisen und Pauschalangebote von Reiseveranstaltern.

• EBITDA Kerngeschäft	17,2	12,3	+39,8%
• bereinigtes EBITDA, lm group	10,3	9,5	+8,4%
Nettogewinn	0,2	0,1	+100%
Nettoliquidität	87,4	79,8	+9,5%

Fabio Cannavale, CEO der lm group, zu diesen Zahlen: „Wir haben seit dem Börsengang und nach dem Erwerb von lastminute.com im Jahr 2015 im Rahmen dedizierter Anstrengungen in Technologie für dynamische Pauschalreisen investiert. Dies entsprach unserer Überzeugung, dass „Produktpakete“ für unsere Kunden weiter an Bedeutung und Beliebtheit gewinnen werden. Wir freuen uns, dass diese Investitionen nun Früchte tragen und das Wachstum unseres OTA-Geschäfts, das stärker „urlaubszentriert“ ist als je zuvor, vorantreiben.“

Der Erfolg unserer dynamischen Pauschalreisen resultiert aus einem einzigartigen Angebot, das sowohl Kunden zugutekommt, die nach einer perfekt für sie passenden Reiselösung zu einem hervorragenden Preis suchen. Aber auch Anbietern, die einen wirkungsvollen Vertriebskanal nutzen und ihren Angebotsbestand so besser verwalten können. Ausserdem haben wir mit weg.de und Hotelscan wieder einmal bewiesen, dass wir in der Lage sind, attraktive Unternehmen zu entdecken, zu erwerben und schnell zu integrieren. Wir werden bei der Konsolidierung unserer Branche weiterhin eine aktive Rolle spielen.“

Das **Mediengeschäft** beweist, wie widerstandsfähig dieses Umsatzmodell ist. Seine Fähigkeit, selbst im Kontext eines enorm wachsenden mobilen Verkehrs gute Ergebnisse zu erzielen und das Angebot im B2B-Bereich zu diversifizieren, führt zu entsprechendem Umsatzwachstum. Travelpeople, die Medienmarke des Unternehmens, hat im Berichtszeitraum weitere Dienste eingeführt und zieht daher mehr Kunden an, was zu einer sehr guten Performance ihres Co-Marketing-Angebots führt.

Das **Metageschäft** läuft gut. Jetcost ist ein hervorragendes Beispiel für die Fähigkeit, einen Ausgleich zwischen Umsatzwachstum und nachhaltiger Profitabilität zu finden. Im Kontext des noch immer kleinen Metageschäftes im Hotelbereich zeigt das in der zweiten Jahreshälfte 2017 erworbene Hotelscan wie skalierbar dieses Geschäft ist und welch schnelles Wachstum in einem derartigen Segment möglich ist. Das Unternehmen geht davon aus, dass Hotelscan auf Gesamtjahresbasis Umsatzsteigerungen im dreistelligen Bereich erzielen und bis zum Jahresende ein ausgeglichenes EBITDA erreichen kann.

lm group meldete mit € 87,4 Mio. zum Ende des Berichtszeitraums eine starke Liquiditätssituation. Dies ist auf signifikante operative Zuflüsse zurückzuführen, die insbesondere von saisonal bedingten Veränderungen des Nettoumlaufvermögens herrühren. Die Nettofinanzposition in Höhe von € 54,7 Mio. war durch aussergewöhnliche Investitionen von € 30,9 Mio. in Zusammenhang mit dem Teilrückkaufangebot und dem Aktienrückkaufprogramm belastet.

Marco Corradino, CEO von lastminute.com: „In den letzten drei Jahren haben wir die Art und Weise, wie wir unser Kerngeschäft führen, vollständig geändert. Wir haben das Management komplett umstrukturiert, viele talentierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter eingestellt sowie unsere Marketingstrategie und unseren Umgang mit Daten weiter verfeinert. Ausserdem

haben wir unsere Marken neu positioniert, so dass sie zu unserer Mission passen, das bedeutendste und inspirierendste Reiseunternehmen zu sein und das Leben von Reisenden zu bereichern. Diese Mission zeigt sich auch in unserem derzeitigen Wechsel von einem reinen „flug- und hotelorientierten“ transaktionsbasierten Geschäft hin zu einer diversifizierten, „urlaubsorientierten“ und am Kunden ausgerichteten Plattform, die unser OTA-, Meta- und Mediengeschäft effizient integrieren kann. Nach einer langen und erfolgreichen Umstrukturierungsphase sehen wir auf Grundlage dieses weit umfassenderen geschäftlichen Angebots nun sehr viel Potenzial. Unser Bruttogewinn hat sich erheblich verbessert. Wir sind zuversichtlich, dass wir schon bald auch unter dem Strich die gleiche Effizienz erreichen.“

Die **Venture-Initiativen** der lm group beeinträchtigen die Konzernergebnisse insbesondere wegen Destination Italia, die sich vor der Markteinführung ihres Angebots in einer Umstrukturierungs- und Investitionsphase befindet. Im ersten Halbjahr 2018 lagen die Auswirkungen auf das bereinigte EBITDA bei € 2,6 Mio. Das Unternehmen geht davon aus, dass sich dieser Trend in der zweiten Jahreshälfte leicht verbessern wird. Inzwischen evaluieren wir einige strategische Massnahmen, um die Erholung der Performance zu beschleunigen.

Abschluss des Teilrückkaufangebots und Einzug zurückgekaufter Aktien

Nach Abschluss des Teilrückkaufangebots für 15,83% der Aktien von lastminute.com zu einem Angebotspreis von CHF 16 netto in bar, wurde die Vernichtung der im Rahmen des Angebots zurückgekauften Aktien eingeleitet. Nach Ablauf der zweimonatigen Gläubiger-Widerspruchsfrist werden 2'193'395 Aktien am 24. September 2018 endgültig vernichtet. Die Anzahl der ausstehenden Aktien reduziert sich damit auf 11'664'219 und die Aktionärsstruktur ändert sich wie folgt:

Aktien insgesamt	Vor der Vernichtung 13'857'614	Nach der Vernichtung 11'664'219
Aktionärsvereinbarung	42,2%	50,2%
eigene Aktien	19,6%	5,2%
Grossaktionäre*	>5%	>5%
Streubesitz	33,2%	39,6%

* Hierzu gehört gemäss der letzten Offenlegung von Beteiligungen der Anteil der Ardian Holding Société par Actions Simplifiée.

Cannavale hierzu: „Unsere Aktionärsbasis ist nach Abschluss des Teilrückkaufangebots gut um die Gründer und die Führungsspitze des Unternehmens konsolidiert. Hinzu kommen Minderheitsaktionäre, die sich einem Zeithorizont verpflichtet fühlen, der zu unserer Strategie und Vision passt.“

Weitere Einzelheiten entnehmen Sie bitte dem Halbjahresbericht 2018, der unter folgendem Link zum Download bereitsteht:

<http://lmgroup.lastminute.com/investor-relations/reports/reports.aspx>

Für die Besprechung der Einzelheiten dieser Pressemitteilung ist heute um 10:30 MEZ eine IR-Telefonkonferenz anberaumt.

So nehmen Sie mit Ihrem PC in HD-Qualität an dieser Konferenz teil:

1. Klicken Sie hier: [HD Web Phone™](#).
2. Um Rückkopplungen zu vermeiden, verwenden Sie Kopfhörer oder eine Freisprecheinrichtung / ein Headset für Ihren PC.
3. Erlauben Sie dem Browser, auf Ihr Mikrofon zuzugreifen.
4. Geben Sie Ihren Zugangscode ein und treten Sie der Konferenz bei, indem Sie auf die grüne Schaltfläche klicken.
5. Ein Mitarbeiter wird einen kurzen Soundcheck mit Ihnen durchführen.

So nehmen Sie mit Ihrem Telefon an der Konferenz teil:

Wählen Sie eine der folgenden Einwahlnummern:

Schweiz	+41 44 575 0267
Vereinigtes Königreich	+44 20 3795 9972
Vereinigte Staaten	+1 412 717 9224
Italien	+39 02 3057 8288

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 inspirierendstes 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.

Pressekontakte

lm 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

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