

Medienmitteilung

Ad hoc- Mitteilung gemäss Art. 53 KR

lastminute.com mit soliden Halbjahresergebnissen - stärken das Vertrauen für den Gesamtjahresausblick

Amsterdam/Chiasso, 7. August 2025 – lastminute.com N.V. („lastminute.com“), der europäische Travel-Tech-Marktführer für dynamische Urlaubspakete (DP), hat heute seine ungeprüften Ergebnisse für das erste Halbjahr 2025 veröffentlicht. Alle wesentlichen Finanzkennzahlen zeigen ein solides Wachstum, das im Einklang mit der Jahresprognose steht.

Chief Executive Officer, Alessandro Petazzi, sagte: „Ich bin mit den Fortschritten, die wir in der ersten Jahreshälfte erzielt haben, sehr zufrieden. Unser Fluggeschäft hat sich dank effektiver Preisstrategien und eines breiteren Zusatzportfolios besonders gut entwickelt. Gleichzeitig stellen unsere Reisepakete weiterhin ihre Stärke unter Beweis, da Reisende zunehmend Flexibilität und Individualisierung wünschen. Im zweiten Quartal zeigte sich dann, wie erwartet, eine Verschiebung bei den Buchungen, weil Ostern dieses Jahr später lag. Dieser zeitliche Unterschied erschwert den direkten Vergleich der beiden Quartale, insbesondere für unsere Urlaubspakete, da diese stärker auf saisonale Schwankungen reagieren. Dies ändert jedoch nichts am stabilen Gesamtbild des ersten Halbjahres, das die zugrunde liegenden Trends deutlich erkennen lässt. Die Ergebnisse bestätigen, dass wir weiterhin gut positioniert sind, um unsere Jahresprognose zu erreichen.“

2. Quartal 2025 wichtige Kennzahlen

Die Gruppe¹ erzielte im zweiten Quartal ein positives Ergebnis.

- **Umsatz**² belief sich auf insgesamt EUR 93,6 Mio. (+9% gegenüber Q2 2024), höhere Marketingausgaben erweiterten die Reichweite in Tier-2-Märkten und stärkten die Markenbekanntheit.
- **Take Rate**³ verbesserte sich von 9,8% in Q2 2024 auf 10,3% in Q2 2025, unterstützt durch das Wachstum von Reisepaketen, Flügen, und einer stärkeren Marktdurchdringung und dem Ausbau von Zusatzleistungen.
- **Bruttogewinn** erzielte EUR 37,6 Mio. (+3% im Vorjahr), insgesamt lagen die Ergebnisse im Einklang mit den Einnahmen. Die Profitabilität blieb solide, wenngleich die erwarteten höheren Marketinginvestitionen kurzfristig die Marge belasteten.

¹ lastminute.com und seine Tochtergesellschaften werden zusammen als „lastminute.com-Gruppe“ oder „die Gruppe“ bezeichnet.

² Umsatz² 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“.

³ Die Take Rate ist das Verhältnis zwischen den Einnahmen von „Managerial Revenues“ und dem Bruttoreisewert.

- **Bereinigte EBITDA**⁴ stieg auf EUR 14,5 Mio. +6% im Vergleich zum Q2 2024, wobei der operative Hebel das Gewinnwachstum auch bei höheren Marketingausgaben stützt.
- **EBIT** erzielte EUR 3,9 Mio. im Vergleich zum Vorjahr EUR 10,2 Mio. in Q2 2024 (-62%). Ohne Berücksichtigung einmaliger Posten hätte das EBIT EUR 8,6 Mio. (-9%) erzielt, während einmalige Posten einen positiven Einfluss von EUR 0,7 Mio. in Q2 2024 hatten. Die einmaligen Posten des zweiten Quartals 2025 in Höhe von EUR 4,7 Mio. spiegelten eine organisatorische Veränderung wider, die künftig zu Einsparungen von 1 Million Euro pro Quartal führen wird.
- **Reingewinn** erreichte EUR 1,3 Mio., um 82% gesunken im Vergleich zu EUR 7,4 Mio. in Q2 2024. Ohne einmalige Posten belief sich das Ergebnis auf EUR 4,9 Mio. reduziert auf 28%, hauptsächlich beeinflusst durch ungünstige Wechselkurseffekte im Berichtszeitraum.

Kennzahlen 1. Halbjahr 2025

Die Gruppe erzielte im ersten Halbjahr eine solide Leistung und verzeichnete in allen Hauptsegmenten ein Wachstum.

- **Umsatz** belief sich insgesamt auf EUR 182,8 Mio. (+11% gegenüber H1 2024). Reisepakete machten im ersten Halbjahr 2025, 67% des Gesamtumsatzes aus, und bestätigten damit ihre Rolle als wesentlicher Treiber des Umsatzwachstums der Gruppe.
- **Take Rate** verbesserte sich auf 10,1% gegenüber 9,4% in H1 2024 (+0,7%).
- **Bruttogewinn** erzielte EUR 76,2 Mio. (+9% gegenüber H1 2024) und profitierte vom Volumenwachstum.
- **Bereinigte EBITDA** stieg auf EUR 28,9 Mio. (+26% gegenüber H1 2024). Das Umsatz- und Bruttogewinnwachstum übertrifft die Erwartungen, gestützt auf eine schlankere Kostenstruktur und höhere operative Effizienz.
- **EBIT** erreichte EUR 13,3 Mio. im Vergleich zu EUR 15,5 Mio. in H1 2024 (-15%). Ohne Berücksichtigung einmaliger Posten, die vor allem im zweiten Quartal auftraten, hätte das EBIT EUR 18,1 Mio. (+26%) betragen.
- Trotz der Auswirkungen einmaliger Posten und Finanzergebnisse belief sich der **Reingewinn** auf EUR 7,8 Mio. und lag damit um 22% unter dem Wert des ersten Halbjahres 2024 (EUR 10,0 Mio.), da einmalige Posten einen positiven Einfluss in Höhe von EUR 1,2 Mio. hatten.
- **Die Nettobarmittel** beliefen sich auf EUR 113,4 Mio. im Vergleich zu EUR 142,9 Mio. im gleichen Zeitraum des Jahres 2024. Dies war in erster Linie auf eine veränderte Zusammensetzung der Zahlungsmethoden zurückzuführen, die die Entwicklung des Nettoumlaufvermögens beeinflusste.

Weitere Informationen zu den Ergebnissen des Halbjahres 2025 finden Sie [hier](#).

Die konstante Halbjahresleistung spiegelt wider, wie der Strategieplan der Gruppe konkrete Resultate erzielt.

⁴ Das bereinigte EBITDA bezeichnet den Betriebsgewinn/-verlust vor Abschreibungen, Amortisation und Wertminderung, bereinigt um die Auswirkungen bestimmter einmaliger oder nicht zahlungswirksamer Posten.

Ein zentrales Element der Entwicklung von lastminute.com ist, von einer preisorientierten Plattform hin zu einem voll integrierten Urlaubsanbieter zu werden. Durch eine strategische Fokussierung auf die Weiterentwicklung des Kernprodukts Reisepakete durch einen zusätzlichen, sorgfältig zusammengestellten Urlaubs-Stream. Diese sorgfältig zusammengestellten Pakete umfassen ausgewählte Hotels und Flüge sowie ergänzende Leistungen wie Transfers, Aufgabegepäck und weitere Services. Im Rahmen dieser Neuausrichtung wurde das Zusatzangebot der Gruppe kontinuierlich erweitert, zuletzt um neue Transfer- und Parkservices.

Die Stärkung der Präsenz durch gezielte Investitionen in Tier-2-Märkte schritt im ersten Halbjahr voran, wobei Irland neben den nordischen Ländern und den Benelux-Staaten zu einem wichtigen Land wurde.

Die Verbesserung der Sichtbarkeit der Marke lastminute.com bleibt weiterhin eine Priorität. Zu den Massnahmen gehören die Vereinheitlichung der visuellen Identität lokaler Marken sowie die Durchführung von Kampagnen zur Steigerung der Markenbekanntheit, nicht nur in Kernmärkten wie Grossbritannien, Frankreich, Deutschland und Italien, sondern auch in Schweden, das als erster Tier-2-Markt für die Pilotierung unseres Ansatzes ausgewählt wurde.

Die Gruppe hat ausserdem ihre internen Kapazitäten gestärkt, um ihre langfristigen strategischen Ziele besser verfolgen zu können, indem sie die Führung näher an die wichtigsten Geschäftsbereiche herangeführt hat, was eine schnellere Entscheidungsfindung ermöglicht. Es wurde eine neue Automatisierungsfunktion geschaffen, die zusammen mit den Funktionen Technologie und Daten im Zentrum unseres Führungsmodells stehen wird. Dies ist ein klares Signal für unsere Strategie, in KI als Treiber für Kundenerlebnis und operative Exzellenz zu investieren.

Telefonkonferenz für Investoren und Medien

Nachstehend finden Sie die Einzelheiten der Audiokonferenz zu den ungeprüften Ergebnissen zum Halbjahr 2025 für Investoren und Medien.

Datum: Donnerstag, 7. August 2025

Zeit: 10 Uhr MESZ (1 Stunde)

Die Konferenz findet auf Englisch als Online-Webcast statt.

Webcast-Registrierungslink:

<https://event.choruscall.com/mediaframe/webcast.html?webcastid=q0bzLtT8>

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

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

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 Ferientaufenthaltes. 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