

Neun-Monats-Bericht 2000



## Kennzahlen im Überblick

<b>In TDM</b>	<b>01.01. – 30.09.2000</b>	<b>01.01. – 30.09.1999</b>
Umsatzerlöse	8.877	2.098
EBITDA	-24.057	-3.698
EBIT	-26.030	-3.892
Konzernjahresfehlbetrag	-19.419	-4.022
Ergebnis DVFA	-19.419	-4.022
Cash Flow operativ	9.801	-3025
Mitarbeiter per 30.09.2000	266	45
Ergebnis je Aktie (DVFA/SG)	-2,37	-1,74

## Vorwort

Sehr geehrte Damen und Herren,  
liebe Aktionäre, Kunden und  
Geschäftsfreunde,

im vorliegenden Neun-Monats-Bericht können wir zum ersten Mal seit unserem Börsengang unsere strategischen Erfolge auch durch Zahlen belegen. Die erfolgreichen Akquisitionen von AEROWORLD Fernreisen GmbH, Buchungsmaschine AG, Viajes EUROSUN S.A. und CARSTING GmbH sind in das vorliegende Ergebnis eingeflossen. Wir konnten mit diesen Beteiligungen und einer sehr guten Entwicklung des operativen Geschäfts bei der Travel24.com AG in den ersten neun Monaten unseren Nettoumsatz um 323% deutlich steigern.

Neben diesen Beteiligungen konnte die Travel24.com AG in der zweiten Jahreshälfte 2000 die europaweite Expansion weiter vorantreiben. Dies verdeutlichen die Mehrheitsbeteiligun-

gen an Munckhof Business Travel Venlo BV in Holland und Viajes EUROSUN S.A. in Palma de Mallorca/Spanien.

Travel24.com AG ist auf dem direkten Weg, um als internetbasierter Reiseanbieter profitabel und international zu agieren. Die Grundsteine für eine Fortsetzung der guten Wachstumstendenzen sind gelegt und wir freuen uns sehr auf ein interessantes und erfolgreiches Jahr 2001.

Wir danken daher allen unseren Kunden, Partnern, Mitarbeitern, Freunden und Aktionären für ihr Vertrauen und ihre Unterstützung im Jahr 2000, das für das Unternehmen sicherlich das wichtigste Jahr der Firmengeschichte war.

Wir wünschen Ihnen ein gesegnetes und friedliches Weihnachtsfest und viel Erfolg und Freude im Jahr 2001.

Ihr

Marc Maslaton  
Vorstandssprecher Travel24.com AG

München, im November 2000

## Die Urlaubsaktie am Neuen Markt

Das gesamte Börsenumfeld steht seit dem Sommer unter stark negativem Einfluss, einerseits wegen der ersten Insolvenzanträge am Neuen Markt, andererseits aufgrund von schlechten Nachrichten der Unternehmen, die beim Umsatz oder dem Ergebnis enttäuschen. Da auch an amerikanischen Börsen einige „Schwergewichte“ wie z.B. Intel, Kodak oder Lexmark die Erwartungen der Analysten nicht erreichten, trübte sich das Stimmungsbild weiter ein, das ohnehin schon durch die Euroschwäche und den Anstieg des Ölpreises negativ geprägt war.

Diese Faktoren, die Krise im Nahen Osten und die „unendliche Geschichte“ der US-Präsidentenwahl verunsicherten Anleger weltweit. Die Zurückhaltung der Investoren führte zu Rückgängen der Indices. Der Neue-

Markt-Index gab im dritten Quartal von über 5.800 Punkten auf fast 3.000 Punkte nach.

Diesem Trend konnte sich auch die Aktie der Travel24.com AG nicht entziehen. Nach einem Kursrückgang bis auf 6,03 Euro setzte in den letzten Wochen jedoch wieder eine Erholung ein, und unser Aktienkurs bewegt sich nun um 7 Euro.

Die nun zusammen mit den Beteiligungen erreichte Position im, in den nächsten Jahren stark wachsenden e-Travel-Markt, sowie die mit den qualifizierten Mitarbeitern, liquiden Mitteln und Kooperationspartnern solide Expansionsbasis lassen uns langfristig optimistisch in die Zukunft blicken.

## Erfolg durch Markenbildung

Die Website [www.travel24.com](http://www.travel24.com) erfreut sich immer größerer Beliebtheit und zählt seit August 2000 zu den Seiten im Internet, die am schnellsten komplett abrufbar sind. Dies ergaben die regelmäßigen Untersuchungen der Firma Keynote.com, die wöchentlich die 40 meistbesuchten nationalen Seiten analysiert. Travel24.com hat es geschafft, sich als informative und aktuelle Seite zu etablieren, auch die Zugriffszahlen spiegeln diese Leistung wider. Die Page Impressions in den ersten neun Monaten 2000 stiegen im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um mehr als 240%, im Vergleich 3. Quartal 2000 zum 3. Quartal 1999 sogar um über 565%. Die Zugriffe im 3. Quartal 2000 verzeichneten einen Zuwachs der User um über 410% bezogen auf das 3. Quartal 1999. Diese Zahlen werden durch die durchschnittliche Verweildauer auf den Internetseiten von über 10 Minuten pro Kunde im 3. Quartal 2000 zusätzlich unterstrichen.

Die Markenbildung von Travel24.com ist gelungen. Die Studie „stern-TrendProfile10/00“ belegt, dass Travel24.com inzwischen die viertbekannteste Online-Reisemarke in Deutschland ist. Auch die allgemeinen Marktbedingungen für die Internetnutzung sind günstig wie selten zuvor. Der Studie zufolge ist vor allem bei Reisebuchungen im Internet in den nächsten Monaten ein starkes Wachstum zu erwarten. 18% aller Personen mit Internetzugang buchen ihre Reisen bereits im Internet, 22% haben dies in den nächsten sechs Monaten vor.

Der stark ansteigende Bekanntheitsgrad der Travel24.com AG wird sich in der Zukunft deutlich auszahlen. Die erfolgreiche Werbekampagne im Sommer/Herbst 2000 hat entscheidend dazu beigetragen. Die Highlights waren u.a. das Sponsoring des Olympia-Gewinnspiels von ARD und ZDF und einer Staffel „Wer wird Millionär?“ mit Günther Jauch.

## Aufbruch in neue Dimensionen mit 323% Umsatzzuwachs

Die Travel24.com AG setzt als führendes deutsches Reiseportal ihr schnelles Wachstum fort und stößt dabei in neue Dimensionen vor. In den ersten neun Monaten des Jahres 2000 stieg der Nettoumsatz um 323% auf DM 8,877 Mio. an. Die im Berichtszeitraum ausgewiesenen Zahlen bestätigen das weiterhin über dem Marktdurchschnitt liegende Wachstum der Travel24.com AG sowie die globale Expansions- und Investitionsstrategie. Erstmals wurden die Akquisitionen Buchungsmaschine AG, AEROWORLD Fernreisen GmbH, CARSTING GmbH sowie EUROSUN S.A. im Konsolidierungskreis berücksichtigt.

Neben den in den Vertriebskosten und allgemeinen Verwaltungskosten ausgewiesenen Aufwendungen für konzernweite Marketingaktionen von mehr als DM 17,5 Mio. und dem wachstumsbedingten Anstieg der Personalkosten ergibt sich zum 30. September 2000 ein Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) von minus DM 24,057 Mio. und ein operatives Ergebnis (EBIT) von minus DM 26,030 Mio. Nach den Zinserträgen aus der risikoarm festverzinslich angelegten Liquidität in Höhe von DM 2,15 Mio. und der Bildung von aktiven Abgrenzungsposten für latente Steuern von DM 4,5 Mio. beläuft sich der Konzernjahresfehlbetrag für den Berichtszeitraum auf minus DM 19,419 Mio. Das DVFA/SG Ergebnis je Aktie liegt

bei DM -2,37 gegenüber dem Vorjahreswert von DM - 1,74.

Die effektive Ausgabenpolitik und Profitabilitätsorientierung wird vom Management weiter beibehalten. Durch gezielte Marketingaktivitäten und Kooperationen erreichte das Unternehmen eine deutliche Effizienzsteigerung und reduzierte die ursprünglich zum Börsengang geplanten Werbeaufwendungen um circa 50% auf DM 20 Mio. für das Gesamtjahr 2000. Gleichzeitig konnte mit den inzwischen über 60 Kooperationspartnern und den Marketingereignissen im TV-, Print- und Onlinebereich der Bekanntheitsgrad über Plan gesteigert werden. Unabhängige Marktstudien weisen deshalb zu Recht sehr positive Bewertungen bei Bekanntheit, Sympathie und Nutzungsbereitschaft aus. Die Travel24.com AG rechnet deshalb im anstehenden 4. Quartal mit einem weiteren Umsatzzuwachs und einem vermittelten Reiseumsatz von circa DM 200 Mio. im Konzern für das Geschäftsjahr 2000.

Mit über DM 82 Mio. liquiden Mitteln (Stand 30.09.00) verfügt die Travel24.com AG über den geplanten Break-Even hinaus über ausreichend Liquidität und ist strategisch gut positioniert, um an den erwarteten Entwicklungen in der Touristik weiterhin überproportional partizipieren zu können.

## Ein starkes Team

Neben dem eigenen Reiseportal wird ein wesentlicher Umsatzfaktor der Travel24.com AG zukünftig der Vertrieb von Reisen über andere Websites (Affiliates) sein. Mit der Internetrevolution entstehen täglich weltweit neue potenzielle Weiterverkäufer für das Travel24.com-Produkt. Durch die Nutzung der technologisch führenden Buchungsplattform der Buchungsmaschine AG ist die Travel24.com AG in der Lage, andere Websites innerhalb weniger Stunden für den Verkauf von Reisen frei zu schalten. Seit April diesen Jahres wurden 62 Kooperationsverträge mit mehrjähriger Laufzeit geschlossen, deren technische Umsetzung derzeit erfolgt. Darunter sind Partner aus den Bereichen Finanzen, Technologie, Verlage, Zeitschriften und Internetunternehmen. Aufgrund der allgemeinen Konzernentwicklung und der positiv wirkenden Werbekampagne wachsen auch die Anfragen potenzieller Partner aus allen Bereichen der Wirtschaft und Verwaltung.

Unter den bereits aktiven Partnern befinden sich namhafte Unternehmen wie Burda, Audi, Plus Card sowie Unternehmen der New Economy wie LibertySurf oder Ciao.com. Die gute Zusammenarbeit mit verschiedenen Sparkassen in Deutschland und unser überzeugendes Konzept haben dazu beigetragen, auch die größte deutsche Sparkasse in Köln in unseren Kundenkreis aufzunehmen. Des Weiteren können die Kooperation mit dem Versicherungsunternehmen ÖRAG und den daran angeschlossenen Banken, sowie die mit der europaweiten Kontaktbörse

Tradedoubler und den Internetseiten timelife und music united herausgestellt werden.

In Zusammenarbeit mit unserer Tochter CARSTING GmbH errichten wir eine hocheffiziente weltweite Kommunikations- und Buchungsplattform u.a. mit MultiMedia-over-IP-Anwendungen. Neben Viag Interkom sind Siemens und British Telecom in dieses Projekt involviert. Die Buchungsmodule werden derzeit bei den Internetseiten Genion und planetinterkom von Viag Interkom implementiert.

Seit Anfang November besteht zwischen der deutschen Niederlassung des Schweizer Ringier Verlages und der Travel24.com AG ein weitreichendes strategisches Bündnis, das im zweiten Schritt auf das Mutterland des Ringier Verlages, die Schweiz, ausgedehnt werden sollte. Die Zusammenarbeit beinhaltet die Zusammenfügung des Online- und Printbereichs für die gemeinsame Zielgruppe der reisefreudigen und solventen Endverbraucher.

Den Affiliates von Travel24.com wird neben der Buchbarkeit und dem Kauf aller erdenklichen Reiseleistungen auch die Integration wesentlicher Bestandteile des Contents von Travel24.com angeboten, der den Reisetil der entsprechenden Websites attraktiver gestaltet. Im Rahmen der europäischen Expansion wurde bereits damit begonnen, ausländische Affiliates unter Vertrag zu nehmen. Ziel ist es, langfristig zum größten virtuellen Reisebüro Europas zu wachsen.

## Travel24.com AG in Europa: Spanien



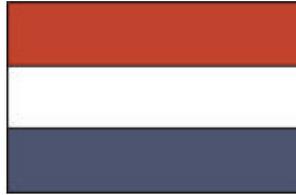
Im Rahmen der europäischen Expansion konnte die Travel24.com AG planmäßig im 3. Quartal in Spanien Fuß fassen. Rückwirkend zum 01.01.2000 wurde die Aktiengesellschaft EUROSUN mit Sitz in Palma de Mallorca, Spanien, erworben. Neben den bisherigen Hauptgeschäftsfeldern Reisevermittlung, Veranstaltung von Incentive-Reisen und Verkauf von Flugscheinen werden mit dem Integrationsprozess in den Travel24.com AG-Konzern zwei weitere wirtschaftliche Säulen hinzukommen. Eine davon ist das Vertragswesen, das die Abschlüsse von Hotel-, Agentur- und Mietwagenverträgen für die gesamte Gruppe im spanisch und portugiesisch sprechenden Raum abdeckt. Zum anderen wird auf Palma de Mallorca in Zusammenarbeit mit der CARSTING GmbH ein internationales 24h-ComCenter eingerichtet, das für alle Unternehmen im Konzern und weitere externe Kunden IP-gestützte Kommunikationsaufgaben übernimmt. Damit wird der hohe Servicestandard für die Kundenbetreuung vor und auch während der Reise sichergestellt (der

sog. „virtuelle Reiseleiter“). Diese Leistung hebt sich deutlich positiv von den bisher üblichen Angeboten anderer Veranstalter in der Touristik ab.

Die EUROSUN S.A. verfügt über alle notwendigen Lizenzen (ITATA, Reiseveranstalter, Reiseversicherungen etc.) und wickelt den Umsatz über die bereits seit Frühjahr vorhandene Internetpräsenz in Zusammenarbeit mit dem zweitgrößten spanischen Verlag „El Mundo“ ab. Da in Spanien bisher kein übergreifendes Reservierungssystem existiert, wird die Travel24.com AG im B2B-Segment tätig sein und dafür speziell für den Reisebürovertrieb entwickelte Module der Buchungsmaschine AG nutzen.

Die Travel24.com AG kontrolliert mit dieser Expansion in Spanien die Wertschöpfungskette Vermittlung, Fulfilment, Kundenservice, -betreuung sowie die Produktion von touristischen Dienstleistungen und kann damit flexibel auf alle Marktentwicklungen reagieren.

## Travel24.com AG in Europa: Holland



Die europäische Expansion der Travel24.com AG wurde durch die Akquisition der Munckhof Business Travel Venlo BV weiter vorangetrieben. Damit verfügt Travel24.com AG jetzt über alle wichtigen Vertriebslizenzen in Holland.

Seit 13. Juli 2000 gehört das etablierte Reisebüro mit angeschlossenem CallCenter zum Travel24.com-Konzern. Mit 25 Mitarbeitern in drei verschiedenen Büros in Venlo, Amsterdam und Roermond ist Munckhof Business Travel ein wichtiger Player im holländischen Corporate Business Travel und Consolidator-Bereich. Zu den Kunden gehören viele wichtige Unternehmen in Holland, die bereits seit langer Zeit auf

die umfangreichen Services von Munckhof zurückgreifen. Die Implementierung des Travel24.com-Brandings in Holland ist bereits in weiten Teilen vollzogen. Auch die Einrichtung der niederländischen Internetseiten wird im Frühjahr 2001 folgen und im bewährten look-and-feel der Travel24.com AG realisiert, so dass die Corporate-Identity-Strategie lückenlos umgesetzt wird.

Mit dem Erwerb von Munckhof Business Travel schafft die Travel24.com AG den direkten Sprung in die obere Touristik-Liga in den Niederlanden und wird dort aktiv den Bereich e-Travel mitgestalten.

## Pressestimmen

# HORIZONT

*Donnerstag, 2. November 2000*

„Das Wiesbadener Beratungsunternehmen Marketing Partner hat die Reise- und Buchungshotline der wichtigsten Veranstalter in Deutschland unter die Lupe genommen. Der Internetanbieter Travel24.com sei der einzige Anbieter, der seinen Kunden rund um die Uhr zur Verfügung steht.“



*Donnerstag, 26. Oktober 2000*

„Ihr Traumurlaub ist nur einen Mausklick weit entfernt! Riesenauswahl und viele Preisknüller finden Sie bei [www.travel24.com](http://www.travel24.com).“

## IT.SERVICES.

*Sonntag, 1. Oktober 2000*

„Die Homepage des Internet-Reiseanbieters Travel24.com gehört zu den 40 meist besuchten nationalen Seiten und ist eine der schnellsten und beliebtesten im deutschen Netz.“



*Montag, 19. Juni 2000*

### Testsieger

„Was das Angebot von anderen unterscheidet, sind die vielen Reisetipps und weiterführenden Informationen zu beliebten Urlaubszielen. Dazu durchsucht eine Redaktion regelmäßig den Reisemarkt nach interessanten Angeboten, präsentiert Reiseführer und stellt gute Internet-Adressen zu vielen Orten der Welt zusammen.“  
Testergebnis: gut (1,94)

## Pressestimmen



*Montag, 16. Oktober 2000*

„Travel24.com: Das virtuelle Reisebüro ist ... in die Liga der größeren, bereits etablierten Anbieter aufgerückt.“



*Samstag, 2. September 2000*

„Mit dem Internet lässt sich eine Reise perfekt planen...“ Sehr gut ausgestattet ist die Website unter der Adresse [www.travel24.com](http://www.travel24.com). Der Service umfasst Reise-Auktionen, Links zu Mietwagen-Verleihern, einen Newsletter und ein schwarzes Brett mit privaten Urlaubsberichten und Insider-Tipps...“ „Eine komfortable Hilfe, sich auf den Urlaub vorzubereiten.“



*August 2000*

„Travel24 verdient sich unsere Empfehlung mit einer riesigen Auswahl an Reisen, die online gebucht werden können, einem kundenfreundlichen Service sowie einem ansprechenden und effektiven Shop-Konzept.“



*Freitag, 1. September 2000*

„Schöner Reisen  
Die Touristik-Branche funktionierte lange nach dem Prinzip: Großer Veranstalter vermarktet Hotels und vertreibt sie über Reisebüros. Das Internet-Reiseportal Travel24.com leistet das eine wie das andere - und bietet noch mehr. Das Internet-Reiseportal ist eine Plattform für Themen rund um den Tourismus.“

## Konsolidierte Gewinn- & Verlustrechnung vom 01.01.2000 bis zum 30.09.2000, Zahlen nach US-GAAP

	01.01. - 30.09.2000	01.01. - 30.09.1999
	DM	DM
<b>1. Umsatzerlöse</b>	<b>8.877.269,49</b>	<b>2.097.632,80</b>
2. Herstellungskosten der zur Erzielung der Umsatzerlöse erbrachten Leistungen	-1.577.871,47	-530.000,78
<b>3. Bruttoergebnis vom Umsatz</b>	<b>7.299.398,03</b>	<b>1.567.632,02</b>
4. Vertriebskosten	-23.515.500,99	-2.851.253,28
5. Allgemeine Verwaltungsaufwendungen	-9.254.411,14	-2.396.326,32
6. Sonstige betriebliche Erträge	158.697,97	56.437,44
7. Sonstige betriebliche Aufwendungen	-535.803,61	-187.295,22
8. Abschreibungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte	-181.735,29	-80.964,21
9. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	2.151.062,18	1.862,18
10. Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-126.590,52	-93.984,08
	-31.304.281,41	-5.551.523,50
<b>11. <u>Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit</u></b>	<b>-24.004.883,38</b>	<b>-3.983.891,48</b>
12. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	4.544.954,12	-37.244,05
13. Sonstige Steuern	41.288,48	-658,00
<b>14. <u>Konzernjahresfehlbetrag</u></b>	<b>-19.418.640,78</b>	<b>-4.021.793,53</b>
15. Konzernverlustvortrag	-5.570.054,92	<b>-988.239,24</b>
16. Entnahme aus der Kapitalrücklage	0,00	0,00
17. Umbuchung Bilanzverlust als-ob-Tochtergesellschaften	0,00	360.521,79
18. Anteile fremder Gesellschafter am Jahresergebnis	40.935,08	0,00
<b>18. <u>Konzernbilanzverlust</u></b>	<b>-24.947.760,63</b>	<b>-4.649.511,00</b>

## Konsolidierte Bilanz für den Zeitraum vom 01.01.2000 bis zum 30.09.2000, Zahlen nach US-GAAP

<u>AKTIVA</u>	<b>30.09.2000</b>	<b>30.09.1999</b>
	<b>DM</b>	<b>DM</b>
<b>A. <u>Umlaufvermögen</u></b>		
I. <u>Schecks, Kassenbestand,         Guthaben bei Kreditinstituten</u>	82.835.918,78	7.365.151,11
II. <u>Sonstige Wertpapiere</u>	29.053,61	0,00
III. <u>Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände</u>		
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	7.000.430,68	783.443,84
2. Forderungen gegen verbundene Unternehmen	0,00	0,00
3. Forderungen gegen Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	45.199,49	0,00
4. Sonstige Vermögensgegenstände	14.612.478,06	364.098,89
	21.658.108,23	1.147.542,73
IV. <u>Vorräte</u>		
1. Unfertige Leistungen / Unfertige Erzeugnisse	5.205,00	850,70
	5.205,00	850,70
	104.528.285,62	8.513.544,54
<b>B. <u>Rechnungsabgrenzungsposten</u></b>	5.230.311,10	8.829,95
<b>C. <u>Latente Steuern</u></b>	4.200.000,00	0,00
<b>D. <u>Anlagevermögen</u></b>		
I. <u>Immaterielle Vermögensgegenstände</u>		
1. EDV-Software, Lizenzen, Rechte	11.181.003,80	115.668,50
2. Geschäfts- und Firmenwerte	25.753.479,73	1.158.603,44
	36.934.483,53	1.274.271,94
II. <u>Sachanlagen</u>		
1. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäfts- ausstattung	2.066.931,38	199.424,77
	2.066.931,38	199.424,77
III. <u>Finanzanlagen</u>		
1. Anteile an verbundenen Unternehmen	0,00	0,00
2. Beteiligungen	6.791.911,90	5.391,17
3. Ausleihungen an verbundene Unternehmen	0,00	0,00
4. Sonstige Ausleihungen	6.259.600,49	0,00
	13.051.512,39	5.391,17
	52.052.927,31	1.479.087,88
	<b>166.011.524,03</b>	<b>10.001.462,37</b>

## Konsolidierte Bilanz für den Zeitraum vom 01.01.2000 bis zum 30.09.2000, Zahlen nach US-GAAP

<u>PASSIVA</u>	30.09.2000	30.09.1999
	DM	DM
<b>A. <u>Verbindlichkeiten</u></b>		
1. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	2.441,73	36.728,59
2. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	2.168.840,52	1.354.668,39
3. Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	0,00	0,00
4. Sonstige Verbindlichkeiten	51.946.131,90	339.938,07
	54.117.414,15	1.731.335,05
<b>B. <u>Rechnungsabgrenzungsposten</u></b>		
	0,00	0,00
<b>C. <u>Rückstellungen</u></b>		
1. Steuerrückstellungen	2.447.530,80	50.183,25
2. Sonstige Rückstellungen	3.399.419,01	1.418.592,13
	5.846.949,81	1.468.775,38
<b>D. <u>Eigenkapital</u></b>		
I. Grundkapital - Vorzugsaktien	0,00	0,00
II. Grundkapital - Stammaktien	18.775.968,01	1.813.450,83
III. Ausstehende Einlagen a. d. gez. Kapital	0,00	0,00
IV. Kapitalrücklage	118.744.811,57	10.292.386,09
V. Eigenkapital aus sonstigen Transaktionen	-6.521.007,48	-654.974,00
VI. Anteile fremder Gesellschafter	-4.851,41	0,00
VII. Konzernbilanzverlust	-24.947.760,63	-4.649.510,98
	106.047.160,06	6.801.351,94
	<b>166.011.524,03</b>	<b>10.001.462,37</b>

## Kapitalflussrechnung vom 01.01.2000 bis zum 30.09.2000, Zahlen nach US-GAAP

	1.1. - 30.9.2000	1.1. - 30.9.1999
	<u>TDM</u>	<u>TDM</u>
<b>1. Zahlungsströme aus betrieblicher Tätigkeit:</b>		
Jahresergebnis	(19.419)	(4.022)
Korrekturen:		
- Abschreibungen auf Sachanlagen und immaterielle Vermögensgegenstände	1.973	194
- (Erhöhung) / Verminderung der Vorräte	6	70
- (Erhöhung) / Verminderung der Kundenforderungen	(6.667)	(55)
- Erhöhung / (Verminderung) der Lieferantenverbindlichkeiten	1.046	385
- (Erhöhung) / Verminderung der sonstigen Forderungen und Rechnungsabgrenzungsposten	(19.435)	253
- (Erhöhung) / Verminderung Anzahlungen a. d. gez. Kapital	0	0
- Veränderung der akt. latenten Steuerabgrenzung	(4.200)	0
- Erhöhung / (Verminderung) der sonstigen Verbindlichkeiten und Rechnungsabgrenzungsposten	51.653	(1.236)
- Erhöhung / (Verminderung) der Steuerrückstellungen	2.382	50
- Erhöhung / (Verminderung) der sonstigen Rückstellungen	2.462	1.336
- Verluste / (Gewinne) aus Anlagenverkäufen	0	0
Zahlungsmittelsaldo aus betrieblicher Tätigkeit	<u>9.801</u>	<u>(3.025)</u>
<b>2. Zahlungsströme aus dem Investitionsbereich:</b>		
- Verkauf von Anlagevermögen	0	0
- Zugänge zu Sachanlagen	(3.555)	(63)
- Zugänge zu immateriellen Vermögensgegenständen	(35.717)	(365)
- Zugänge zu Finanzanlagen	(19.568)	0
Zahlungsmittelsaldo aus dem Investitionsbereich	<u>(58.840)</u>	<u>(428)</u>
<b>3. Zahlungsströme aus dem Finanzierungsbereich:</b>		
- Erhöhung des gezeichneten Kapitals	16.963	480
- Einstellungen in die Kapitalrücklage	110.667	9.754
- Umbuchungen aus Bilanzverlust	0	361
- Veränderung des Eigenkapitals aus anderen Transaktionen	(5)	0
Zahlungsmittelsaldo aus dem Finanzierungsbereich	<u>127.625</u>	<u>10.595</u>
 (Abnahme)/Zunahme des Finanzmittelfonds	<u>78.586</u>	<u>7.142</u>
<b>Finanzmittelfonds am Anfang der Berichtsperiode</b>	4.250	223
<b>Finanzmittelfonds am Ende der Berichtsperiode</b>	<u>82.836</u>	<u>7.365</u>
<b>(Abnahme) / Zunahme des Finanzmittelfonds</b>	<u>78.586</u>	<u>7.142</u>
	<b>0</b>	<b>0</b>

### Anmerkung:

In dieser Kapitalflußrechnung wird der Finanzmittelfonds als "Netto verfügbare flüssige Mittel" abgegrenzt, d. h. der Finanzmittelbestand umfaßt die in der Bilanz ausgewiesenen flüssigen Mittel sowie die in der Bilanz innerhalb der Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten ausgewiesenen Kontokorrentverbindlichkeiten.

## Kontakt

Travel24.com AG  
Weinstrasse 3  
80333 München

IR-Hotline: 0800 - T24Aktie bzw. 0800 – 82 42 58 43

Fax 089 - 37 90 95-55

### Ihre Ansprechpartner:

Silke Siegel  
Klaus Artmann

### Internet

E-Mail: [ir@travel24.com](mailto:ir@travel24.com)  
[www.travel24.com](http://www.travel24.com)

## Unternehmenskalender:

<b>01.12.2000</b>	<b>IPOC, Frankfurt</b>
02.12.2000	BVH-Börsentag, München
<b>12.12.2000</b>	<b>Außerordentliche Hauptversammlung, München</b>
<b>28.03.2001</b>	<b>Geschäftsbericht 2000</b>
28.03.2001	Bilanzpressekonferenz
April 2001	Analystenkonferenz
<b>30.05.2001</b>	<b>3-Monats-Bericht 2001</b>
<b>Juni 2001</b>	<b>Hauptversammlung</b>