

Starke Performance von Urlaubspaketen steigert den Gewinn auf Rekordhöhe

Amsterdam / Chiasso, 12. November 2021 – Im holding (oder ‚das Unternehmen‘), das europäische Travel-Tech-Unternehmen, führend bei dynamischen Urlaubspaketen, veröffentlicht heute seine Zahlen für das 3. Quartal.

Die Gruppe vermeldet für das 3. Quartal einen Umsatz und eine Rentabilität klar über dem Vorjahr.

Die bereits für Oktober vorliegenden Ergebnisse und der aktuelle Handel Anfang November bestätigen den Trend der Sommersaison und lassen eine allgemein positive Tendenz für das letzte Quartal des Jahres erwarten.

Der Aufschwung schreitet voran und der Markt verlagert sich immer schneller in Richtung Online. Die Stärken der Gruppe, die die Leistung im 3. Quartal unterstützt haben, sind der Schlüssel, um die zukünftigen Trends effektiv zu nutzen und das Geschäft profitabel zu führen. Die verfügbare Liquidität, die in Zukunft weiter steigen dürfte, ist ein strategischer Vorteil, der einen grossen Spielraum für Investitionen in Technologie und innovationsgetriebenes Wachstum gewährleistet.

Finanzzahlen 3. Quartal in € Millionen

	3Q 2021	3Q 2020	Delta 21vs20
GTV	455,982	280,227	62.7%
Revenues	55.0	34.4	59.7%
Adjusted EBITDA	12.6	3.2	288.5%
Adjusted EBITDA Margin	22.9%	9.4%	
Net Results	9.1	(18.2)	NA

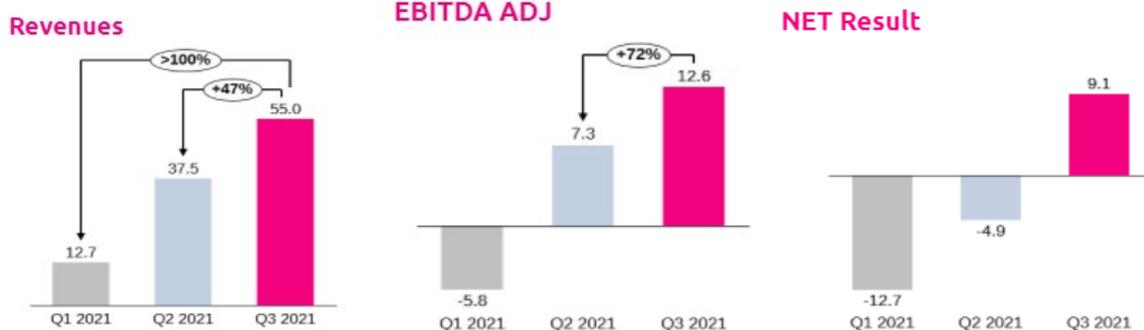
Andrea Bertoli, CEO der lm group: *«Ich bin sehr zufrieden mit den Q3-Ergebnissen des Unternehmens. Sie zeigen unsere Widerstandsfähigkeit und Fähigkeit zur Nutzung unseres Wertangebots auf dem europäischen Freizeitreisemarkt. Die Leistung war besonders stark, wenn man an die vielen Unsicherheiten und Szenarien denkt, welche mit der Delta-Variante und den Reisebeschränkungen während des Sommers einhergingen, was zu Unsicherheiten für Reisende und Volatilität für Anbieter geführt hat.»*

«Trotz der Tatsache, dass die Anzahl der Flüge in Europa während der gesamten Sommersaison rückläufig war (-50 % im Vergleich zu 2019), konnte das Unternehmen von der nun steigenden Nachfrage voll profitieren und in Gewinne umsetzen. Dies war das Ergebnis einer noch stärkeren Fokussierung auf die dynamischen Reisepakete, welche das Wachstum sowohl über B2C- als auch B2B-Kanäle vorantreibt. Inzwischen erwirtschaftet das Urlaubsgeschäft 70 % der Margen der Gruppe. Dieses Wachstum hat zusammen mit einer verbesserten Maschineneffizienz und einer Vereinfachung der Organisation dazu beigetragen, dass das Nettoergebnis aus dem dritten Quartal 2019 (pre-COVID) übertroffen werden konnte. Das war vor dem Ausbruch von COVID-19, als das Unternehmen einen stetigen Wachstumstrend verzeichneten, der in seinem bisherigen Rekordjahr gipfelte.»

«Das dritte Quartal 2021 markiert einen Wendepunkt. Der positive Trend setzt sich auch in den ersten 40 Tagen des vierten Quartals fort. Die Suchanfragen nach Reisen im Internet nehmen zu, und positive Meldungen über den Aufschwung der innereuropäischen und interkontinentalen Strecken infolge der Ereignisse in Europa und den USA, wo die Reisebeschränkungen aufgehoben wurden, sind zu spüren. Die Pandemie-Sperren haben die Digitalisierung beschleunigt, da die Kundinnen und Kunden zunehmend online buchen. Die Reisebranche verzeichnet eine markante, strukturelle Verlagerung auf digitale Kanäle.»

Andrea Bertoli fügt hinzu: *«Wir erwarten, dass sich die Nachfrage nach Urlaubsreisen im Laufe des Jahres 2022 wieder normalisieren wird. Nach der allgemeinen Stimmung und den Prognosen vieler Marktexperten ist dies ein realistisches Szenario, das durch die positive Entwicklung der Impfkampagnen und die jüngsten Nachrichten über hochwirksame COVID-Behandlungen gestützt wird. Wir wollen die wettbewerbsfähige Positionierung der Gruppe und ihre Fähigkeit, auf der Erholungswelle zu reiten, nutzen. Damit besteht nach wie vor ein erhebliches Potenzial, im attraktivsten und profitabelsten Segment der europäischen Pauschalreisen weitere Anteile zu gewinnen und unsere wirtschaftlichen und finanziellen Ergebnisse in Zukunft deutlich zu verbessern.»*

Quartalsergebnisse 2021



€M and % variance vs previous period

Sergio Signoretti, CFO der Im group sagt: «*Unser Geschäftsmodell beruht auf einer schlanken Bilanz und hatte in den schwierigen Monaten der Pandemie ihre Widerstandsfähigkeit unter Beweis gestellt. In den letzten Wochen zeigte es nun seine Attraktivität im Aufschwung. Trotz eines zurückhaltenden Marketingausgaben aufgrund sich ständig wechselnder und regional unterschiedlicher Reisebeschränkungen kam es zu einem starken Anstieg des bereinigten EBITDA im dritten Quartal 2021. Die Kombination aus wachsender Effizienz und flexiblen Urlaubspaketangeboten liess das bereinigte EBITDA auf EUR 12,6 Mio. (23 % EBITDA-Marge) ansteigen, verglichen mit EUR 3,2 Mio. im dritten Quartal 2020 (9,3 %). Der Nettogewinn zeigt ein noch stärkeres Muster und summierte sich auf EUR 9,1 Mio., eine Erholung von rund EUR 27 Mio. gegenüber dem negativen Ergebnis von 3Q2020 von (EUR 18,2 Mio.).*

Trotz des geringeren verwalteten Volumens lag das Nettoergebnis im 3. Quartal 15 % über dem Wert von EUR 7,9 Mio. aus dem Jahr 2019 (dem bisher höchsten Ergebnis), dank niedrigeren Abschreibungen und Steuern zurückzuführen. Alle wichtigen Finanzindikatoren haben sich von Q1 bis Q3 deutlich verbessert, obwohl die staatlichen Subventionen, die das Unternehmen ab Januar und insgesamt auch im Vergleich zu 2020 erhalten hat, schrittweise und erheblich zurückgegangen sind.»

	30.09.21	30.09.20	Delta 21vs20
Gross Cash	133.9	146.9	-8.8%
Net Cash	47.5	51.3	-7.4%

«Die Performance im Q3 2021 hat die Unternehmensbilanz weiter gestärkt. Die Nettoliquidität belief sich zum Ende des Quartals auf EUR 47,5 Mio., dank des Mittelzuflusses aus dem operativen Geschäft, der die Abflüsse aus Rückerstattungen an Kunden und eingelösten Gutscheinen in Höhe von EUR 68 Mio. ausglich. Das Kostensenkungsprogramm, das in diesem Jahr zu erheblichen Einsparungen geführt hat, wird sich dank struktureller Vereinfachungen und genutzter Synergien bis 2022 auswirken. Darüber hinaus wird die

erwartete Rückkehr von Urlaubsreisen in grossem Umfang auf das Niveau von 2019 die Cash-Generierung verbessern und dazu beitragen, die für Investitionen in Marketing und Technologie verfügbaren Mittel zu erhöhen.»

Fabio Cannavale, CEO der lm holding sagt: *«Die letzten 18 Monate waren die schwierigsten für die gesamte Reisebranche und auch für die Gruppe. Ich bin stolz auf das, was unsere Mitarbeitenden erreicht haben, um das Geschäft zu sichern und günstigste Bedingungen zu schaffen, um das Geschäft wieder profitabel zu machen. Seit dem Börsengang hatten wir immer einen Liquiditätsüberschuss. Es war nicht selbstverständlich, dass wir ihn auch während des Höhepunkts der Krise behalten konnten. Jetzt, da sich das Geschäft endgültig erholt und wir von unserem strukturell fortschrittlichen Cash-in-Modell profitieren werden, haben wir wachsende Ressourcen, um in Innovationen zu investieren.»*

«Die Reiselandschaft hat sich verändert. Das Unternehmen verzeichnete bei den in diesem Jahr getätigten Buchungen einen Anstieg des durchschnittlichen Ticketwerts und der Aufenthaltsdauer. Beides macht das Geschäft mit dynamischen Urlaubspaketen lukrativer. Derweil hat sich auch das Wettbewerbsszenario verändert, und ein Teil der Kapazitäten für Freizeitreisen ist noch nicht ausgelastet. Der Zusammenbruch einer der grössten europäischen Reiseveranstalter kurz vor dem Ausbruch von COVID-19 und das Verschwinden anderer Wettbewerber während der Krise führen zu einer ‚Umverteilung‘ eines relevanten Marktanteils, was für Unternehmen wie lastminute.com Potenzial bietet.»

Fabio Cannavale fügt hinzu: *«Wir wollen in den nächsten Monaten unseren Pool an hochqualifizierten Mitarbeitern, insbesondere im Bereich der Softwareentwicklung, vergrössern und damit unseren Technologievorteil ausbauen. Die beschleunigte Verlagerung von traditionellem Offline zu Online ist ein starker Rückenwind für das Unternehmen, das mit seinem flexiblen, erschwinglichen und massgeschneiderten Angebot mehr Reisende anziehen kann. Der umfassende Kundenschutz gegen unfreiwillige Stornierungen in dreizehn europäischen Ländern, in denen unsere Urlaubspakete verkauft werden, ist angesichts der grossen geografischen Reichweite des Angebots ein Alleinstellungsmerkmal. Es entspricht den Bedürfnissen der Reisenden, die heute mehr denn je auf Sicherheit achten.»*

«Wir sind ein zu 100% digitales Unternehmen, ein Travel-Tech-Unternehmen mit einer einzigartigen Technologie, die Millionen von möglichen Kombinationen von Reiselösungen in Echtzeit bietet. Wir sind im attraktivsten Segment eines gigantischen, online-getriebenen, sehr fragmentierten Marktes tätig. Der Höhepunkt der Krise liegt hinter uns. Wir blicken mit gutem Grund optimistisch in die Zukunft. Wir sind überzeugt, dass wir gut aufgestellt sind, um weiter zu wachsen und Mehrwert für alle unsere Stakeholder zu schaffen.»

*** Anmerkungen zur Umstellung vom Business EBITDA auf das bereinigte EBITDA in Übereinstimmung mit der bereits im Rahmen der Offenlegung für das 1. Halbjahr**

- Um die Leistung des Kerngeschäfts in den Konzernzahlen besser widerzuspiegeln und die Struktur der Managementberichterstattung zu vereinfachen, wurde das „Business EBITDA“ aufgegeben und das „bereinigte EBITDA“ entsprechend geändert*. Auch die Zahlen für 2020 wurden entsprechend dem neuen Berichtsrahmen angepasst. Um die Quartale vergleichbar zu machen, wurden die Zahlen für 2020 weiter angepasst, um die neuen Rechnungslegungsgrundsätze, die ab dem EOY 2020 für die Behandlung von Stornierungen und Gutscheinen gelten, einzubeziehen**. Alle Zahlen in diesem Bericht beziehen sich auf die Im Group (einschliesslich des Kreuzfahrtgeschäfts) und zeigen reklassifizierte Umsatzerlöse, die aufgrund der Behandlung einiger ausserordentlicher Posten leicht von den IFRS-Umsätzen abweichen können.
- Die Unternehmenskosten sind nun im bereinigten EBITDA enthalten.
- Das EBITDA des Kreuzfahrtgeschäfts ist nun im bereinigten EBITDA enthalten. Sollten in Zukunft andere Unternehmen konsolidiert werden (Mehrheitsbeteiligung), werden sie auf die gleiche Weise behandelt.
- Gewöhnliche uneinbringliche Forderungen, die nicht von COVID-19 abhängen, werden ebenfalls in das bereinigte EBITDA einbezogen.
- Neue Buchungen, die durch die Verwendung von Gutscheinen, die während der COVID-19-Pandemie ausgestellt wurden (sogenannte „Umbuchungen“), werden in den Umsatz und das bereinigte EBITDA einbezogen. Zuvor wurden sie als „ausserordentliche Posten“ unterhalb des Business EBITDA behandelt und verbucht.

Alle anderen Effekte, die sich aus der COVID-19-Pandemie ergeben (z. B. Stornierungen oder Fehleinlösungen von Gutscheinen), werden konsequent als ausserordentliche Posten behandelt und wie bisher unter dem bereinigten EBITDA ausgewiesen.

**** Anmerkungen zur Anpassung der Zahlen für Q3 2020**

In Bezug auf die Verbuchung von Belegen hat die Gruppe die Vergleichszahlen angepasst, um mit den Rechnungslegungspraktiken zum Jahresende 2020 übereinzustimmen und die Berechnung der Auswirkungen der ausserordentlichen Annullierungen von COVID-19 auf die konsolidierten Finanzausweise zu verbessern.

Über [Im holding](#)

Im holding ist das führende europäische Travel-Tech-Unternehmen für dynamische Urlaubspakete 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) 60 Millionen Besucher, die ihre Reise- und Freizeiterlebnisse bei uns suchen und buchen. Über 1'000 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

Im group
corporatepr@lastminute.com

Pressekontakte

IRF
Elisabeth Wallimann
Direkt: +41 43 244 81 41
Mobil: +41 77 401 18 71
lmn@irf-reputation.ch

Investorenkontakte

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