

Medienmitteilung

Ad hoc-Mitteilung gemäss Art. 53 KR

4. Quartal und Gesamtjahr 2021 deutlich besser als 2020

Online-Reisesegment 2022 auf Niveau wie vor der Pandemie – dynamische Urlaubspakete mit Rekord bei Umsatz und Marge

Amsterdam / Chiasso, 10. Februar 2022 – lastminute.com N.V. (“lastminute.com”), der europäische Travel-Tech-Leader bei dynamischen Urlaubspaketen, publiziert die Zahlen für das 4. Quartal 2021, das ungeprüfte, vorläufige Geschäftsjahr 2021 sowie Informationen zu den ersten Wochen des Jahres 2022.

Die Gruppe schloss das Jahr 2021 mit einem Umsatz von EUR 150,1 Mio. (EUR 136,2 Mio. im 2020) und kehrte mit einem bereinigten EBITDA von EUR 19 Mio. (EUR -3,4 Mio.) in die schwarzen Zahlen zurück.

Trotz Ausbruch der Omikron-Variante verzeichnete das 4. Quartal 2021 auf allen Ebenen einen deutlichen Anstieg gegenüber dem gleichen Zeitraum 2020, wobei sich das Bruttoreisevolumen verdreifachte und der Umsatz mehr als verdoppelte. Das bereinigte EBITDA im 4. Quartal betrug rund EUR 5 Mio. gegenüber einem Verlust von EUR 4,1 Mio. in der Vorjahresperiode.

Vorläufige, ungeprüfte Ergebnisse für das 4. Quartal und 2021 in EUR Mio.*

	4Q 2021	4Q 2020	%	GJ 2021	GJ 2020	%
Bruttoreisevolumen	407.9	114.0	258%	1'314.2	1'088.6	21%
Umsatz	44.9	18.5	143%	150.1	136.3	10%
Adjustiertes EBITDA	4.9	(4.1)	n a	19.0	(3.4)	n a
Reingewinn	(5.7)	(11.9)	+52%	(14.2)	(59.3)	+76%

Die Gruppe hat 2020 und 2021 die Effizienz der Buchungsplattform verbessert, den Geschäftsmix schrittweise in Richtung dynamischer Urlaubspakete verlagert und die Kostenstruktur angepasst. Trotz volatiler Reisenachfrage kehrte die Gruppe aus eigener Kraft in die Gewinnzone zurück.

Die Volumina haben Jahr 2022 rasch an Fahrt aufgenommen. In den letzten Wochen erreichten Umsatz und Bruttogewinn ein Allzeithoch in der Ära nach COVID und lagen auf dem Niveau vor der Pandemie. Bei den dynamischen Urlaubspaketen stieg der Umsatz im Vergleich zu 2019 von Woche zu Woche um 45 Prozent.

Der Verwaltungsrat hat beschlossen, das an der letzten Generalversammlung genehmigte Aktienrückkaufprogramm wieder aufzunehmen.

Andrea Bertoli, CEO der lm group, kommentierte: *“Wir sehen, dass unsere Kunden gerne wieder reisen, sobald die Reisebeschränkungen gelockert werden. lm group ist gut positioniert, um die aufgestaute Reiselust bedienen. Dies hat sich 2021, für die globale Reisebranche ein 'Stop-and-Go'-Jahr, bestätigt, einschliesslich des letzten Quartals. Nach starkem Oktober verlor das Geschäft im November und Dezember als Folge der Omikron-Variante temporär an Schwung. Trotzdem lagen die Zahlen 2021 wesentlich über dem Vorjahr und der Start ins 2022 verlief äusserst positiv.”*

Und er fuhr fort: *“Die Buchungen sind im Zuge der schrittweisen Öffnung in ganz Europa ab der zweiten Januarwoche 2022 stark angestiegen. Die deutlich höheren Volumina, gepaart mit einer verbesserten Effizienz unserer Verkaufsstrategie und einer schlankeren Kostenbasis, führte zu rekordhohen Umsätzen und Gewinnen bei den dynamischen Urlaubspaketen. Der Trend setzt sich derzeit fort. Erste Indikatoren weisen für Februar auf weitere Verbesserungen in allen Geschäftsbereichen hin. In den letzten Wochen verzeichnete Dynamic Holiday Packages 45 Prozent höhere Umsätze als im gleichen Zeitraum 2019.”*

Sergio Signoretti, CFO, sagte: *“Zum Jahresende lagen die Bruttobarmittel bei EUR 110 Mio. und die Nettobarmittel bei über EUR 30 Mio. Die Zahlen belegen die Widerstandsfähigkeit des Geschäftsmodells und die Robustheit unserer Finanzkennzahlen. Die Verlagerung von offline zu online wird sich in unserer Branche fortsetzen. Entscheidend ist unsere Fähigkeit, Anteile im Urlaubs-Segment zu gewinnen. Wir blicken zuversichtlich und optimistisch auf das Jahr 2022 und darüber hinaus.”*

lastminute.com wird für das Geschäftsjahr 2022 noch keine detaillierten Prognosen veröffentlichen.

Niccolò Bossi, Head Investor Relations and Corporate Affairs und Strategic Planning & Control Director, hat beschlossen, das Unternehmen zu verlassen, um eine neue berufliche Herausforderung anzunehmen. Andrea Bertoli, CEO, sagte: *“Wir sind dankbar für Niccolòs Beitrag in den letzten sieben Jahren und wünschen ihm alles Gute in seiner neuen Rolle.”* Pier Andrea Comoglio, Leiter Unternehmensentwicklung, wird die Aufgabe übernehmen und einen reibungslosen Übergang gewährleisten.

Anmerkungen zur Umstellung vom Business EBITDA auf das bereinigte EBITDA in Übereinstimmung mit der bereits im 1. Halbjahr und 3. Quartal erfolgten Offenlegung

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 lm Group (einschliesslich des Kreuzfahrtgeschäfts) und zeigen reklassifizierte Umsätze, 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 das 4. Quartal 2020**

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

Finanzkalender 2022

24. März	Geprüfte Ergebnisse und Geschäftsbericht 2021
18. Mai	Generalversammlung
19. Mai	Ergebnisse des 1. Quartals 2022
5. August	Ergebnisse des 1. Halbjahres 2022 und Halbjahresbericht
17. November	Ergebnisse des 3. Quartals 2022

Über lastminute.com

lastminute.com ist das führende europäische Travel-Tech-Leader 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

lm holding

[corporatepr@
lastminute.com](mailto:corporatepr@lastminute.com)

Pressekontakte

IRF

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

Investorenkontakte

lm group

Pier Andrea Comoglio
Mobil.: +41 76 582 91 52
[investor.relations@
lastminute.com](mailto:investor.relations@lastminute.com)