

Medienmitteilung

Ad hoc-Mitteilung gemäss Art. 53 KR

lastminute.com mit € 4.2 Mio. Nettogewinn im 1. Quartal – Umsatz im April über dem Niveau von vor der Pandemie

Amsterdam / Chiasso, 16. Mai 2022 – lastminute.com N.V. (“lastminute.com”), der europäische Travel-Tech-Leader bei dynamischen Urlaubspaketen, veröffentlicht heute die Zahlen zum 1. Quartal 2022 und Neuigkeiten zum laufenden Geschäft.

Im 1. Quartal 2022 beliefen sich die Umsätze auf € 66.3 Mio., mehr als fünfmal so viel wie im Vorjahreszeitraum und etwa 80% verglichen mit vor der Pandemie im 1. Quartal 2019. Seit Mitte Januar hat sich das Geschäft schnell vom Omikron-Tief erholt, wobei die dynamischen Urlaubspakete weiterhin das Wachstum antreiben.

Das bereinigte EBITDA betrug im ersten Quartal € 9.5 Mio. und das Nettoergebnis € 4.2 Mio. Im Vorjahreszeitraum waren EBITDA und Nettoergebnis negativ. Alle Zahlen bestätigen den vorläufigen positiven Ausblick für das Quartal, wie bei der Präsentation zum Geschäftsjahr 2021 im März vorgestellt.

Resultate 1. Quartal 2022 in EUR Mio.

	1Q 2022	1Q 2021	1Q 2019	'22/'21	'22/'19
Umsatz (*)	66.3	12.7	82.2	522.0%	80.7%
Bruttoergebnis	26.4	5.1	36.0	517.6%	73.3%
Adjustiertes EBITDA (**)	9.5	(5.8)	15.2	N.a.	62.5%
Nettoergebnis	4.2	(12.7)	6.0	N.a.	70%

Die Erholung hat sich im April 2022 weiter beschleunigt, angetrieben durch das Ende der Reisebeschränkungen in Europa und die insgesamt starke Nachfrage nach Freizeitreisen. Der Monat endete mit einem Umsatzplus von 10% im Vergleich zum April 2019, etwa sechsmal höher als 2021. Weder der Krieg in der Ukraine noch der anhaltende Inflationsdruck auf die Verbrauchernachfrage hatten bisher wesentliche Auswirkungen auf die Geschäftsentwicklung von lastminute.com.

Fabio Cannavale, Gründer und CEO von lastminute.com, kommentierte: *"lastminute.com konkurriert auf dem europäischen Online-Reisemarkt, der nach der Pandemie einen sehr starken Erholungstrend erlebt. Im Jahr 2022 werden wir weiterhin von der Verlagerung zu Online-Buchungen und der starken Nachfrage für die Sommersaison profitieren."*

Andrea Bertoli, CEO & COO von lastminute.com, kommentierte: *"Unsere proprietäre Dynamic Holiday Packages Technologie, die wir während der Pandemie weiterentwickelt haben, unterstützt unsere Wachstumstendenzen stark, mit +63% Umsatz im April 2022 im Vergleich zum gleichen Monat in 2019 und nun auch unter Berücksichtigung von Tour Operator (TO) Holiday Packages, die 65% des OTA Deckungsbeitrags ausmachen."*

Sergio Signoretti, CFO von lastminute.com, fügte hinzu: *"Unter Berücksichtigung der Auswirkungen der Omikron-Variante im Januar sind die Quartals-Ergebnisse sehr positiv. Wir haben derzeit eine Run-Rate von etwa 2 Mio. € Nettogewinn pro Monat, was mit dem 1. Quartal 2019 übereinstimmt. Wir begegnen der schnell wiederkehrenden Nachfrage und der Verlagerung zu Online-Reisen mit einer schlanken Infrastruktur und einer robusten Bilanz. Wir profitieren zudem von der Hebelwirkung unseres Betriebsmodells, da ein höherer Prozentsatz der zusätzlichen Einnahmen in Gewinne umgewandelt wird. Die 'Cash-Advance'-Natur unseres Geschäfts gibt uns Flexibilität und Kapital. Ende März lag der Bruttobarmittelbestand bei € 152 Mio., ähnlich wie in der Sommerspitze 2021, und der Nettobarmittelbestand lag bei über € 74 Mio."*

Fussnoten

(*) 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.

(**) 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.

Finanzkalender 2022

18. Mai	Generalversammlung
9. September (neues Datum)	Ergebnisse des H1 2022 und Halbjahresbericht
21.- 22. September	Investora Konferenz Zürich
17. November	Ergebnisse des 3. Quartals 2022

Über [lastminute.com](https://www.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

Investorenkontakte

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