

Bericht zum 1. Halbjahr 2001



Inhaltsverzeichnis

1. Kennzahlen im Überblick	3
2. Vorwort	4
3. Geschäftsentwicklung Marktsegmente	
3.1 Reisevermittlung	5
3.2 Reiseveranstalter	7
3.3 Technologie	8
4. Geschäftsergebnis	9
5. Ausblick	10
6. Der Konzern-Zwischenabschluss zum 30.06.2001	
6.1 Konsolidierte Bilanz	12
6.2 Konsolidierte Gewinn- und Verlustrechnung	13
6.3 Konsolidierte Kapitalflussrechnung	14
6.4 Eigenkapitalentwicklung	15
7. Erläuterungen zum Zwischenabschluss	15
8. Veränderungen im Vorstand und Aufsichtsrat	18
9. Wertpapierbestände Vorstand und Aufsichtsrat	18
10. Unternehmenskalender	19
11. Impressum	19

1. Kennzahlen im Überblick

	30.06.2001	30.06.2000
	€ 000	€ 000
Vermittelter Reiseumsatz	57.889	6.538
Umsatzerlöse	20.951	742
EBITDA	-11.992	-6.070
EBIT	-13.726	-6.132
Konzernjahresfehlbetrag	-13.034	-4.461
Ergebnis je Aktie	-1,33	-0,66
Cash Flow operativ	-15.116	-5.262*
Mitarbeiter per 30.06.	313	70

*Abweichung 1. Halbjahr 2000 auf Änderung der Berichtsstruktur zurückzuführen.

2. Vorwort

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

nach den Akquisitionen im letzten Geschäftsjahr stand das 1. Halbjahr 2001 im Zeichen der Konsolidierung und der Integration. Die Geschäftsbereiche Reisevermittlung, Reiseveranstaltung und Technologie wurden in der Gruppe weiter optimiert.

Die Zugriffe auf unsere Internetseite www.travel24.com haben sich, wie es sich schon in den ersten drei Monaten abzeichnete, nicht nur deutlich erhöht, sondern auch auf hohem Niveau weiter verbessert. Insgesamt stiegen die Page-Impressions um 165% auf über 23,6 Mio. an. Die Visits verbesserten sich um 76,5% auf über 2,6 Mio. Die Onlinebuchungen stiegen (Assisted und Non-Assisted Bookings) auf unserer Internetseite im Vergleich zum Vorjahreszeitraum überproportional um 300%.

Mit dem Relaunch unseres Internetauftritts und der damit einhergehenden Verbesserung der Anwendungen und der Benutzerfreundlichkeit in Kombination mit der Marketingkampagne rechnen wir im zweiten Halbjahr mit einer weiteren Steigerung der Zugriffszahlen und der Look2Book-Ratio.

München, im August 2001

Der vermittelte Gesamtumsatz für die Travel24-Gruppe betrug in den Monaten Januar bis Juni 2001 € 57,9 Mio. (2000: € 6,5 Mio.) und verneunfachte sich damit. Auch die Netto-Umsatzerlöse entwickelten sich positiv. Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum stiegen sie auf € 21 Mio. (2000: € 0,7 Mio.).

Der Konzernverlust verringerte sich im Verhältnis zum 1. Quartal 2001 um 35% von € -7,9 Mio. in den Monaten Januar bis März 2001 auf € -5,1 Mio. in der Zeit von April bis Juni 2001, insgesamt betrug das Betriebsergebnis € -13 Mio. (2000: € -4,5 Mio.) im 1. Halbjahr 2001.

Einhergehend mit der konsequenten Profitabilitätsorientierung sank auch der Bedarf an liquiden Mitteln im 2. Quartal 2001 im Vergleich zu den ersten drei Monaten um 44%.

Die Travel24.com AG wird im 2. Halbjahr 2001 ihre bestehenden strategischen Partnerschaften ausbauen und im Sinne der Unternehmensziele weitere dazugewinnen. Mit einer Konzentration auf das Kerngeschäft und der im letzten Jahr geschaffenen Basis sind wir auf dem Weg zu einem internationalen und profitablen Touristikunternehmen.

Ihr



Marc Maslaton
Vorstandssprecher Travel24.com AG

3. Geschäftsentwicklung der Marktsegmente

3.1 Reisevermittlung

Das Kerngeschäftsfeld der Travel24-Gruppe ist die x-mediale Vermittlung von Reiseleistungen – via Internet, Telefon, TV und stationärem Vertrieb.

www.travel24.com

Herzstück des Unternehmens ist die Internetseite www.travel24.com, auf der Urlaubssuchende umfangreiche Informationen und aktuelle Angebote schnell und unkompliziert abfragen können.

Im 2. Quartal 2001 wurde der Servicestandard für die Internetnutzer maßgeblich verbessert. Neben einem interaktiven Bereich mit Screensaver, Spielen und Wallpapers zum Download können sich die User in der umfangreichen Reise-Community „TravelCafé“ interaktiv austauschen. Durch einen Log-In werden genaue Nutzerdaten generiert, die eine zielgruppengerechte Ansprache ermöglichen. Ebenfalls wurde im 2. Quartal 2001 der Bereich Content durch die redaktionelle Aufbereitung von Reiseinformationen – auch in Zusammenarbeit mit der Zeitschrift Globo – auf hohem Niveau verbessert, um den Kunden eine bessere Basis für ihre Urlaubsplanung zu bieten. Der sukzessive Ausbau des Themenarchivs ermöglicht die Einrichtung eines Pools von reiseführerartigen Destinationsbeschreibungen.

Ein starker Pool an Partnern

Der Pool von Vertriebspartnern wurde weiter auf 48 Teilnehmer vergrößert. Darunter waren namhafte Großkonzerne wie die RWE AG (www.RWE-avanza.de) und BP, die ihre Online-Reiseaktivitäten jetzt über Travel24.com abwickeln. Beide Partnerschaften beinhalten auch eine Offline-Kooperation im Printbereich: So ist Travel24.com im BP-Express Magazin (Auflage: 6,5 Mio.) mit exklusiven Städtereisen vertreten, die sogar direkt über die BP-Express-Terminals an den Tankstellen oder online unter der Shopping-Adresse www.bpexpress.de gebucht werden können. Im RWEAvanza-Magazin – mit einer Auflage von über 2,3 Millionen Exemplaren – werden

über die Travel24.com AG mit großem Erfolg spezielle Leserreisen angeboten.



Das Affiliate-Portfolio der Travel24.com AG weist inzwischen Online-Partner aus vielen umsatzrelevanten Bereichen auf: Printmedien wie Super-Illu oder Cosmopolitan, reise-nahe Websites (z.B. wetter.com oder yipee.de), Shopping-Portale wie Primus-Online, Informationsportale mit hohem Traffic-Aufkommen (z.B. Handy.de oder ciao.com), Internet-Auftritte großer deutscher Konzerne (VIAG AG), sowie eine Vielzahl exklusiver Intranet-Präsenzen (z.B. Audi AG oder Sparkassen).

Abrufzahlen Internet

Die erfolgreiche Werbekampagne und die dadurch gestiegene Markenbekanntheit wird bei den Abrufzahlen im Internet deutlich. Im 1. Halbjahr 2001 nahmen im Vergleich zum Vorjahreszeitraum die Page-Impressions um 165% auf über 23,6 Mio. (2000: 8,9 Mio.) zu. Bei einer durchschnittlichen Verweildauer von 11,22 Minuten riefen in den ersten sechs Monaten über 2,6 Mio. User (+76,5%, 2000: 1,5 Mio.) die Travel24.com-Homepage auf.

Look2Book-Ratio steigt um 300%

Eine weitere Messgröße für den Erfolg des Internetangebots ist die sogenannte Look2Book-Ratio. Sie gibt Aufschluss über das Verhältnis zwischen den Abrufzahlen im Internet und den tatsächlich getätigten Buchungen. Im 1. Halbjahr 2001 hat sich die Look2Book-Rate im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 300% verbessert. Die Anzahl der direkten vollautomatischen Buchungen stieg im ersten Halbjahr um über 480%.

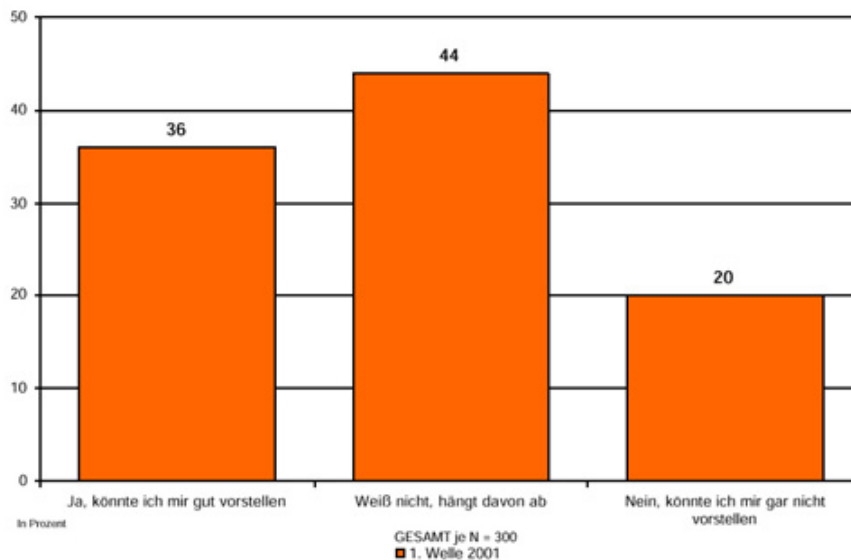
Kampagnenerfolg und Markenstatus

Ein entscheidender Erfolgsfaktor für den Vertrieb von Reiseleistungen über das Internet ist der Bekanntheitsgrad.

Die neue Marketingkampagne 2001 hat die gesetzten Ziele deutlich erreicht. Die aktuelle Markenkontrollstudie des Hamburger

Marktforschungsunternehmens Life Guard vom 23. Juli 2001 belegt, dass 48% der Befragten die Marke Travel24.com bereits kennen, 41% den Claim „Urlaub zum Greifen nah.“ richtig zuordnen, 35% die Internetseite schon besucht und 7% bei Travel24.com gebucht haben.

travel24.com - Interesse Online-Buchung.



Quelle: Frage 9. Ob Flug, Reise oder Hotel - könnten Sie sich vorstellen, bei travel24.com online zu buchen?

Ausland

Der Umsatz der in den Niederlanden ansässigen Tochtergesellschaft Travel24.com BV hat sich im Kerngeschäft Business Travel weiterhin positiv entwickelt. Im Vergleich zum Vorjahr konnte erneut eine Steigerung des Umsatzes um 15% erzielt werden. Das Ergebnis wurde durch die verbesserten Einkaufsbedingungen bei allen großen Reiseanbietern und Partnerschaften, wie z.B. mit Philips Broadcast, positiv beeinflusst. Insgesamt wurden im 1. Halbjahr 2001 über 9.300 Buchungen bei einem durchschnittlichen Reisepreis von € 498 abgewickelt. Das entspricht einem Bruttoumsatzvolumen von € 5,7 Mio. Der Ertrag vor Steuern beläuft sich auf über € 90.000, wobei im Betrachtungszeitraum neben dem traditionellen Kerngeschäft, der Vermittlung von Geschäftsreisen, die ersten Investitionen in das neue Geschäftsfeld Internetvertrieb getätigt wurden.

Mit den gewohnten Serviceangeboten und entsprechend dem deutschen Corporate Design wurde die holländische Internetseite www.travel24.com/nl gestaltet. Sie ist der erste Schritt, den ausländischen Reisevertrieb in der jeweiligen Landessprache zu erschließen.

Im ersten Halbjahr sind bei unseren spanischen Tochterunternehmen Eurosun Viajes S.A. und Business Solutions24 S.A. insbesondere Umsätze in den Bereichen Reisevermittlung, Contracting und Incoming Services erzielt worden. Insgesamt entstand in den Monaten April bis Juni 2001 ein Auftragsbestand im Flugtickethandel von € 250.000 (im 1. Quartal 2001 betrug der Auftragsbestand € 24.000).

3.2 Reiseveranstalter

Neben der Reisevermittlung ist auch die Organisation von Pauschalreisen ein wichtiges Geschäftsfeld der Travel24-Gruppe. In diesem Segment ist vor allem die Tochtergesellschaft Aeroworld Fernreisen GmbH in Hamburg tätig. Ein weiterer Schwerpunkt sind Gruppen- und Incentivereisen, die hauptsächlich von der Tochtergesellschaft Travel24 GmbH und zukünftig verstärkt von der spanischen Tochter Eurosun Viajes S.A. organisiert werden.

Aeroworld Fernreisen GmbH

Die Aeroworld Fernreisen GmbH ist in den Geschäftsbereichen Fulfilment, Reiseveranstaltung und Consolidator tätig. Im Fulfilment, bei einer Steigerung des durchschnittlichen Reisepreises um 5%, erreichte im 1. Halbjahr 2001 die Anzahl der Reiseteilnehmer knapp den Gesamtwert des Vorjahres. Im klassischen Veranstalterbereich bestätigten die traditionellen Aeroworld-Reiseziele den Buchungstrend in dieser Saison. In der Gunst der Urlauber stehen Fernost mit Thailand, Bali und Malaysia (+12%) und die Vereinigten Arabischen Emirate (+18%) ganz oben.

Im Rahmen der Jahresabschlussprüfung wurden organisatorische und technische Mängel aufgedeckt, die u.a. aus der buchhalterischen Abwicklung der Reiseleistungen sowie aus Besonderheiten und Schwachstellen der zwei verwendeten Softwareprogramme resultieren. Diese Mängel erforderten den Rückgriff auf Schätzgrößen und Plausibilitätsmaßstäbe zur Aufstellung von Abschlüssen für einzelne Positionen der Bilanz und GuV. Zur Gewährleistung verlässlicher

Daten zur Aufstellung der unterjährigen Abschlüsse wurden durchgängig Einzelvorgänge manuell geprüft und eine grundlegende, sich zur Zeit in der Implementierung befindliche Systemumstellung verabschiedet. Dieses Maßnahmenpaket wird zum Ende des 3. Quartals 2001 abgeschlossen sein und eine transparente, vorgangsbezogene Unternehmenssteuerung zur Folge haben.

Travel24 GmbH

Bei der Organisation von Gruppen- und Incentivereisen zählten im 1. Quartal 2001 die Unternehmen Debis, Roland Berger, Vereinte Versicherung AG, 3 M Unitek, RWEAvanza und Shell zu unseren Kunden. Im zweiten Halbjahr sind Projekte für VW, Bencard Allergie GmbH, RWEAvanza, Shell, Communic, Shell und Suzuki Auto geplant.

Eurosun Viajes S.A.

Auch unsere spanische Tochter Eurosun Viajes S.A. in Palma de Mallorca (Spanien) verfügt seit Anfang April über die eigene Abteilung "EUROSUN Groups & Incentives", die auf der Internetseite www.eurosun-incentives.com über ihre Leistungen informiert. Im Laufe des zweiten Halbjahres wird die neue Unit deutsche Unternehmen auf Mallorca betreuen, darunter sind u.a. Bayer Kongress AG, Wella, Inszenario, RWE AG, Stabilo etc.

3.3 Technologie

In diesem Bereich sind maßgeblich unsere Tochterunternehmen Buchungsmaschine AG für die Buchungstechnologie und die xsnet GmbH für die Entwicklung und Implementierung des Userinterfaces für unsere Internetseite www.travel24.com und deren Partner sowie die Anbindung verschiedenster Content-Schnittstellen verantwortlich.

Buchungsmaschine AG

Die Buchungsmaschine AG ist ein Service Application Provider für touristische Leistungsträger, der auch Unterstützung im multimedialen Verkauf am Reisebürocounter bietet. Zu den Kunden zählen u.a. Reisebüros und Internetportale, die über unterschiedliche Module wie Lastminute, Charter- und Linienflug, Restplatzverkauf sowie Tourfinder, einzeln oder im Paket buchen können. Im 2. Quartal 2001 wurde die Produktpalette um die Module Topangebote, Charterflug-Langfrist, Ferienhaus und Web-Design-Pakete erweitert. Die Anzahl der verkauften Modullizenzen stieg im Vergleich zum Vorjahreszeitraum von 563 Modulen um über 185% auf 1.608 Module im 1. Halbjahr 2001. Insgesamt nutzten Ende Juni 2001 die Leistungen der Buchungsmaschine AG 64 Internetportale mit einem Gesamtumsatz von € 1,8 Mio. (2000: 13 Portale mit einem Gesamtumsatz von € 0,029 Mio.) und 2.500 Reisebüros mit einem Gesamtumsatz von € 15,3 Mio. (2000: 563

Reisebüros, Gesamtumsatz € 5,4 Mio.). Insgesamt beläuft sich der vermittelte Reiseumsatz im 1. Halbjahr 2001, der über die Applikationen Tourfinder und Lastminute der Buchungsmaschine generiert wurde, auf € 17,1 Mio. (+ 212%, 2000: € 5,4 Mio.). Im 2. Halbjahr 2001 wird sich die Buchungsmaschine AG auf die zielgerichteten Erweiterungen des Produktangebots und den Ausbau der Kundenbasis konzentrieren.

xsnet GmbH

Das Münchner Tochterunternehmen xsnet GmbH hat im 2. Quartal 2001 die technische Infrastruktur der Website für die zukünftigen Entwicklungen und den zu erwartenden Traffic verbessert. Mit einem neuen skalierbaren Web- und Datenbankserver sowie einer verbesserten Datenarchitektur ist die Sicherheit und Performance deutlich erhöht worden. Mit diesen Maßnahmen ist die IT-Infrastruktur und die Applikation auch für zukünftige Anforderungen vorbereitet.

Des Weiteren ist die xsnet GmbH verantwortlich für die technische Infrastruktur in unserem CallCenter und betreut die Einbindung der Reisemodule bei den Kooperationspartnern der Travel24.com AG.

4. Geschäftsergebnis

e-Travel

Erstmalig seit dem Börsengang im März 2000 wird das Geschäftsfeld e-Travel von den führenden Marktforschungsunternehmen wieder positiv bewertet. Nielsen/NetRatings-Services zufolge konnten die Online-Reisebüros – wie auch unsere Zahlen belegen – ein überdurchschnittliches Wachstum verzeichnen. Basis für die Untersuchung ist ein Anstieg der aktiven Internet-Nutzer in Deutschland um 13% und der in Deutschland ansässigen Personen mit privaten Internetzugängen um knapp 10% auf rund 27 Mio. Personen. Deutschland liegt damit weit über dem durchschnittlichen europäischen Zuwachs der aktiven Nutzer von 5%, die Anzahl in Europa beläuft sich auf knapp 119 Mio. Nutzer. Auch Forrester Research schaut optimistischer in die Zukunft als noch vor einem Jahr und erwartet ein Umsatzvolumen von € 152 Mrd. bis zum Jahr 2006. Insgesamt werden Bruttogewinne von € 3,9 Mrd. in 2001 und € 35 Mrd. bis 2006 prognostiziert.

Die Travel24.com AG wird aufgrund ihres Dienstleistungsportfolios nachhaltig an dieser Entwicklung partizipieren und weitere Marktanteile dazugewinnen.

Umsatz

Der vermittelte Reiseumsatz im 1. Halbjahr 2001 stieg im Vergleich zum Vorjahr um € 51,4 Mio. auf € 57,9 Mio. (2000: € 6,5 Mio.). Die Netto-Umsatzerlöse betragen € 21,0 Mio. und verzeichnen damit einen Anstieg von über € 20 Mio. im Vergleich zu € 0,7 Mio. im Vorjahreszeitraum. Bei dem Vergleich der Umsatzzahlen ist zu beachten, dass im Vergleichszeitraum 2000 die akquirierten Tochtergesellschaften Aeroworld Fernreisen GmbH, Buchungsmaschine AG, Eurosun S.A. und die eigene Firmengründung Business Solutions24 S.A. sowie Munckhof Business Travel B.V. nicht einbezogen waren.

Ergebnis

Die Travel24-Gruppe weist für das 1. Halbjahr 2001 einen Fehlbetrag von € 13,0 Mio. gegenüber € 4,5 Mio. im Vorjahreszeitraum aus. Die Zunahme des Verlusts um € 8,6 Mio. ist hauptsächlich auf die Veränderungen im Konsolidierungskreis und der damit einhergehenden Einbeziehungen der Verluste einzelner Tochterunternehmen zurückzuführen. Der sich daraus ergebende Verlust pro Aktie für die ersten sechs Monate im Jahr 2001 beträgt € 1,33 (2000: € 0,66).

Kosten

Die Gesamtkosten für die ersten sechs Monate 2001 betragen € 32,9 Mio. (2000: € 6,8 Mio.). Der Anstieg ist primär durch die Positionen Herstellungskosten in Höhe von € 16,9 Mio. (2000: € 0,3 Mio.) durch die Hinzunahme des Veranstaltergeschäfts verursacht worden. Des Weiteren schlugen die Vertriebs- und Marketingkosten mit € 12,5 Mio. (2000: € 1,2 Mio.) sowie die allgemeinen Verwaltungskosten mit € 3,6 Mio. (2000: € 5,3 Mio.) zu Buche. In der Position Vertrieb und Marketing entfallen ca. € 3,5 Mio. auf die Marketing-Kampagne der Travel24.com AG und knapp € 2,5 Mio. auf laufende Aufwendungen der Travel24.com AG sowie weitere € 4 Mio. an laufenden Vertriebskosten und Katalogerstellungsaufwand bei der Aeroworld Fernreisen GmbH. Bei den allgemeinen Verwaltungskosten entfallen knapp € 2 Mio. auf die Travel24.com AG und € 0,6 Mio. auf die Aeroworld. Bei beiden Unternehmen enthält diese Position Rechts- und Beratungskosten, die im Zusammenhang mit der Erstellung und dem Review von unterjährigen Abschlüssen sowie mit der Aufstellung des Börsenzulassungsprospektes 2001 angefallen sind. Der monatliche Finanzbedarf der Travel24-Gruppe belief sich im 1. Quartal 2001 auf durchschnittlich € 3,7 Mio., im 2. Quartal 2001 auf durchschnittlich € 2,1 Mio.

Liquidität und Forderungen

Die flüssigen Mittel sind im Vergleich zum 31. März 2001 um € 6,3 Mio. gesunken. Zum 30. Juni 2001 verfügt die Gesellschaft über € 16,1 Mio. an flüssigen Mitteln. Der Cash Flow aus der operativen Geschäftstätigkeit ist mit € 15,1 Mio. negativ (2000: € -5,3 Mio.).

Investitionen

Im 1. Halbjahr 2001 sind € 1,1 Mio. in Sachanlagevermögen investiert worden. Vorrangig waren hier Investitionen in EDV-Hard- und Software.

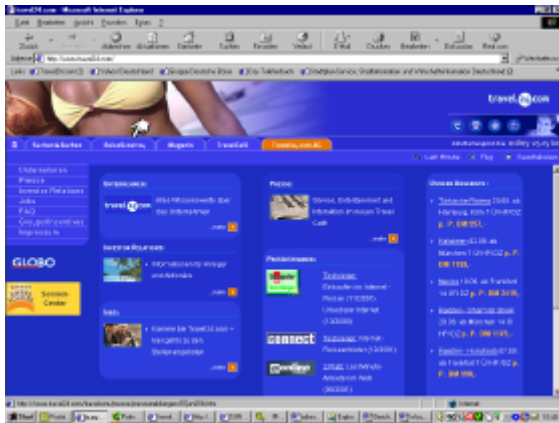
Personal

Der Personalbestand ist in den Monaten April bis Juni 2001 um 70 Personen auf 313 Mitarbeiter angestiegen (1Q/2001: 243 Mitarbeiter). Die größte Veränderung ist auf neue CallCenter-Mitarbeiter in Deutschland und bei den spanischen Töchtern Eurosun S.A. und Business Solutions24 S.A. zurückzuführen.

5. Ausblick

www.travel24.com

Zum 01. August 2001 wurde die Internetseite grafisch neu gestaltet und hinsichtlich der Nutzerbedürfnisse optimiert. Sie wurde emotionaler und übersichtlicher. Die redaktionellen Themen wurden eng mit direkt buchbaren Reisen verknüpft. Damit sind die besten Voraussetzungen für ein erfolgreiches Kundenkontaktmanagement geschaffen. Beim Buchungskomfort hat sich mit dem Relaunch das Feature der online buchbaren Last-Minute-Reisen verbessert. Es wird täglich aktualisiert und ist nicht nur auf der Homepage sondern auf allen Portalseiten unserer Partner dargestellt.



Vor dem Relaunch wurde Mitte Juli bereits die Community-Plattform „TravelCafé“ in das Cynobia-Netzwerk eingebunden.

In der zweiten Jahreshälfte sind die Verbesserung des Komforts, zusätzliche Informationsleistungen und einfachere Bedienbarkeit die vorrangigen Ziele bei der kontinuierlichen Weiterentwicklung der Internetseite. Allen voran zu nennen sind die seit Mitte August implementierten 1.200 3D-Hotelpanoramansichten unter der Rubrik „Hotel Visuell“. Zur Erhöhung der Look2Book-Ratio wird mit einer Reihe neuer Buchungstools und weiterer Funktionalitäten das Produktspektrum erweitert sowie der Buchungsprozess vereinfacht. Zusätzlich werden Tools auf der Website eingeführt, mit deren Hilfe unsere CallCenter-Mitarbeiter die Kunden beim Buchungsvorgang aktiv unterstützen und bei Fragen weiterhelfen.

Marketingkampagne

Für das zweite Halbjahr sind gezielte Marketingaktionen geplant, um den Bekanntheitsgrad weiter nachhaltig zu steigern. Höhepunkt im TV-Herbst ist „Der große IQ-Test“ bei RTL mit Deutschlands beliebtestem Showmaster Günther Jauch. 15 Millionen Zuschauer und 500.000 Teilnehmer im Internet werden hierbei ihre Intelligenz testen. Die Travel24.com AG wird als Exklusiv-Sponsor dieses Media-ereignis mit einer integrierten Kampagne begleiten: Mit TV-Spots vor, während und nach der Show sowie vernetzt mit allen Teilnehmern auf der RTL-Website mit einer Online-Promotion und dem direkten Link zum Travel24.com-Reiseportal.



Affiliate-Programm

Interessierten Kooperationspartnern wird künftig die Partnerschaft "auf Knopfdruck" angeboten: Mittels modernster Partnermanagement-Software können sich Vertriebspartner ihre eigene Online-Präsenz durch unsere vorgefertigten Travel-Websites erweitern. Die Einbindung geschieht dabei durch einfache Auswahl einer der zahlreichen Templates, die Travel24.com auf dem Partnermanagement-Server zur Verfügung stellt. Diese Templates sind mit den vollelektronischen Buchungsmodulen unserer Tochtergesellschaft Buchungsmaschine AG verknüpft. Der Prozess vollzieht sich nach Durchlaufen eines Anmelde-Workflows vollautomatisch und bindet keine Personalressourcen auf Seiten der Travel24.com AG.

Diese Form der Partneranbindung hat noch weitere Vorteile: Durch Verwendung dieses Partnermanagement-Systems wird nicht nur das Userverhalten transparent dargestellt, sondern auch die vollelektronischen Buchungen sind direkt einsehbar. Gemeinsame Verkaufsförderungsaktionen sind einfach durchführbar, beispielsweise sind Spezialangebote zeitnah und nachfragegerecht zu erstellen und auf den angebotenen Partner-Webpräsenzen zu publizieren, ohne dass diese ihren Internetauftritt umprogrammieren müssen (sog. Push-Technologie). Für das 2. Halbjahr 2001 ist vorgesehen insgesamt 75 Partner mit diesem Programm zu versorgen.

Aeroworld Fernreisen GmbH

Für das zweite Halbjahr wird sich das Produktangebot des Hamburger Reiseveranstalters Aeroworld wie schon im Vorjahr zur Wintersaison erweitern. Neben den bisherigen Katalogen Fernost/Arabien, Amerika/Kanada, Karibik/Südamerika, Mittelmeer und Südliches Afrika/Indischer Ozean werden Australien/Neuseeland sowie Studien- und Erlebnisreisen zum ersten Mal das Angebotsportfolio ergänzen.

Des Weiteren wird es ab dem Erscheinen der Winterkataloge Ende September 2001 für Reisebüros möglich sein, die Reisen über START zu buchen.

Internationalisierung

Mit dem Launch der holländischen Internetseite am 10. Juli 2001 ist die Basis für den Internetvertrieb in den Niederlanden geschaffen. Wir erwarten eine gute Entwicklung bei den Page-Impressions. Die

den Launch der Website begleitenden Marketingmaßnahmen konzentrierten sich auf ausgewählte, den Zielgruppen angepasste Produkte, wie z.B. der Jahreszeit entsprechende Urlaubsreisen in den Mittelmeerraum. Bis Anfang August konnten neun Reiseveranstalter und die Fluggesellschaft KLM als Partner gewonnen werden. Der Kostenrahmen wurde den zu erwartenden Umsätzen angepasst. Neben einem guten Start der Website im zweiten Halbjahr wird bei der Vermittlung von Geschäftsreisen mit einem weiteren planmäßigen Anstieg gerechnet.

Reiseziele

In den ersten sechs Monaten 2001 zeichnet sich bei der Reisevermittlung ein exponentielles Wachstum im Zielgebiet Türkei ab, während Spanien sich auf hohem Niveau stabilisiert hat. Damit sind die dominierenden Reisedestinationen der letzten Jahre auch in 2001 die beliebtesten Urlaubsziele. Starke Wachstumsraten zeichnen sich für Tunesien und Osteuropa ab, hier ist insbesondere die im Vergleich zu anderen Zielgebieten preisgünstige Schwarzmeerküste bei den Urlaubern beliebt. Bevorzugt werden von den Reisenden Pauschalangebote im Gegensatz zur individuellen Flugbuchung.

Das Reisejahr 2001 ist bisher durch ein sehr kurzfristiges Buchungsverhalten gekennzeichnet, das sich im 2. Halbjahr 2001 fortsetzen wird. Insbesondere kurze Reisen, z.B. eine Woche oder ein langes Wochenende, stehen in der Gunst der Urlauber ganz oben und werden auch die zweite Hälfte dieses Jahres weiter bestimmen.

6. Der Konzern-Zwischenabschluss zum 30.06.2001

6.1. Konsolidierte Bilanz zum 30.06.2001, Zahlen nach US-GAAP

<u>AKTIVA</u>	30.06.2001	30.06.2000
	€ 000	€ 000
<u>Kurzfristige Vermögensgegenstände</u>		
Liquide Mittel und Wertpapiere	16.081	52.060
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	2.397	355
Forderungen gegen Unternehmen im Verbundbereich	0	23
Vorräte	0	100
Latente Steuern	0	1.074
Rechnungsabgrenzungsposten und sonstige kurzfristige Vermögensgegenstände	1.237	23
Kurzfristige Vermögensgegenstände, gesamt	19.715	53.634
Sachanlagevermögen	1.752	463
Immaterielle Vermögensgegenstände	1.374	243
Finanzanlagen	36	500
Ausleihungen	997	8.535
Geschäfts- oder Firmenwerte	8.369	516
Sonstige Vermögensgegenstände	6.147	1.428
Aktiva gesamt	38.389	65.318
<u>PASSIVA</u>		
	30.06.2001	30.06.2000
	€ 000	€ 000
<u>KURZFRISTIGE VERBINDLICHKEITEN</u>		
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	772	67
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	5.532	1.561
Erhaltene Anzahlungen	2.839	0
Rückstellungen	4.536	662
Verbindlichkeiten aus Ertragssteuern	0	0
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	2.376	519
Kurzfristige Verbindlichkeiten, gesamt	16.055	2.808
<u>MINDERHEITENANTEILE</u>	23	0
<u>EIGENKAPITAL</u>		
Gezeichnetes Kapital	10.473	9.600
Kapitalrücklage	63.556	60.713
Eigene Anteile	(1.418)	0
Konzernbilanzverlust	(50.131)	(7.309)
Kumuliertes sonstiges Gesamtergebnis	-169	0
Ausstehende Einlagen a. d. gez. Kapital	0	(494)
Eigenkapital, gesamt	22.311	62.510
Passiva, gesamt	38.389	65.318

6.2 Konsolidierte Gewinn- & Verlustrechnung vom 01.01. bis zum 30.06.2001, Zahlen in US-GAAP

	01.01.2001 - 30.06.2001 € 000	01.01.2000 - 30.06.2000 € 000
Umsatzerlöse	20.951	742
Herstellungskosten	(16.901)	(262)
Bruttoergebnis vom Umsatz	<u>4.050</u>	<u>480</u>
Betriebliche Aufwendungen:		
Vertriebskosten	(12.516)	(1.225)
Allgemeine und Verwaltungskosten	(3.644)	(5.108)
Forschungs- und Entwicklungskosten	(25)	0
Abschreibungen auf Geschäfts- und Firmenwerte	(935)	(62)
Abschreibungen auf Sachanlagen	(799)	(209)
Betriebliche Aufwendungen gesamt	<u>(17.919)</u>	<u>(6.604)</u>
Betriebsergebnis	<u>(13.869)</u>	<u>(6.124)</u>
Zinserträge/-aufwendungen	744	576
Sonstige Erlöse/Aufwendungen	143	13
Ergebnis vor Ertragsteuern	<u>(12.982)</u>	<u>(5.535)</u>
Ertragssteueraufwand	(51)	1.074
Ergebnis vor Minderheitsanteilen	<u>(13.033)</u>	<u>(4.461)</u>
Minderheitsanteile	(1)	0
Jahresfehlbetrag	<u>(13.034)</u>	<u>(4.461)</u>

6.3 Kapitalflussrechnung vom 01.01. bis zum 30.06.2001

	01.01.2001 - 30.06.2001	01.01.2000 - 30.06.2000
	€ 000	€ 000
1. Zahlungsströme aus betrieblicher Tätigkeit:		
Ergebnis	(13.034)	(4.461)
Überleitung		
- Abschreibungen auf Sachanlagen	799	147
- Abschreibungen auf Geschäfts- und Firmenwerte	935	62
- Abschreibungen auf Finanzanlagen	0	0
- Vergütungen aus Aktienoptionen	18	0
- Verluste/(Gewinne) aus Anlagenverkäufen	0	0
- Erhöhung/(Verminderung) des Fremdanteils am Eigenkapital	1	0
- Veränderung der betrieblichen Aktiva und Passiva		
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	(785)	(184)
Erhaltene Anzahlungen	1.327	0
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	1.008	986
Rechnungsabgrenzungsposten und sonstige Forderungen	(976)	(1.228)
Veränderung der akt. latenten Steuerabgrenzung	0	(1.074)
Sonstige Verbindlichkeiten	(2.943)	435
Steuerrückstellungen	(30)	0
Sonstige Rückstellungen	(1.435)	148
Vorräte	0	(94)
Zahlungsmittelsaldo aus betrieblicher Tätigkeit	(15.116)	(5.262)
2. Zahlungsströme aus der Investitionstätigkeit:		
- Verkauf von Anlagevermögen	0	0
- Zugänge zu Sachanlagen	(1.048)	(398)
- Zugänge zu immateriellen Vermögensgegenständen		
Firmenwert	(108)	(181)
- Zugänge zu Finanzanlagen	(194)	(9.035)
Zahlungsmittelsaldo aus dem Investitionsbereich	(1.350)	(9.613)
3. Zahlungsströme aus der Finanzierungstätigkeit:		
- Erlöse aus der Ausgabe von Aktien	1.603	64.762
- Kauf eigener Aktien	(1.274)	0
- Erhöhung/(Verminderung) der Neubewertungsrücklage	(160)	0
Zahlungsmittelsaldo aus dem Finanzierungsbereich	169	64.762
(Abnahme)/Zunahme des Finanzmittelfonds	(16.297)	49.887
Finanzmittelfonds am Anfang der Berichtsperiode	31.607	2.173
Finanzmittelfonds am Ende der Berichtsperiode	15.309	52.060
(Abnahme)/Zunahme des Finanzmittelfonds	(16.297)	49.887

6.4 Eigenkapitalentwicklung vom 01.01.2000 bis zum 30.06.2001

	Anzahl ausgegebene Aktien	Grundkapital	Grundkapital	eigene	Kapital-	Vergütung aus	Neubewer-	Konzern-	Gesamt
		Vorzugs- aktien	Stamm- aktien	Aktien	rücklage	Aktien- optionen	tungs- Rücklage	bilanz- verlust	
		EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR
Stand 31.12.1999	663.723	0	927	0	4.131	0	0	-2.848	2.210
Kapitalerhöhung aus Gesellschaftsmitteln vom 14.2.2000			2.073		-2.073				0
Kapitalerhöhung durch Bareinlagen und Neueinteilung der Aktien gemäß Beschluß vom 14.2.2000 und Börseneinführung	8.936.277		6.600		67.200				73.800
Ausgabe von Aktienoptionen					134	-105			29
Aufwendungen für Eigenkapitalbeschaffung (brutto) 1)					-8.809				-8.809
Einlage bei Erwerb von Tochtergesellschaften gegen Gewährung von Anteilen					2.243				2.243
Erwerb eigener Aktien				-144					-144
Fair-Value-Bewertung von Wertpapieren							78		78
Konzernjahresfehlbetrag 2000								-34.248	-34.248
Stand 31.12.2000	9.600.000	0	9.600	-144	62.826	-105	78	-37.096	35.158
Kapitalerhöhung gegen Sacheinlage vom Mai 2001	872.606		873		730				1.603
Ausgabe von Aktienoptionen						18			18
Erwerb eigener Aktien				-1.274					-1.274
Fair-Value-Bewertung von Wertpapieren							-160		-160
Konzernjahresfehlbetrag Q2 2001								-13.034	-13.034
Stand 30.06.2001	10.472.606	0	10.473	-1.418	63.556	-87	-82	-50.130	22.311

¹⁾ Aufgrund der Bilanzierungsannahme, dass Verlustvorträge voraussichtlich steuerlich nicht genutzt werden, erfolgte die Verrechnung der Aufwendungen für Eigenkapitalbeschaffung in voller Höhe des Bruttobetrags. Eine Verminderung um zuzuordnende Ertragssteuern erfolgte damit nicht.

7. Erläuterungen zum Zwischenbericht

Konsolidierungskreis

Die Travel24.com AG hat im letzten Geschäftsjahr ihre nationale und internationale Expansion vorangetrieben. Dazu wurden im Laufe des Geschäftsjahres 2000 mehrere in- und ausländische Gesellschaften erworben. Die erst nach dem 30. Juni 2000 erworbenen Gesellschaften sind demzufolge nicht in den

Vorjahreszahlen enthalten und schränken die Vergleichbarkeit ein.

Der Konsolidierungskreis besteht zum 30. Juni 2001 aus elf in- und ausländischen Gesellschaften. Die Gesellschaften neben der Travel24.com AG sind:

Konsolidierte Gesellschaften	Beteiligungshöhe
Inland	
Travel24 GmbH, Eching	100%
TII Community GmbH, Worms	100%
xsnet Gesellschaft für Multimediale Informationssysteme mbH, München	100%
Aeroworld Fernreisen GmbH, Hamburg	100%
Buchungsmaschine AG, Norderstedt	100%
Ausland	
Eurosun Viajes S.A., Palma de Mallorca/Spanien	100%
Business Solutions24 S.A., Palma de Mallorca/Spanien	100%
Munckhof Business Travel B.V., Venlo/Niederlande	95,25%
Munckhof Business Travel B.V., Amsterdam/Niederlande	95,01%
Message B.V., Horst/Niederlande	95,01%

Rechnungslegungsgrundsätze

Die Gliederung der Konzernbilanz für den Halbjahresbericht 2001 erfolgt in Anlehnung an die US-GAAP Bilanzierungsrichtlinien. Die Gewinn- und Verlustrechnung des Konzerns wurde nach dem Umsatzkostenverfahren aufgestellt. Die dargestellten Zahlen zum Vergleichszeitraum 2000 beziehen sich auf die zum Stichtag jeweils gültige Unternehmenszusammensetzung der Travel24.com-Gruppe; auf eine Pro-forma-Darstellung wurde verzichtet.

Es besteht zwischen den Ergebnissen im Jahr 2001 und 2000 eine begrenzte Vergleichbarkeit, da sich die Unternehmensstruktur durch die Akquisitionen nachhaltig verändert hat.

Grundkapital

Das Grundkapital wurde mit Wirkung zum 11. Juni 2001 um 872.606 auf den Inhaber lautende nennwertlose Stückaktien aus der Kapitalerhöhung gegen Sacheinlage erhöht. Das Grundkapital beträgt jetzt € 10.472.606.

Aktienoptionsplan

Auf der Jahreshauptversammlung der Gesellschaft am 25. Juni 2001 wurde ein Aktienoptionsplan beschlossen, aufgrund dessen Bezugsrechte in mehreren Tranchen zum Bezug von Stückaktien der Gesellschaft an Bezugsberechtigte gewährt werden.

Dividende

Im ersten Halbjahr des Geschäftsjahres 2001 und im Jahr 2000 wurden keine Dividenden ausgeschüttet. Bis zum Erreichen der Profitabilität, die für das 4. Quartal 2002 geplant ist, ist keine Ausschüttung vorgesehen.

Saisonale Einflüsse

Der Konzernumsatz wird sehr stark durch saisonale Faktoren beeinflusst. Diese ergeben sich aus den Ferienzeiten in Deutschland. Der Umsatz wächst am stärksten im zweiten Halbjahr eines jeden Geschäftsjahres, da die Umsätze erst verbucht werden, wenn die zugrundeliegenden Leistungen in Anspruch genommen wurden, das heißt, wenn die Kunden ihre Reise angetreten haben. Da die Hauptferienzeit in den Monaten Juli und August ist, fällt in diesem Zeitraum ein großer Teil des Umsatzes an.

Erläuterungen Bilanz

Im Vergleich zum 31. März 2001 ist die Bilanzsumme zum Ende des 2. Quartals 2001 um € 7,1 Mio. auf € 38,4 Mio. gesunken. Die kurzfristigen Vermögensgegenstände haben sich um € 7,2 Mio. verringert. Die Veränderung ist zum überwiegenden Teil auf den Abfluss an Liquidität sowie auf eine Wertberichtigung der sonstigen Vermögensgegenstände zurückzuführen. Die kurzfristigen Verbindlichkeiten haben sich um insgesamt € 3,2 Mio. verringert, was in erster Linie auf die Begleichung der noch ausstehenden Restverbindlichkeiten im Zusammenhang mit den Akquisitionen der Buchungsmaschine AG und der Munckhof-Gruppe basiert. Darüber hinaus stiegen in dieser Position die enthaltenen Anzahlungen um knapp € 0,5 Mio., was der laufenden Geschäftstätigkeit der Aeroworld zuzuordnen ist. Die sonstigen Rückstellungen verringerten sich um insgesamt € 0,9 Mio. wegen der Inanspruchnahme der zum Jahresende gebildeten Positionen für Werbemaßnahmen u.ä. Die Eigenkapitalquote von 57,6% am 31. März 2001 ist im Vergleich zu 58,1% zum 30. Juni 2001 leicht gestiegen. Aus dieser im 2. Quartal 2001 abgeschlossenen Kapitalerhöhung gegen Sacheinlageneinbringung (Buchungsmaschine AG) erhöhte sich das Eigenkapital der Travel24-Konzernbilanz um € 1,7 Mio. Dem gegenüber flossen € 5,1 Mio. Verluste aus dem 2. Quartal 2001 in das aufgelaufene Periodenergebnis.

Ergebnis je Aktie

Das Ergebnis je Aktie wird ermittelt, indem das Ergebnis des Berichtszeitraums durch die gewichtete Durchschnittszahl der ausgegebenen Aktien dividiert wird. Die auf der außerordentlichen Hauptversammlung am 12. Dezember 2000 beschlossene Umwandlung der 4.200.000 Namensaktien in

Inhaber-Stückaktien sowie die Zulassung von 872.606 auf den Inhaber lautende nennwertlose Stückaktien ist erfolgt. Die Papiere wurden am 25. Juni 2001 in den Handel am Neuen Markt aufgenommen und fließen in die Berechnung des Ergebnisses je Aktie mit ein.

Ergebnis je Aktie

	01.01.- 30.06.2001	01.01.- 30.06.2000
Zahl der Aktien, die sich am 01.01. im Umlauf befanden	9.600.000	663.723
Zahl der Aktien, die sich am 30.06. im Umlauf befanden	10.472.606	9.600.000
Gewichteter Durchschnitt der sich im Umlauf befindlichen Aktien	9.831.409	6.777.149
Ergebnis nach Steuern ohne außerordentliche Erträge (in T €)	-13.034	-4.461
Ergebnis je Aktie ohne außerordentliche Erträge (in €)	-1,33	-0,66
Gezahlte Ausschüttung	0	0
Ausschüttung je Aktie	0	0

Cash Flow aus Geschäftstätigkeit

Der Cash Flow aus Geschäftstätigkeit betrug in den ersten sechs Monaten dieses Jahres € -15,1 Mio. Der maßgebliche Einflussfaktor war neben dem Konzernergebnis in Höhe von € -13,0 Mio., die Reduzierung der noch ausstehenden Restverbindlichkeiten im Zusammenhang mit den im Vorjahr getätigten Akquisitionen mit € 2,9 Mio.

Cash Flow aus Investitionstätigkeit:

Im 1. Halbjahr 2001 weist der Cash Flow aus Investitionstätigkeit einen Zahlungsmittelabfluss in Höhe von € 1,3 Mio. aus. Dies ist wesentlich auf die Zugänge zum Sachanlagevermögen und die damit verbundenen Investitionen in EDV-Hard- und Software zurückzuführen.

Cash Flow aus Finanzierungstätigkeit

Der Mittelzufluss in den ersten sechs Monaten des Jahres 2001 begründet sich aus der Zulassung und Ausgabe neuer Aktien und beträgt € 1,6 Mio. Dem gegenüber stehen Finanzmittelverwendungen in Höhe von € 1,3 Mio. für den Kauf eigener Aktien.

Eigene Aktien

Die Travel24.com AG wurde gemäß Beschluss der außerordentlichen Hauptversammlung vom 12. Dezember 2000 zum Erwerb von eigenen Aktien gemäß § 71 AktG ermächtigt. Aufgrund dieser Ermächtigung wurden im 1. Halbjahr 2001 in 37 Transaktionen insgesamt 332.445 namenlose Stückaktien der Gesellschaft zum jeweiligen Tiefstkurs erworben.

Niedrigster Einstiegskurs: € 1,94

Höchster Einstiegskurs: € 7,02

8. Veränderungen im Vorstand und Aufsichtsrat

Das Gründungsmitglied der Gesellschaft, Herr Joachim Semrau, ist mit Wirkung zum 19. April 2001 aus dem Vorstand ausgeschieden. Er zeichnete verantwortlich für den kaufmännischen Bereich. Wir danken ihm für seinen Einsatz und seine Verdienste für das Unternehmen. Er ist weiter für das Unternehmen als Mitglied des Aufsichtsrates und als Berater tätig.

Ebenfalls danken möchten wir unserem Marketingvorstand Herr André Derksen für seine Mitarbeit. Er hat zum 31. März 2001 das Unternehmen aus familiären Gründen verlassen. Als externer Berater führt er laufende Projekte fort und steht mit seiner Expertise dem Unternehmen weiterhin zur Verfügung.

Mit Wirkung zum 01. April 2001 wurde Herr Philip Kohler in den Vorstand berufen. Er war vorher im Metro-Konzern tätig und übernahm

die Ressorts Finanzen, Controlling, Recht und Personal.

Herr Prof. Dr. Klaus Frank und Herr Dieter Worms haben zum 06. April 2001 ihr Amt als Aufsichtsratsmitglieder der Travel24.com AG aus persönlichen Gründen niedergelegt. Wie in der außerordentlichen Hauptversammlung vom 12. Dezember 2000 beschlossen, wurde der Aufsichtsrat von drei auf sechs Mitglieder erweitert. Es folgen mit Beschluss der außerordentlichen Hauptversammlung neben Herrn Joachim Semrau als neue Mitglieder Herr Dr. Hellmut Albrecht (Unternehmensberater) und Herr Hans Joachim Richter (Vice-President Philip Morris/Europa) in den Aufsichtsrat. Mit Beschluss der Jahreshauptversammlung vom 25. Juni 2001 wurden Herr Dr. Armin Reiners (Rechtsanwalt) und Herr Cristofor-Guillem Henn (Corporate Director Barcelo Group) für die weiteren zwei vakanten Plätze in den Aufsichtsrat berufen.

9. Wertpapierbestände Vorstand und Aufsichtsrat

	Aktienbestand zum 30. Juni 2001
Vorstand	
Philip Kohler	0
Marc Maslaton	512.520
Joachim Semrau	809.643 ¹
Knut Wehner	86.673 ²
Aufsichtsrat	
Dr. Hellmut Albrecht	0
Dr. Klaus Frank	71.967 ³
Cristofor-Guillem Henn	17.998
Dr. Armin Reiners	0 ⁴
Hans-Joachim Richter	0
Andrea Wessels	23.823
Dieter Worms	80.168 ³

¹ Bestand incl. Treuhandsverflechtung: 852.643 Aktien

² Bestand ohne treuhänderisch von Dritten gehaltene Stücke: 43.673 Aktien

³ Bestand bis zum Ausscheidungstag am 06.04.01

⁴ Dr. Reiners hält 3.448 Aktien als Treuhänder.

10. Unternehmenskalender:

20.10.2001	Börsentag, Hamburg
28.11.2001	Neun-Monats-Bericht 2001

11. Impressum

Travel24.com AG

Weinstrasse 3
80333 München

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

Fax 089 - 37 90 95-55

Vorstand:

Marc Maslaton
Philip Kohler
Knut Wehner

Investor Relations:

Silke Siegel

Internet

E-Mail: ir@travel24.com
www.travel24.com

Buchungshotline:

01805-25 25 60
E-Mail: info@travel24.com