

Bericht zum 1. Halbjahr 2003



Inhalt

1. Kennzahlen im Überblick	3
2. Vorwort	4
3. Geschäftsentwicklung	
Reisevermittlung	5
Technologie	6
Pressestimmen	7
4. Geschäftsergebnis	8
5. Ausblick	9
6. Konsolidierter Konzernzwischenabschluss zum 30. Juni 2003	
Konsolidierte Konzernbilanz	10
Konsolidierte Gewinn- und Verlustrechnung	12
Konzern-Kapitalflussrechnung	13
Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung	14
7. Erläuterungen zum Zwischenbericht	15
8. Wertpapierbestände Vorstand und Aufsichtsrat	17
9. Unternehmenskalender	18
10. Impressum	18

1. Kennzahlen im Überblick

	1. Januar - 30. Juni	
	2003	2002
	€ 000	€ 000
vermittelter Reiseumsatz	10.172	10.104
Umsatzerlöse	1.714	2.032
EBITDA	-704	-4.476
EBIT	-796	-4.691
Konzernjahresfehlbetrag	-783	-4.661
Ergebnis je Aktie (in €)	-0,08	-0,46
Cash Flow operativ	-998	-4.363
Mitarbeiter (Anzahl; per 30.06.)	72	77

2. Vorwort

Sehr geehrte Damen und Herren, liebe Aktionäre, Kunden, Mitarbeiter und Geschäftspartner,

das zweite Quartal 2003 konnte mit einem positiven Ergebnis abgeschlossen werden. Erzielt wurde es durch steigende Online-Umsätze. Auch wenn der touristische Markt nach wie vor in einer Krise steckt und sich die stationären Reisebüros mit einer anhaltenden Buchungszurückhaltung konfrontiert sehen, verzeichnet der Online-Reisemarkt weitere Zuwächse. Travel24.com nimmt an diesem Wachstum teil, zum einen durch die stark positionierte Marke, zum anderen durch die Verbesserungen der Buchungssaplikationen und des neugestalteten Internetauftritts.

Auch das Tochterunternehmen Buchungsmaschine AG, das zu den Marktführern im Bereich der Programmierung und des Vertriebs touristischer Buchungstechnologie gehört, entwickelt sich ebenfalls gut, da immer mehr Non Travel- oder auch Travel-Unternehmen, die im Online-Reisebereich tätig werden wollen, auf unsere Buchungstechnologie zurückgreifen.

Die ordentliche Hauptversammlung am 21. August 2003 in München war ein wichtiges Ereignis. Vorstand und Aufsichtsrat wurden mit überwältigender Mehrheit entlastet. Ich möchte mich an dieser Stelle für das entgegengebrachte Vertrauen bedanken.

Ihr



Marc Maslaton
Vorstandssprecher Travel24.com AG

München, im August 2003

3. Geschäftsentwicklung

Reisevermittlung

Travel24.com vermittelt Reisen und einzelne touristische Bausteine. Aus dem umfangreichen und unabhängigen Angebot kann der Kunde seinen individuellen Urlaub zusammenstellen. Namhafte Reiseveranstalter, Fluglinien, Mietwagen, Hotels, Charter- und Last Minute-Reisen, Wellness-, Sport- und Tauchreisen, Kreuzfahrten, Campingplätze, Fähren, Tickets u.v.m. sind bei Travel24.com buchbar. Reiseinformationen runden das Produktangebot ab, der Vertrieb erfolgt online, telefonisch und via stationärem Reisebüro.

Internet

Ende Mai wurden die Seiten www.travel24.com einem Relaunch unterzogen. Die Ziele: Übersichtlichkeit, einfache Handhabung und größtmögliche Aktualität der Angebote. Eine aufgeräumte Optik und prägnante Farbakzente unterstützen dies. Der Kunde gelangt durch die ‚Reiter‘ der Menüleiste schneller als bisher zu den einzelnen Angebotsgruppen und somit zur Buchung. Auf der technischen Seite wird die Aktualität der Angebote durch die Möglichkeit, laufend neue Last Minute-Angebote einzuspielen, gewährleistet. Der Relaunch ist bereits auf ein positives Echo der Medien gestoßen. Die Zeitschrift ‚Reise&Preise‘ (3/2003, S. 90ff) testete die wichtigsten Last Minute-Portale und urteilte über Travel24.com: „Übersichtlichste Seite im Test, einfache Suche“.

Ebenfalls integriert wurde ein Suchagent, der jeden Nachmittag Last Minute-Angebote, die einer individuellen Auswahl entsprechen, per E-Mail an den Kunden sendet. Dieser Service wird von den Kunden sehr gut angenommen. Nachgefragt werden hier vor allem die Zielgebiete Balearen, Türkei und Griechenland, aber auch Tunesien gehört wieder zu den Top Ten-Urlaubsgebieten.

Der Bereich Ticket-Verkauf wurde mit einem exklusiven Zugang zur kurzfristigen Restplatzvermarktung erweitert. Lieferant ist Topevents24, unser Kooperationspartner für Tickets&Events. Online-Rabatte werden seit Juli auch für Legoland-Eintrittskarten gewährt.

Der Trend zu erdgebundenen Reisen hält an und passend dazu hat Travel24.com das Angebot an online buchbaren Ferienhäusern mit dem Partner E-Domizil gezielt erweitert. Insgesamt kann der Kunde aus einem breiten Angebot an Ferienwohnungen, die von E-Domizil, Novasol und Euro Relais bereitgestellt werden, auswählen.

Abrufzahlen Internet

Die Abrufzahlen bleiben auf einem hohen Niveau. Sowohl die Page Impressions (24,1 Mio.) als auch die Visits (knapp 2,2 Mio.) können sich im ersten Halbjahr 2003 gegenüber dem Vorjahreszeitraum behaupten. Auf Quartalsbasis stiegen die Page Impressions in 2003 (11,2 Mio.) um knapp 5% im Vergleich zum Vorjahresquartal. Die Verweildauer liegt bei durchschnittlich 14 Minuten.

Markenbekanntheit

Als starke Online-Marke und über das High Interest-Produkt Reise ist Travel24.com ein interessanter Kooperationspartner für verschiedene Promotionaktionen. Das Marketing der Travel24.com AG konzentriert sich bei seinen Aktionen auf bekannte Offline-Marken mit hoher Zielgruppenaffinität für eine maximale Imagewirkung am Point of Sale (PoS). Im zweiten Quartal generierte Travel24.com gemeinsam mit solchen Marken ausschließlich über Reise-Sponsoring über 100 Mio. Kontakte über klassische Medien (Funk, Plakat, Print) sowie über direkte PoS-Promotion (Flyer, Gewinnspielkarten, Dispenser etc.). Insgesamt beteiligten sich mehr als 33.000 Personen an den verschiedenen Gewinnspielen, bei denen es als Hauptpreis jeweils Reisen mit Travel24.com zu gewinnen gab. Zu den Kooperationspartnern gehörte die Softdrink-Marke deit (Lebensmitteleinzelhandels-Kampagne „Wegträumen + gewinnen“), die Garant Schuh + Mode AG (Schuheinzelhandelskampagne „Wir schicken Sie in den Urlaub“) sowie Leibniz, Minolta, Tom Tailor und Lenscare mit der gemeinsamen Crossmarketing-Kampagne „Ich packe meinen Koffer“.

Wegträumen + gewinnen.

Mit deit in die Karibik!



Was genießen Sie aus purer Lust am Leicht-Sinn?

Bier deit Kamillentee

Falls Sie gewinnen: Wohin würden Sie sich am liebsten träumen?



Kreuzfahrt durch die Karibik



Inselhopping in der Karibik



Cluburlaub in der Karibik

Aus purer Lust am Leicht-Sinn!

In Kooperation mit **travel24.com**
Urlaub zum Greifen nah.

nimm's **deit**

Von den Printmedien wird Travel24.com als eines der bekanntesten und etablierten Reiseportale wahrgenommen. Besonders die Spezialangebote (Wellness, Kreuzfahrten etc.) auf den Seiten stoßen auf großes Interesse. Travel24.com lieferte im Juni dem Magazin ‚Focus‘ zehn exklusive und buchbare Reisen zu der Titelstory „Urlaub 2003: Jetzt noch schnell weg.“ Zu den Angeboten zählten u.a. das Chateau d’Embry in Frankreich und das Jagdhaus Corrievarkie Lodge in Schottland.

Technologie

Das Tochterunternehmen Buchungsmaschine AG stellt die Technologie der Travel24.com AG bereit. Die im Rahmen der Restrukturierung durchgeführte Zusammenführung der IT-Abteilungen der Travel24.com AG und der Buchungsmaschine AG hatte hohe Synergieeffekte zur Folge.

Die Buchungsmaschine AG bedient zudem einen eigenen Kundenstamm. Neben vielen Reisebüros gehören dazu Portale wie freenet.de. Im zweiten Quartal konnte u.a. das Studentenportal unister-reisen.de als Neukunde gewonnen werden.

Den Reisebüros und Portalen wurden die neuen Produkte Last Minute-Modul, Schaufenster-Tool und die GIF-Factory ausgeliefert. Das Last Minute-Modul enthält Last Minute- und Kurzfrist-Reisen (bis zwölf Wochen vor Abreise) und eine Charterflug-Kurzfrist-Datenbank. Die Veranstalterdaten werden mehrmals pro Tag im laufenden Betrieb aktualisiert und gewähren eine größtmögliche Aktualität der Angebote. Weiterempfehlung der Angebote, Merktzettel-Funktion, Anfragen an ein Callcenter, individuelle Layoutgestaltung, Suchagent u.v.m. erhöhen den Komfort der Angebotssuche erheblich.

Ein Schaufenster-Tool, in dem ausgewählte Last Minute-Reisen automatisch im individuellen Layout präsentiert werden, kann ebenfalls eingebunden werden. Mit der GIF-Factory vereinfachen sich die Werbemöglichkeiten für die Kunden der Buchungsmaschine AG. Einzelne Angebote werden als individuelle GIF-Datei (Standard-Werbeform) automatisch erstellt und können einfacher als bisher bei Werbepartnern eingebunden werden.

In der zweiten Jahreshälfte werden die Datenbank Charterflug-Langfrist und der Tourfinder komplett überarbeitet.

Pressestimmen

Super Illu

Mittwoch, 18. Juni 2003

„Besonderheit bei Travel24.com: Sie können auch Kreuzfahrten und Wellnessreisen buchen. Dazu gibt's Wetterberichte und Routenplaner.“



Computer Bild

Montag, 16. Juni 2003

„100 neue Internet-Adresen: www.travel24.com - Last-Minute-Angebote per E-Mail zusenden lassen.“



Chip

Donnerstag, 5. Juni 2003

„Großes Reisebüro mit Stärken bei Pauschalreisen. Ansprechende Optik, ständig aktuelle Angebote, große Auswahl, in Europa können Campingplätze gebucht werden, weltweite Verfügbarkeit von Mietwagen.“



Computer Bild

Montag, 19. Mai 2003

„100 neue Internet-Adressen: www.travel24.com - Jetzt auch Kreuzfahrten und Fähren buchbar.“



Super TV

Donnerstag, 15. Mai 2003

„Reisen basteln. Schnell, sicher - und preiswert: Urlauber stellen sich ihre individuelle Traumreise Stück für Stück über das Internet zusammen. Portale wie Travel24.com suchen aus einer Datenbank mit allen verfügbaren Linien- und Charterflügen den günstigsten heraus - und finden auch passende Hotels.“



Börse online

Donnerstag, 15. Mai 2003

„Surftipps für Reiselustige: www.travel24.com - Börsennotiertes Online-Reisebüro: Flüge, Mietwagen, Ferienhäuser, Pauschal- und Last-Minute-Reisen. Neu: Kreuzfahrten.“



Focus Money

Donnerstag, 8. Mai 2003

„Wer seine Reisen auf eigene Faust organisiert, ist bei Reiseportalen im Internet gut aufgehoben: Sie vergleichen die Preise für Flüge, Hotels und Mietwagen und suchen nach dem jeweils günstigsten Angebot. Die beste Adresse: www.travel24.com.“



Capital

Mittwoch, 20. April 2003

„Der neueste Trend: Reisen nach dem Baukastenprinzip. Portale wie Travel24.com suchen aus einer Datenbank mit allen verfügbaren Linien- und Charterflügen den günstigsten heraus. Dann stellen die Kunden individuell ihr optimales Urlaubspaket zusammen: Hotelzimmer, Mietwagen, Gourmetangebote, Sportveranstaltungen, Wellness.“



Fliegen & Sparen

Freitag, 11. April 2003

„Test Flugtickets online - Travel24 legt viel Wert auf Service: So können Sie sich auf Wunsch vom Anbieter zurückrufen lassen und sparen Telefonkosten.“



4. Geschäftsergebnis

e-Travel

In den letzten Jahren wurde die Travel24.com AG oft für die optimistische Beurteilung des e-Travel-Marktes kritisiert. Diese positive Markteinschätzung erweist sich als zutreffend. Der gesamteuropäische e-Travel-Umsatz lag in 2002 laut einer Studie von PhoCus Wright bei € 7,57 Mrd. Für 2005 werden € 27,5 Mrd. prognostiziert. Der deutsche Anteil liegt bei ca. 11%. Jeder fünfte Euro im e-Commerce wird nach einer Studie der Ulysses Management-Beratung zum Thema Webtourismus für Online-Reisen ausgegeben. Damit ist der Tourismus als Branche der größte Online-Umsatztreiber und liegt noch vor den Branchen Bekleidung und PC. Auch das Deutsche Institut für Wirtschaftsforschung (DIW) betont die Bedeutung des Internets als Wirtschaftsfaktor. Die virtuellen Reiseanbieter haben erhebliche Wachstumspotenziale, wobei die Markenbekanntheit in wesentlichem Umfang zur Umsatzentwicklung beiträgt. Durch seine Bekanntheit und permanente Verbesserungen an den Buchungssaplikationen besteht für Travel24.com die Möglichkeit, an diesem Wachstum teilzuhaben.

Umsatz

Der vermittelte Reiseumsatz belief sich im ersten Halbjahr des laufenden Geschäftsjahres auf € 10,2 Mio. und lag somit geringfügig über den um die nicht fortgeführten Aktivitäten bereinigten Vorjahreswert. Entscheidend im Vergleich mit den Vorjahreswerten sind zum einen die Auswirkungen des Kriegs im Irak und der SARS-Seuche, die sich zu Lasten der stationären Vertriebskanäle in stagnierenden und teilweise rückläufigen Geschäftsvolumina widerspiegeln, zum anderen die fortwährende Umsatzverlagerung zu Gunsten der über das Internet vermittelten Reiseleistungen.

Diese Entwicklung erstreckt sich ebenfalls auf die Nettoumsatzerlöse, wenngleich die im stationären Bereich erlittenen Provisionseinbußen im zweiten Quartal des laufenden Geschäftsjahres nicht vollumfänglich durch die Zuwächse der Online-Aktivitäten aufgefangen werden konnten. Auch hier wird im Vorjahresvergleich auf die Bereinigung der Darstellung um nicht fortgeführte Aktivitäten sowie auf die Berücksichtigung der Veränderungen im Konsolidierungskreis verwiesen.

Ergebnis

Der Konzernfehlbetrag verringerte sich um € 3,9 Mio. auf € -0,8 Mio. im ersten Halbjahr des laufenden Geschäftsjahres gegenüber dem vergleichbaren Vorjahreszeitraum. Maßgeblich auf die Verringerung der ausgewiesenen Verluste wirken sich die um € 2,0 Mio. auf € 1,3 Mio. gesenkten allgemeinen und Verwaltungskosten sowie die von € 1,4 Mio. auf € 0,1 Mio. reduzierten Fehlbeträge aus nicht fortgeführten Aktivitäten aus.

Parallel hierzu konnten die Verluste auf Ebene des EBIT (€ -0,8 Mio.; Vorjahreszeitraum 2002: € -4,7 Mio.) und des EBITDA (€ -0,7 Mio.; Vorjahreszeitraum 2002: € -4,5 Mio.) um über 80% im Vergleich zu den jeweiligen Ergebnissen des ersten Halbjahres 2002 reduziert werden.

Der Verlust je Aktie beträgt für das erste Halbjahr des laufenden Geschäftsjahres € -0,08 und bleibt somit unverändert gegenüber dem im ersten Quartal gemeldeten Wert - bedingt durch das ausgeglichene Ergebnis im zweiten Quartal 2003. Im ersten Halbjahr 2002 wurde der Verlust je Aktie noch mit € -0,46 beziffert, wovon alleine € -0,27 auf den im zweiten Quartal des Vorjahres ausgewiesenen Verlust entfällt.

Kosten

Die im ersten Quartal hervorgehobene Verringerung der Kosten gegenüber dem Vorjahreszeitraum setzte sich im zweiten Quartal 2003 fort. So konnten abermals im Vergleich zum ersten Halbjahr 2002 die Gesamtkosten um € 2,9 Mio. auf knapp unter € 3,0 Mio. reduziert werden; auch in der Gegenüberstellung mit dem Vorquartal des laufenden Geschäftsjahres konnten die Kosten um knapp € 0,3 Mio. auf € 1,3 Mio. im zweiten Quartal 2003 verringert werden - dies bei gleichzeitiger Steigerung der Effizienz der Marketingausgaben (gemessen an den für jede Buchung eingesetzten Werbemitteln).

Liquidität

Der per 30. Juni 2003 gemeldete Liquiditätsbestand in Höhe von € 0,8 Mio. verringerte sich nur geringfügig gegenüber dem per 31. März 2003 ausgewiesenen Betrag. Die aus betrieblicher Tätigkeit eingesetzten Zahlungsmittel wurden durch die Aufnahme langfristiger Darlehen gedeckt.

Insgesamt verzeichnete die zur Finanzierung der betrieblichen Tätigkeit eingesetzte Liquidität einen Rückgang um € 3,4 Mio. auf knapp unter € 1,0 Mio. im ersten Halbjahr 2003 gegenüber dem vergleichbaren Vorjahreszeitraum.

Investitionen

Es wurden keine nennenswerten aktivierungspflichtigen Investitionen im ersten Halbjahr 2003 getätigt.

Personal

Die Travel24.com-Gruppe beschäftigte zum 30. Juni 2003 insgesamt 72 Mitarbeiter; dies entspricht 63,2 Vollzeitbeschäftigten zum Quartalsstichtag (alle Angaben jeweils ohne Vorstände).

5. Ausblick

Travel24.com hat die letzten Monate genutzt, den Internetauftritt und die dahinter stehende Technologie zu verbessern. Steigende Umsätze und sinkende Kosten haben ein positives zweites Quartal generiert. Mit der Fokussierung auf die Kernbereiche Online-Reisevermittlung und Erstellung von Buchungstechnologien wird die Travel24.com AG am weiteren Wachstum des e-Travel-Marktes teilhaben. Ziel ist es, ein nachhaltig profitables Unternehmen zu werden und den jetzigen Marktanteil von über drei Prozent weiter zu steigern.

Einen wesentlichen Beitrag zur Finanzierung der Aktivitäten der Gesellschaft sowie zur Realisierung der obigen Zielsetzung wird die Anfang Juli 2003 gemeldete Begehung der Wandelschuldverschreibung in einer Gesamthöhe von nominal € 4,3 Mio. leisten.

6. Konsolidierter Konzernzwischenabschluss zum 30. Juni 2003

Konsolidierte Konzernbilanz zum 30. Juni 2003, Zahlen nach US-GAAP

AKTIVA	30. Jun. 2003	31. Dez. 2002
	€ 000	€ 000
kurzfristige Vermögensgegenstände		
liquide Mittel und Wertpapiere des Umlaufvermögens	759	939
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	330	424
Rechnungsabgrenzungsposten und sonstige kurzfristige Vermögensgegenstände	594	272
kurzfristige Vermögensgegenstände, gesamt	1.683	1.635
langfristige Vermögensgegenstände		
Sachanlagevermögen	136	175
immaterielle Vermögensgegenstände	195	243
Geschäfts- oder Firmenwerte	609	609
nach der Equity-Methode bilanzierte Finanzanlagen	617	617
Ausleihungen	339	345
sonstige Vermögensgegenstände	3	3
langfristige Vermögensgegenstände, gesamt	1.899	1.993
AKTIVA, gesamt	3.582	3.628

PASSIVA	30. Jun. 2003	31. Dez. 2002
	€ 000	€ 000
kurzfristige Verbindlichkeiten		
kurzfristige Darlehen und kurzfristiger Anteil an langfristigen Darlehen (Verblk. ggü. Kreditinstituten)	0	17
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	1.201	994
Rückstellungen	2.040	2.748
sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	783	333
kurzfristige Verbindlichkeiten, gesamt	4.024	4.092
langfristige Verbindlichkeiten		
langfristige Darlehen	805	0
langfristige Finanzleasingverpflichtungen	0	0
Umsatzabgrenzungsposten	0	0
latente Steuern	0	0
Pensionsrückstellungen	0	0
langfristige Verbindlichkeiten, gesamt	805	0
Minderheitenanteile	0	0
Eigenkapital		
gezeichnetes Kapital	10.473	10.473
Kapitalrücklage	62.299	62.655
eigene Anteile	0	(356)
Vergütung aus Aktienoptionen	(58)	(58)
Konzernbilanzverlust	(73.961)	(73.178)
Eigenkapital, gesamt	(1.247)	(464)
PASSIVA, gesamt	3.582	3.628

Konsolidierte Gewinn- und Verlustrechnung vom 1. Januar bis 30. Juni, Zahlen nach US-GAAP

	2. Quartal		1. Januar - 30. Juni	
	2003 € 000	2002 € 000	2003 € 000	2002 € 000
Umsatzerlöse	867	1.261	1.714	2.032
Herstellungskosten	(97)	(122)	(202)	(266)
Bruttoergebnis vom Umsatz	770	1.140	1.512	1.765
betriebliche Aufwendungen				
Vertriebs- und Marketingkosten	(672)	(1.171)	(1.479)	(2.289)
allgemeine und Verwaltungskosten	(571)	(2.439)	(1.294)	(3.296)
Abschreibungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte	0	0	0	(35)
Abschreibungen auf Sachanlagen (und immaterielle Vermögensgegenstände)	(43)	(90)	(92)	(180)
betriebliche Aufwendungen, gesamt	(1.287)	(3.699)	(2.865)	(5.801)
Betriebsergebnis	(517)	(2.559)	(1.353)	(4.036)
sonstige Erlöse / Aufwendungen				
Zinserträge / -aufwendungen	8	4	11	32
Erträge / Aufwendungen aus nach der Equity-Methode bilanzierten Finanzanlagen	0	32	0	32
sonstige Erlöse / Aufwendungen	514	389	692	279
sonstige Erlöse / Aufwendungen, gesamt	522	425	703	343
Ergebnis aus ordentlicher Geschäftstätigkeit vor Steuern und Discontinued Operations	5	(2.134)	(650)	(3.693)
Steuern vom Einkommen und Ertrag	(0)	(1)	2	(1)
außerordentliche Erträge / Aufwendungen	0	392	0	392
Ergebnis aus ordentlicher Geschäftstätigkeit vor Discontinued Operations	5	(1.743)	(648)	(3.302)
Fehlbetrag aus Discontinued Operations	0	(980)	(135)	(1.359)
Jahresfehlbetrag	5	(2.723)	(783)	(4.661)

Ergebnis je Aktie	2. Quartal		1. Januar - 30. Juni	
	2003 € 000	2002 € 000	2003 € 000	2002 € 000
gewichteter Durchschnitt der im Umlauf befindlichen Aktien (unverwässert / verwässert; Anzahl)	10.390.419	10.267.981	10.382.200	10.182.647
Ergebnis je Aktie (unverwässert / verwässert; in €)	0,00	-0,27	-0,08	-0,46
Ergebnis je Aktie (vor Discontinued Operations; in €)	0,00	-0,17	-0,06	-0,32
gezahlte Ausschüttung	0	0	0	0

Konzern-Kapitalflussrechnung vom 1. Januar bis 30. Juni

	1. Januar - 30. Juni	
	2003 € 000	2002 € 000
1. Cash Flow aus betrieblicher Tätigkeit:		
Fehlbetrag des Berichtszeitraums	(783)	(4.661)
Anpassungen zur Überleitung des Fehlbetrages zum Cash Flow aus betrieblicher Tätigkeit:		
- Abschreibungen	92	215
- Zunahme / Abnahme der Rückstellungen und Wertberichtigungen	(708)	(61)
- Gewinn / Verlust aus dem Abgang von Anlagevermögen (i. Vj. durch Veränderung des Konsolidierungskreises)	0	161
- Veränderung des Nettoumlaufvermögens	430	(18)
aus betrieblicher Tätigkeit eingesetzte Zahlungsmittel	(969)	(4.363)
2. Cash Flow aus der Investitionstätigkeit:		
- Erwerb von Anlagevermögen	(6)	0
- Erlöse aus dem Verkauf von Anlagevermögen	7	0
für Investitionen eingesetzte Zahlungsmittel	1	0
3. Cash Flow aus der Finanzierungstätigkeit:		
- Einzahlungen aus der Aufnahme von kurz- oder langfristigen Darlehen	805	0
aus der Finanzierungstätigkeit erzielte Zahlungsmittel	805	0
Verminderung der liquiden Mittel	(163)	(4.363)
liquide Mittel zu Beginn der Periode	922	6.455
liquide Mittel am Ende der Periode	759	2.092

Anmerkung:

In dieser Kapitalflußrechnung werden die liquiden Mittel 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.

Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung vom 1. Januar bis 30. Juni

in € 000, Ausnahme Angaben in Aktien

	Anzahl ausgegebene Aktien	Grundkapital Vorzugsaktien	Grundkapital Stammaktien	eigene Aktien	Kapital- rücklage	Vergütung aus Aktienoptionen	Neubewertungs- rücklage	Bilanz- verlust	Gesamt
Stand 31.12.2001	10.472.606	0	10.473	-1.383	63.572	-232	0	-66.198	6.232
Kapitalerhöhung gegen Sacheinlage (aus dem Genehmigten Kapital II)									
Nettoerwerb eigener Aktien									
Bildung und teilweise Abgrenzung für Vergütungen aus Aktienoptionen									
Kreditorenvergütung in Aktien				238					238
Fair Value-Bewertung von Wertpapieren									
nachträgliche Korrektur der Einlage bei Erwerb von Tochtergesellschaften gegen Gewährung von Anteilen									
Jahresfehlbetrag								-4.661	-4.661
Stand 30.06.2002	10.472.606	0	10.473	-1.145	63.572	-232	0	-70.859	1.808
Stand 31.12.2002	10.472.606	0	10.473	-356	62.655	-58	0	-73.178	-464
Kapitalerhöhung gegen Sacheinlage (aus dem Genehmigten Kapital II)									
Nettoerwerb eigener Aktien									
Bildung und teilweise Abgrenzung für Vergütungen aus Aktienoptionen				356	-356				0
Kreditorenvergütung in Aktien									
Fair Value-Bewertung von Wertpapieren									
nachträgliche Korrektur der Einlage bei Erwerb von Tochtergesellschaften gegen Gewährung von Anteilen									
Jahresfehlbetrag								-783	-783
Stand 30.06.2003	10.472.606	0	10.473	0	62.299	-58	0	-73.961	-1.247

7. Erläuterungen zum Zwischenbericht

Konsolidierungskreis

Konsolidierte Gesellschaften	Beteiligungsquote
Travel24 GmbH, Eching	100%
Buchungsmaschine AG, Hamburg	100%
xsnet Gesellschaft für Multimediale Informationssysteme mbH, München	100%
Tii Community GmbH, München	100%
at equity konsolidiert	
Munckhof Business Travel B.V., Venlo / Niederlande	49%

Rechnungslegungsgrundsätze

Die Gliederung der Konzernbilanz für den Bericht über die ersten sechs Monate 2003 erfolgt in Anlehnung an die Bilanzierungsrichtlinien nach US-GAAP. Die Gewinn- und Verlustrechnung des Konzerns wurde nach dem Umsatzkostenverfahren aufgestellt. Durch die Einstellung, Veräußerung bzw. Aufgabe einzelner Aktivitäten und Geschäftsbereiche mussten die im vorliegenden Abschluss dargestellten Vorjahreszahlen gemäß US-GAAP an die Veränderungen im Konsolidierungskreis angepasst werden. Die Ergebnisse bzw. Ergebnisauswirkungen der nicht fortgeführten Aktivitäten (Discontinued Operations) werden separat ausgewiesen.

Erläuterungen zur Bilanz

Die Bilanzsumme blieb im Vergleich zum 31. Dezember 2002 mit einer Verringerung um € 0,05 Mio. auf € 3,58 Mio. nahezu unverändert. Durch Inanspruchnahme bzw. Auflösung konnten die zum 31. Dezember 2002 gebildeten Rückstellungen um € 0,7 Mio. auf € 2,0 Mio. reduziert werden. Gleichzeitig stiegen die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie die sonstigen kurzfristigen Verbindlichkeiten um insgesamt € 0,7 Mio. auf € 2,0 Mio. an.

Die Travel24.com AG hat sich im abgelaufenen Halbjahr 2003 im wesentlichen über Eigenkapital bzw. durch die aus dem Börsengang realisierten Mittel finanziert. Darüber hinaus wurde die Finanzierung der Geschäftstätigkeit über ein Darlehen in einer Höhe von € 0,8 Mio. ergänzt.

Latente Steuern wurden nicht berücksichtigt. Aufgrund der konservativen Bilanzierungsannahme, dass Verlustvorträge voraussichtlich steuerlich nicht genutzt werden, erfolgte die Verrechnung der Aufwendungen für Eigenkapitalbeschaffung in voller Höhe des Bruttobetragtes. Eine Verminderung um zuzuordnende Ertragssteuern erfolgte damit nicht.

Segmentberichterstattung

Segmentsdarstellung zum 30.06.2003	Travel Marketing & Distribution	Travel Technology	Elimi- nierungen	Travel24- Konzern
	€ 000	€ 000	€ 000	€ 000
Außenumsätze	994	720		1.714
konzerninterne Umsätze	0	1	-1	0
Umsätze gesamt	994	721	-1	1.714
operatives Ergebnis	-704	54	0	-650
Aktiva	6.849	904	-4.171	3.582
Abschreibungen	56	36	0	92

Segmentsdarstellung zum 30.06.2002	Travel Marketing & Distribution	Travel Technology	Elimi- nierungen	Travel24- Konzern
	€ 000	€ 000	€ 000	€ 000
Außenumsätze	1.419	613		2.032
Konzerninterne Umsätze	216	257	-473	0
Umsätze gesamt	1.635	870	-473	2.032
operatives Ergebnis	-5.298	-994	2.599	-3.693
Aktiva	14.089	1.303	-6.540	8.853
Abschreibungen	94	122	-2	215

Ergebnis je Aktie

Das Ergebnis je Aktie wird ermittelt, indem das Ergebnis des Berichtszeitraums durch die gewichtete Durchschnittszahl der ausgegebenen Aktien dividiert wird.

Ergebnis je Aktie	2. Quartal		1. Januar - 30. Juni	
	2003	2002	2003	2002
	€	€	€	€
gewichteter Durchschnitt der im Umlauf befindlichen Aktien (unverwässert / verwässert; Anzahl)	10.390.419	10.267.981	10.382.200	10.182.647
Ergebnis je Aktie (unverwässert / verwässert; in €)	0,00	-0,27	-0,08	-0,46
Ergebnis je Aktie (vor Discontinued Operations; in €)	0,00	-0,17	-0,06	-0,32
gezahlte Ausschüttung	0	0	0	0

Cash Flow aus betrieblicher Tätigkeit

In den ersten sechs Monaten des laufenden Geschäftsjahres betrug der Cash Flow aus der betrieblichen Tätigkeit knapp € -1,0 Mio. Die aus betrieblicher Tätigkeit eingesetzten Zahlungsmittel wurden vorrangig durch die Aufnahme langfristiger Darlehen gedeckt.

Cash Flow aus der Investitionstätigkeit

Die Investitionstätigkeit im ersten Halbjahr 2003 hatte keinen wesentlichen Einfluss auf die Konzernliquidity.

Cash Flow aus der Finanzierungstätigkeit

Durch die Aufnahme eines langfristigen Darlehens flossen der Travel24.com AG im Laufe des ersten Halbjahres 2003 liquide Mittel in einer Gesamthöhe von € 0,8 Mio. zu.

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. Im ersten Halbjahr 2003 wurden von der Gesellschaft keine eigenen Aktien erworben; der per 31. März 2003 gemeldete Bestand an namenslosen Stückaktien von 98.625 Stück wurde im zweiten Quartal des laufenden Geschäftsjahres vollumfänglich veräußert. Die Travel24.com AG hält demzufolge per 30. Juni 2003 keine eigenen Aktien.

8. Wertpapierbestände Vorstand und Aufsichtsrat

	Aktien	Optionen
Vorstand		
Marc Maslaton	317.520	
Philip Kohler		30.000
Aufsichtsrat		
Andrea Wessels Bahlsen	23.823	
Joachim Semrau	0 ¹	
Christofor-Guillem Henn	135.074	
Dr. Armin Reiners	0 ²	
Hans-Joachim Richter	0	
Knut Wehner	86.673 ³	6.000

¹ Bestand inkl. Treuhandverflechtung: 43.000 Aktien

² Dr. Reiners hält 3.448 Aktien als Treuhänder

³ Bestand ohne treuhänderisch von Dritten gehaltene Stücke: 43.673 Aktien

Insgesamt hat die Gesellschaft 151.130 Aktienoptionen per 30. Juni 2003 ausgegeben. Hiervon entfallen gemäß obiger Darstellung 36.000 Optionen auf Organe der Gesellschaft, der Saldo in Höhe von 115.130 Optionen entfällt auf Mitarbeiter und leitende Angestellte der Travel24.com AG sowie der vollkonsolidierten Tochtergesellschaften Travel 24 GmbH und Buchungsmaschine AG.

9. Unternehmenskalender

28. November 2003	Veröffentlichung Neun-Monats-Bericht 2003
31. März 2004	Veröffentlichung Geschäftsbericht 2003
01. Juni 2004	Veröffentlichung Drei-Monats-Bericht 2004
31. August 2004	Veröffentlichung Halbjahresbericht 2004
30. November 2004	Veröffentlichung Neun-Monats-Bericht 2004

10. Impressum

Herausgeber

Travel24.com AG
Motorstraße 56
D-80809 München

WKN: 748750
ISIN: DE0007487506

Telefon: 089-25007-0
Telefax: 089-25007-1021
www.travel24.com

Kontakt

Investor Relations

Ansprechpartnerin: Sabine Fey
Hotline: 0800-T24AKTIE (0800-82425843)
Fax: 089-25007-1021
ir@travel24.com

Buchungen und Reiseservices

Hotline: 01805-252560
info@travel24.com