

Medienmitteilung
Ad hoc-Mitteilung gemäss Art. 53 KR

lastminute.com liefert solides Ergebnis für Q1 2025

- *Starker Jahresauftakt im Flugsegment, verbesserte Preisstrategien sowie Erweiterung des Angebots an Zusatzleistungen, was zu einer positiven Umsatzentwicklung beigetragen hat.*
- *Pauschalreisen bestätigten sich als zentraler Wachstumstreiber, mit soliden Ergebnissen in den Kernmärkten und zunehmender Dynamik in aufstrebenden Tier-2-Märkten.*

Amsterdam/Chiasso, 15. Mai 2025 – lastminute.com N.V. („lastminute.com“), der europäische Travel-Tech-Marktführer für dynamische Urlaubspakete (DP), gibt heute seine Zahlen für das erste Quartal 2025 bekannt.

Die Gruppe hatte einen guten Start ins Jahr 2025. Die Performance wurde insbesondere durch die starke Dynamik im Flugsegment angetrieben, das robuste Ergebnis wurde von einem anhaltenden Wachstum durch Pauschalreisen unterstützt, dem Kernprodukt von lastminute.com.

1. Quartal 2025 wichtige Finanzkennzahlen

- **Umsatz**¹ belief sich auf insgesamt €89,3 Mio. (+14 % gegenüber Q1 2024). Der Bereich Pauschalreisen wuchs um +17% im Vergleich zum Vorjahreszeitraum, unterstützt durch alle Marketingkanäle sowie White-Label-Partnerschaften. Das Wachstum in den Kernmärkten zeigte sich robust und in den Tier-2-Märkten sogar noch stärker. Auch das Fluggeschäft leistete einen positiven Beitrag, mit einem Umsatzanstieg von +8%.
- Die **Take Rate** verbesserte sich deutlich und stieg von 9,0% in Q1 2024 auf 10,0% in Q1 2025. Der Anstieg verdeutlicht die stetige Effizienzsteigerung in der operativen Rentabilität, unterstützt durch die strategische Verlagerung des Produktmixes hin zu margenstärkeren Pauschalreisen.
- Der **Bruttogewinn** erzielte €38,7 Mio., ein Anstieg von 14% im Vergleich zu Q1 2024, entsprechend dem Umsatzwachstum. Dies wurde durch einen soliden Anstieg von +15% im Bruttogewinn der Pauschalreisen und einen bemerkenswerten Anstieg von +14% im Bruttogewinn durch das Flugsegment unterstützt. Die Bruttogewinnmarge erreichte 43%, gemäss Q1 2024, trotz höherer Investitionen in Performance-Marketing in den Tier-2-Märkten.
- Das **bereinigte EBITDA**² stieg auf €14,4 Mio. und erreichte +56% im Vergleich zu Q1 2024. Diese deutliche Verbesserung übertraf das Wachstum von Umsatz und

¹Umsatz“ bezieht sich auf „Managerial Revenues“, die sich von den normalerweise in der konsolidierten Gewinn- und Verlustrechnung dargestellten Umsatzzahlen unterscheiden, da sie weder einmalige Erträge noch sonstige, nicht geschäftsbezogene Einnahmen umfassen. Alle Umsatzangaben in diesem Dokument beziehen sich ausschließlich auf „Managerial Revenues“.

² Das bereinigte EBITDA bezeichnet den Betriebsgewinn/-verlust vor Abschreibungen, Amortisation und Wertminderung, bereinigt um die Auswirkungen bestimmter einmaliger oder nicht zahlungswirksamer Posten.

Bruttogewinn, was auf eine hohe operative Effizienz und Skaleneffekte hinweist. Das Ergebnis profitierte auch von einer relativ stabilen Kostenbasis im Quartal

- Das **EBIT** stieg im Quartal um 75% auf €9,4 Mio., verglichen mit €5,4 Mio. in Q1 2024, was auf eine starke EBITDA-Performance hinweist, trotz eines Anstiegs von Abschreibungen und Amortisationen (D&A) im Zusammenhang mit der Aktivierung von Projekten.

- Das **Nettoergebnis** erreichte €6,5 Mio., im Vergleich zu €2,6 Mio. im Vorjahreszeitraum. Diese signifikante Verbesserung resultierte aus einem höheren EBIT-Beitrag, einem reduzierten Einfluss von Netto Finanzaufwendungen, niedrigerer Zinskosten sowie einer günstigeren Steuerbelastung.

- Die **Nettofinanzposition (NFP)** beliefen sich auf €78,8 Mio. und damit auf dem Niveau des Vorjahreswertes von €79,9 Mio. Hervorzuheben ist, dass im Berichtsquartal ein um €7,7 Mio. höherer Cashflow erwirtschaftet wurde als im Vorjahresquartal.

Die Entwicklung im Kerngeschäft von lastminute.com trug massgeblich zur positiven Quartalsperformance bei und entspricht der strategischen Ausrichtung des Unternehmens.

Im Segment Pauschalreisen hat lastminute.com gezielt in Tier-2-Märkten investiert, während gleichzeitig eine konsequente Margensteuerung beibehalten wurde. Diese Initiativen stehen im Einklang mit der strategischen Zielsetzung der Gruppe, ihre Marktpräsenz auszubauen und die Markenbekanntheit zu erhöhen. Insgesamt wurden Investitionsprogramme in 14 Tier-2-Märkten Europas gestartet. Erste Ergebnisse aus Regionen wie Benelux und Skandinavien bestätigen das Potenzial dieser fokussierten Wachstumsstrategie.

Im Segment Flüge trugen optimierte Preisstrategien sowie ein erweitertes Angebot an Zusatzleistungen zu einer Verbesserung bei. Dies schuf zusätzlichen Spielraum für gezielte Reinvestitionen zur Unterstützung des zukünftigen Wachstums. Die Integration von Ryanair in das Flugangebot steigerte zudem die Konversionsraten und trug signifikant zur Gesamtleistung bei. Zusammengenommen verstärkten diese Entwicklungen die positive Dynamik im Flugsegment und untermauerten dessen nachhaltige Wachstumsperspektiven.

Weitere Informationen zu den Ergebnissen des 1. Quartals 2025 finden sie [hier](#).

Die positive Performance im ersten Quartal stimmt die Gruppe zuversichtlich, die im März 2025 kommunizierten Prognosen zu erreichen. Das Management erwartet, dass der Umsatz und bereinigte EBITDA im Jahr 2025 im Vergleich zu den Jahreszahlen von 2024 ein Wachstum im niedrigen zweistelligen Bereich erzielen werden.

Chief Executive Officer, Alessandro Petazzi, sagte: *"Die Gruppe ist gut in das Jahr 2025 gestartet. Die anhaltende Widerstandsfähigkeit der Reisebranche spiegelt sich in einer stabilen Nachfrage wider. Insbesondere nach europäischen Reisezielen, trotz des weiterhin herausfordernden globalen makroökonomischen Umfelds. Unsere gezielten Investitionen in Tier-2-Märkte, insbesondere in Skandinavien und den Benelux-Staaten, zeigen erste vielversprechende Ergebnisse.*

Die solide Entwicklung im Segment Pauschalreisen bildet die Grundlage für die positive Entwicklung im ersten Quartal und positioniert die Gruppe gut für den weiteren Jahresverlauf."

Telefonkonferenz für Investoren und Medien

Nachstehend finden Sie die Einzelheiten der Audiokonferenz zu den ungeprüfte **Ergebnisse zum 1. Quartal** für Investoren und Medien.

Die Konferenz findet auf Englisch als Online-Webcast statt.

Datum: Donnerstag, 15. Mai 2025

Zeit: 10 Uhr MESZ (1 Stunde)

Registrierungslink für die Onlinekonferenz:

<https://event.choruscall.com/mediaframe/webcast.html?webcastid=2O5oFyX5>

Webcast-Registrierungslink:

Wichtig: Bitte beachten Sie, dass Live-Fragen während des Anrufs nur über die unten aufgeführten Telefonnummern gestellt werden können. Schriftliche Fragen können hingegen über die Webcast-Seite eingereicht werden.

Schweiz/Europa: +41 (0) 58 310 50 00

Italien: +39 02 802 09 11

UK: +44 (0) 207 107 06 13

USA: +1 (1) 631 570 56 13

Nachstehend finden Sie den Link zur Präsentation für die Konferenz:

<https://corporate.lastminute.com/investors/reports-presentations/ir-call-decks/>

Finanzkalender

25. Juni - Generalversammlung

7. August - Publikation des Halbjahresbericht 2024

6. November - Ergebnisse des 3. Quartals 2025

Über lastminute.com

lastminute.com ist der europäische Marktführer für dynamische Urlaubspakete. Unsere Mission ist, das Reiseerlebnis der Kundinnen und Kunden durch den Einsatz von unserer Technologie zu vereinfachen, zu personalisieren und zu verbessern. Dank der ikonischen Marke lastminute.com und einem reichhaltigen vertikalen Markenportfolio erfüllen wir die unterschiedlichsten Bedürfnisse von Reisenden während des gesamten Ferienaufenthaltes. Als einer der wenigen voll lizenzierten europäischen Reiseveranstalter bieten wir dank unserer firmeneigenen Entwicklung von dynamischen Urlaubspaketen unbegrenzte Reisekombinationen in Echtzeit an, die zusätzlichen Kundenschutz und exklusive Angebote bieten. lastminute.com N.V. ist ein börsenkotiertes Unternehmen, das unter dem Tickersymbol LMN an der SIX Swiss Exchange gelistet ist.

Medienkontakt

corporatepr@lastminute.com

Investorenkontakt

investor.relations@lastminute.com