

Medienmitteilung

Ad hoc-Mitteilung gemäss Art. 53 KR

# lastminute.com mit positivem Nettoergebnis im zweiten Halbjahr 2021

## 2022 startet nahe dem Niveau von vor der Pandemie

**Amsterdam / Chiasso, 24 März 2022** – lastminute.com N.V. (“lastminute.com”), der europäische Travel-Tech-Leader bei dynamischen Urlaubspaketen veröffentlicht heute seine geprüften Ergebnisse für das Gesamtjahr 2021 und ein Performance-Update für das laufende Geschäftsjahr 2022.

lastminute.com kehrte in der zweiten Jahreshälfte 2021 trotz der Auswirkungen des Ausbruchs der Omikron-Variante im November und Dezember zu einem positiven Nettoergebnis von EUR 8,1 Millionen zurück. Das Nettoergebnis für das Gesamtjahr war unter Berücksichtigung des Nettoergebnisses des ersten Halbjahres EUR -17,6 Mio. mit EUR 9,6 Mio. negativ (gegenüber einem Nettoergebnis von € -59,3 Mio. im Jahr 2020).

Die Gesamtleistung des Jahres 2021 verbesserte sich gegenüber 2020 substantiell, wobei sich das bereinigte EBITDA von EUR -3,4 Mio. im Jahr 2020 auf EUR 19,0 Mio. im Jahr 2021 stieg.

Wenn man die Monate Januar und Februar der Jahre 2020 und 2021 als nicht vergleichbar ausklammert (Januar und Februar 2020 waren nicht von der Pandemie betroffen), haben sich Umsatz und Bruttogewinn im Vergleich zum Vorjahreszeitraum fast verdoppelt.

**Geprüfte Jahresergebnisse 2021 in EUR Mio.**

	2021	2020	%
<b>Bruttoreisevolumen</b>	1'314,2	1'088,6	+21%
<b>Umsatz (*)</b>	150,1	136,3	+10%
<i>Umsatz März-Dez</i>	142,5	73,9	+93%
<b>Bereinigtes EBITDA (**)</b>	19,0	(3,4)	n a
<b>Net Result</b>	(9,6)	(59,3)	n a

Der Jahresbericht 2021 kann hier heruntergeladen werden: <https://lastminute-corporate.com/investors/investors-hub/reports-presentations/reports/>

Seit Mitte Januar 2022 hat sich das Geschäft sehr schnell von der durch die Omikron-Variante verursachten Verlangsamung erholt, mit OTA-Umsätzen und -Margen annähernd auf dem Niveau von vor Covid-19, angetrieben durch das Geschäft mit Urlaubspaketen. Die dramatische Situation, die durch den Krieg in der Ukraine verursacht wurde, hat keinen wesentlichen Einfluss auf das aktuelle Geschäft.

Buchungen von und nach der Ukraine und Russland waren nicht materiell, da sie nur etwa 1 % des Geschäfts der Gruppe im Jahr 2021 und 0,7 % im Jahr 2022 ausmachen. Wir haben den Verkauf von Flügen, Hotels und Urlaubspaketen aus und in diese Gebiete unmittelbar nach Beginn des Krieges eingestellt.

**Fabio Cannavale**, Gründer und CEO von lastminute.com, sagte: *"Nach einer Zeit grosser Herausforderungen sehen wir endlich eine Erholung auf dem online Markt für Freizeitreisen. Die Ereignisse der jüngsten Vergangenheit haben unser Wachstum gebremst, aber uns auch die Möglichkeit gegeben, unsere Organisation und unsere Technologie zu verbessern und uns besser auf die kommenden Jahre vorzubereiten. Wir freuen uns darauf, weiterhin unsere Anpassungs- und Erfolgsfähigkeit unter Beweis zu stellen. Die Menschen wollen wieder reisen, und wir freuen uns mehr denn je darauf, ihnen zu helfen, ihre Wünsche zu erfüllen und ihr Leben zu bereichern. Diese Einstellung behalten wir trotz des Krieges in der Ukraine, der die Welt Ende Februar schockierte. Als Unternehmen sind wir gegen jeden Krieg und wollen unsere Solidarität mit allen ukrainischen Opfern des Krieges und dem russischen Volk, das gegen den Krieg protestiert, bekunden."*

*"Im März 2022 unterzeichneten wir eine dreijährige Sponsoring-Vereinbarung mit der Amaury Sport Organisation (A.S.O.), um offizieller Partner der Tour De France zu werden. Der Vertrag umfasst Paris-Roubaix, Paris-Roubaix Femmes, die Tour de France Femmes mit Zwift und die L'Étape du Tour de France. Dies ist eine perfekte*

*Partnerschaft zwischen einem der berühmtesten und anspruchsvollsten Sportereignisse der Welt und der kultigen Marke lastminute.com, die einen Hauch von Pink ins Peloton der Tour bringen wird."*

**Andrea Bertoli**, CEO & COO von lastminute.com, kommentiert: *"Mit unserer Marktführerschaft bei den dynamischen Urlaubspaketen und unserer Marktreichweite sind wir bestens aufgestellt, um die aufgestaute Nachfrage zu nutzen und von der Erholung des Online-Freizeitreisemarktes zu profitieren.*

*Unsere Urlaubspaket-Technologie bietet ein praktisch unbegrenztes Inventar und bringt sowohl unseren Anbietern einen Mehrwert, da sie ihr Inventar in Echtzeit verwalten können, als auch unseren Kunden, da sie Zugang zu einem sehr flexiblen und anpassbaren Angebot haben. Dies ist oft günstiger als die Buchung der einzelnen Dienstleistungen separat, mit dem zusätzlichen Komfort eines einzigen Ansprechpartners, und der Sicherheit einer finanziellen Garantie gegen unfreiwillige Stornierungen.*

*Wir werden unsere ausgewogene internationale Präsenz weiter ausbauen und die geografische Diversifizierung weiter vorantreiben. Deutschland, Frankreich, Grossbritannien, Italien und Spanien erwirtschaften 89% unserer Einnahmen, wobei der grösste Markt (Deutschland) weniger als ein Viertel des Gesamtumsatzes ausmacht. Wir werden unsere Position in diesen europäischen Kernländern stärken und neue Märkte erschliessen, sowohl direkt als auch durch Joint Ventures mit lokalen Partnern, wie das, das wir letztes Jahr in Israel mit ISSTA gestartet haben. Diese geografische Diversifizierung wird uns - wie schon in der Vergangenheit - dabei helfen, unsere Gesamtrentabilität und unser Wachstum aufrechtzuerhalten, falls die Marktnachfrage in bestimmten Gebieten beeinträchtigt wird."*

**Sergio Signoretti**, CFO von lastminute.com, fügte hinzu: *"Zum Jahresende belief sich die Bruttoliquidität auf EUR 109,7 Millionen, die Nettoliquidität lag bei über EUR 29 Millionen. Wir haben Finanzierungen in Höhe von EUR 18 Millionen zurückgezahlt, was die Widerstandsfähigkeit unseres Geschäftsmodells beweist. Seit Beginn der Pandemie haben wir über 1 Million Stornierungen abgewickelt und unseren Kunden über EUR 500 Millionen zurückerstattet, sowohl durch Barmittel als auch durch unsere 'Everyone Loves Vouchers Campaign', die ein enormer Erfolg war und Upselling und zusätzliche Margen bei Neubuchungen generierte.*

*Wir arbeiten mit einem geringen operativen Leverage und betreiben ein "Asset Light"-Geschäft mit einem niedrigen Verhältnis zwischen fixen und variablen Kosten, ohne direkte Eigentums- oder Leasingverträge für Hotels und Flugzeuge, ohne Vorabzuteilung und ohne das Risiko von unverkauftem Inventar. In normalen Zeiten*

*sind zwei Drittel unserer Kosten variabel und hängen vom Umsatzvolumen ab, was eine schnelle Anpassung unserer Kostenbasis an die sich ändernde Marktnachfrage ermöglicht. Dies ist in volatilen Märkten, wie wir sie in den letzten Jahren erlebt haben, sehr hilfreich, da wir unsere Kostenbasis in Abschwungphasen umgehend anpassen und in Aufschwungphasen schnell alle Chancen nutzen können."*

### **Neuer Stock Appreciation Rights Plan**

Am 23. März 2022 beschlossen der Ernennungs- und Vergütungsausschuss und der Verwaltungsrat von lastminute.com einen neuen Incentive-Plan (der "Plan"), der sich an Mitarbeitende in Schlüsselpositionen und leitende Angestellte richtet.

Im Rahmen des Plans können den Begünstigten maximal 1'200'000 Stock Appreciation Rights (SARs) zugeteilt werden, zu einem Ausübungskurs von CHF 35.90 als Durchschnitt der vorgängigen 14 Tage.

Das Zugriffsrecht ("Vesting") auf die SARs ist an bestimmte Bedingungen geknüpft:

- i) Zeitspanne von 4 Jahren (pro rata von Jahr 2 bis Jahr 4) und
- ii) Kursniveau der lastminute.com Aktie (die "Kursschwellen") - nur wenn der Aktienkurs gleich oder über einer bestimmten Schwelle liegt. Die Preisschwellen sind die folgenden:
  - 1. 35% der SARs unterliegen einer Kursschwelle von CHF 40 oder mehr;
  - 2. 65% der SARs unterliegen einer Kursschwelle von CHF 60 oder mehr.

Nachdem der Verwaltungsrat den Stock Appreciation Rights Plan beschlossen hat, ist für dessen Finanzierung keine Kapitalerhöhung erforderlich. Darüber hinaus behält sich das Unternehmen das Recht vor, die Zustimmung der Generalversammlung einzuholen, falls es in Zukunft die Finanzierungsquelle von Barzahlung auf Aktienzahlung umstellen möchte.

\*\*\*

### **Notizen und Fussnoten**

Der Prüfungsprozess führte zu einer Neubewertung von Vermögenswerten, die indirekt von einer konsolidierten Einheit von lastminute.com gehalten werden, und zu höheren aktiven latenten Steuern, die das zuvor kommunizierte vorläufige Nettoergebnis um ca. 4,6 Mio. € verbesserten. Das bereinigte Ebitda bleibt unverändert.

*(\*) Die Einnahmen in der Tabelle beziehen sich auf die "Kernmanagement-Einnahmen", die sich von den IFRS-Einnahmen unterscheiden, da sie keine stornierungsbezogenen Posten sowie keine falsch eingelösten Gutscheine und staatlichen Subventionen enthalten. Die Umsatzerlöse für 2020 enthalten EUR 2,7 Mio. an Managementanpassungen.*

*(\*\*) Das bereinigte Ebitda ist der Betriebsgewinn/-verlust vor Abschreibungen, Wertminderungen, buchhalterischen Effekten im Zusammenhang mit Restrukturierungskosten, Auswirkungen von Covid-Stornierungen und sonstigen Erträgen, Investitionen/Anreizplänen für Direktoren und Mitarbeiter sowie Aufwandsposten, die nach Ansicht des Managements nicht die laufenden Geschäfte widerspiegeln. Das bereinigte EBITDA vermittelt dem Leser einen besseren Überblick über das vom Unternehmen erwirtschaftete EBITDA.*

\*\*\*

## Konferenz-Call zur Präsentation der Resultate

Fabio Cannavale, Gründer und CEO, Andrea Bertoli, CEO und COO, Sergio Signoretti, CFO und Pier Andrea Comoglio, IR, werden die Ergebnisse für das Jahr 2021 vorstellen.

**Datum: Donnerstag, 24. März 2022**

**Zeit: 10.30 am CET**

Die Präsentation kann hier heruntergeladen werden:

<https://lastminute-corporate.com/investors/investors-hub/reports-presentations/presentations/>

### Einwahlnummern für Telefon:

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

### Login via web phone:

Wenn Sie über Ihren PC an dem Anruf teilnehmen möchten, klicken Sie hier: [HD Web Phone™](#). Um Echos zu vermeiden, verwenden Sie Kopfhörer oder eine PC-Freisprecheinrichtung/Headset. Geben Sie dem Browser die Erlaubnis, auf Ihr Mikrofon zuzugreifen, und klicken Sie auf die grüne Schaltfläche, um den Anruf zu starten.

**Finanzkalender 2022**

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](https://lastminute.com)**

lastminute.com ist der 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, 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  
[lmn@irf-reputation.ch](mailto: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)