

Neun-Monats-Bericht 2003



Inhalt

1. Kennzahlen im Überblick	3
2. Vorwort	4
3. Geschäftsentwicklung	
Reisevermittlung	5
Technologie	6
Pressestimmen	6
4. Geschäftsergebnis	7
5. Ausblick	9
6. Konsolidierter Konzernzwischenabschluss zum 30. September 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. September	
	2003	2002
	€ 000	€ 000
vermittelter Reiseumsatz	18.076	16.338
Umsatzerlöse	2.822	3.610
EBITDA	-535	-5.046
EBIT	-670	-5.465
Konzernjahresfehlbetrag	-739	-4.953
Ergebnis je Aktie (in €)	-0,07	-0,48
Cash Flow operativ	-2.186	-4.525
Mitarbeiter (Anzahl; per 30.09.)	81	78

2. Vorwort

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

die Präsenz der Marke in der Wahrnehmung der potentiellen Kunden trägt wesentlich zum Erfolg eines Unternehmens bei. Travel24.com gehört zu den bekanntesten Online-Reisemarken. Mit speziellen Marketing-Aktionen wird Präsenz in den Offline-Medien erreicht. Die Kooperation mit der renommierten Zeitschrift ‚Abenteuer und Reisen‘, die in einem Mini-Abo an Kunden der Travel24.com abgegeben wurde, verleiht der Marke einen sympathischen Mehrwert. Reiselustige Offline-Kunden werden auf Travel24.com aufmerksam gemacht, mit dem Ziel der Online-Buchung ihres nächsten Urlaubs.

Durch die Beschlüsse der ordentlichen Hauptversammlung am 21. August 2003 wurde die Grundlage für eine Verbesserung der Finanzbasis geschaffen. Die Mittel werden im Frühjahr 2004 u.a. in eine Marketingoffensive fließen, die Kundenbindungsmaßnahmen und Online-Werbung zum Inhalt hat. Die Marke Travel24.com muss stark positioniert bleiben, um weiteres Umsatzwachstum zu generieren.

Ihr



Marc Maslaton
Vorstandssprecher Travel24.com AG

München, im November 2003

3. Geschäftsentwicklung

Reisevermittlung

Kernaufgabe der Travel24.com AG ist der Verkauf von Urlaubsreisen. Als unabhängiger Reisevermittler umfasst das Angebot das komplette Reiseprogramm: alle namhaften Veranstalter, Fluglinien, Hotels, Charter- und Last Minute-Reisen, Kreuzfahrten, Schiffsreisen, Mietwagen, Sport- und Wellnessreisen, Campingplätze, Fähren, Tickets u.v.m. Die Produkte sind online, telefonisch und offline - im Reisesbüro - buchbar. Durch Reiseinformationen wird der Online-Auftritt www.travel24.com abgerundet.

Internetauftritt

Der Relaunch im zweiten Quartal war sehr erfolgreich. Die umgestaltete Seite stößt auf breite Zustimmung und im dritten Quartal wurden nur kleinere Änderungen vorgenommen. Neu im Programm sind die Ferienhäuser von Wolters.

Der Internetauftritt www.travel24.com erfreut sich einer weiter anhaltenden hohen Akzeptanz: In den ersten neun Monaten des Jahres 2003 sind die Page Impressions (38,3 Mio.) um knapp 14% angestiegen, während die Visits mit 3,2 Mio. knapp unter Vorjahresniveau lagen. Auf Quartalsbasis nahmen die Page Impressions um über 2,5% auf 14,1 Mio. zu. Die durchschnittliche Verweildauer liegt im Jahresdurchschnitt bei über 13 Minuten und damit um 25% über dem Vorjahreswert.

Marketing

Nach der erfolgreichen Kooperation mit dem Reisemagazin ‚Globo‘ startete die Travel24.com AG im August 2003 ein neues Zeitschriftenprojekt mit der bekannten Reisezeitschrift ‚Abenteuer und Reisen‘. 3.500 ausgewählte Telefon-Kunden erhielten ein Mini-Abonnement über drei Ausgaben. Mit diesem Geschenk wurde den reiselustigen Offline-Kunden so richtig Lust auf Urlaub gemacht - der dann natürlich am besten online gebucht wird.

Der große Erfolg der Aktion bestärkte den Vorstand der Travel24.com AG, den Empfängerkreis auch auf ausgewählte Online-Kunden auszudehnen. Als Dankeschön für die "neue" Art des Buchens erhielten knapp 5.000 Kunden Anfang November eine entsprechende Ausgabe.

„Mit dem Versand einer bekannten Reisezeitschrift verleihen wir unserer Marke einen sympathischen Mehrwert und unterscheiden uns vom austauschbaren Online-Anbieter“, erklärt Marc Maslaton den Hintergrund der Marketingaktion. „Wann spricht denn die Familie über Urlaub - doch nicht vor dem PC. Deshalb ist es wichtig, auch in der Offline-Welt bei Reiseentscheidungen als Marke präsent zu sein.“ Eine Fortsetzung der Kooperation mit dem wdv-Verlag ist auch für 2004 geplant.

Mit der geplanten Budgeterhöhung im neuen Jahr wird eine gezielte Ausweitung der Online-Kampagnen die Marke Travel24.com weiter stärken. Hier bestimmt die Mitteleffizienz die Maßnahmenplanung: Die Mediaplaner haben strenge Vorgaben in Bezug auf Cost per Click und Conversion Rates, um den Marketing-Erfolg messen zu können.

In den Printmedien bleibt Travel24.com durch seine Qualität präsent. Spezielle Reisezeitschriften honorieren die Weiterentwicklungen des Internetauftritts und sprechen positive Empfehlungen aus. ‚Reise & Preise‘ (3/2003, S. 90ff) gab die Note ‚gut‘ und lobte die „übersichtlichste Seite im Test“. Das Magazin ‚Strand & Berge‘ sieht u.a. in der „ansprechenden Optik“ eine Stärke (4/2003, S. 104ff).

Technologie

Die Technologie der Travel24.com AG wird von dem Tochterunternehmen Buchungsmaschine AG, Hamburg, bereitgestellt. Die Systeme der Internet Travel Company Buchungsmaschine AG werden auch Reisebüros, Reisebüroketten / -kooperationen und Portalen als Grundlage für einen wirtschaftlich erfolgreichen Internetauftritt angeboten. Es handelt sich dabei um internet- und intranetbasierte Produkte, die die Implementierung aller wesentlichen touristischen Dienstleistungen auf den reisebüro- bzw. portaleigenen Homepages ermöglichen.

Mehr als 1.000 Reisebüros und 100 Internet-Portale nutzen mittlerweile die Module der Buchungsmaschine AG und das damit verbundene technische Know How. Auch die komplette Betreuung der Endverbraucherkunden durch das Online Service Center als Fulfillmentpartner wird von vielen nicht-touristischen Internetportalen genutzt. Zu den umsatzstärksten Portalen gehören sonnenklar.tv und freenet.de.

Neben der Neuentwicklung des Tourfinder-Moduls, das im vierten Quartal 2003 gelauncht werden soll, konzentrierte sich die Weiterentwicklung im dritten Quartal auf die Feinarbeit im BUMA2 Last Minute-Modul in Zusammenarbeit mit unseren Kunden. Dabei wurde ‚GEXX‘ als Billigairline im Charterflug-Kurzfristmodul und eine Flugzeitenanzeige eingebunden. Neben erweiterten Suchfunktionen und einer schnelleren Darstellung der Suchergebnisse wird die Schnellsuche als fertiges Modul für alle Reisebüros / Portale angeboten. Zur Serviceoptimierung wurde zusätzlich die Hilfefunktion im Administrationsbereich überarbeitet.

Pressestimmen

Freitag, 19. September 2003

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

The logo for 'Strand & Berge' features the text 'Strand & Berge' in white on a red rectangular background.

Donnerstag, 21. August 2003

„Wer träumt nicht davon: Einfach in den Flieger steigen und abheben in Richtung Strand. Das Reiseportal Travel24.com bringt Sie diesem Traum näher. Neben Last-Minute- und Pauschalreisen lassen sich Flüge, Hotels, Mietwagen oder Ferien-Appartements reservieren - und das klappt nach dem Relaunch der Seite jetzt deutlich einfacher.“

The logo for 'connect' features the text 'connect' in white on a blue rectangular background.

Freitag, 1. August 2003

„Auf seriöse Veranstalter achten. Dazu gehört im Internet www.travel24.com.“

The logo for 'Fernsehwoche' features the text 'Fernseh woche' in white on a red rectangular background.

Donnerstag, 17. Juli 2003

„Wertung: Die Auswahl auf dieser Seite ist sehr groß. Hinzu kommt, dass die Preise akzeptabel sind. Außerdem sind die Informationen über das Hotel sehr ausführlich.“

The logo for 'Wochenend' features the text 'Wochenend' in white on a red rectangular background.

Montag, 14 Juli 2003

„Note gut. Übersichtlichste Seite im Test, einfache Suche.“

The logo for 'REISE & PREISE' features the text 'REISE & PREISE' in white on a red rectangular background.

Freitag, 4. Juli 2003

„www.travel24.de Echte Last-Minute-Schnäppchen. Besonderheit: Kreuzfahrten, Wellness-Reisen und Stadthotels. Service: Wetterberichte und Routenplaner.“

The logo for 'Frau von Heute' features the text 'Frau von Heute' in white on a red rectangular background.

4. Geschäftsergebnis

e-Travel

Der Markt für Online-Reisen ist mittlerweile eine feste Größe im touristischen Reisemarkt geworden. Gingen in den letzten Quartalen die Umsätze im stationären Vertrieb zurück, entwickelten sich die Online-Buchungszahlen gegenläufig. Die Online-Reiseumsätze in Europa werden in den kommenden Jahren weiter steigen. Eine Studie von Phocus Wright prognostiziert für das Jahr 2005 einen europäischen e-Travel-Umsatz von € 27,5 Mrd. Ähnliche Zahlen werden auch von den großen Reiseveranstaltern genannt.

Auf Deutschland, dem Kernmarkt der Travel24.com AG, entfallen 11% des Gesamtumsatzes, womit Deutschland erheblich an der rasanten Entwicklung des e-Travel beteiligt sein wird. Bereits heute wird hier jeder fünfte Euro für Web-Tourismus ausgegeben, Tendenz weiter steigend (Ulysses-Web-Tourismus, Sommer 2003).

Auch die ACTA 2003 (Allensbacher Computer- und Technik-Analyse) stellt eine ‚verstärkte Dynamik bei der Internet-Nutzung‘ fest. Dabei liegen Abrufe für Informationen über verschiedene Reiseziele ganz vorn. Von den ermittelten Online-Nutzern probieren 75% häufig neue Internetseiten aus, 71% gehen meistens auf dieselben Seiten. Online gekauft haben 24,8% aller Online-Nutzer zwischen 14 und 64 Jahren Reisen. Der Reisemarkt gehört zu den Feldern mit überdurchschnittlichem Wachstum.

Mit dem Einstieg der Low-Cost-Carrier und dem Trend, Rabatte bei Online-Buchungen zu gewähren, wurde die Akzeptanz der Online-Reisebuchung stark gesteigert. Die Schwelle zur Buchung ist gesunken und die Travel24.com AG sieht in dieser Entwicklung eine Bestätigung ihres Geschäftsmodells. Mit verbesserten Angeboten und optimaler Technik steigert die Travel24.com AG ihre Chancen am Wachstumsmarkt e-Travel teilzuhaben und seinen Ansprüchen auf eine Spitzenposition in Deutschland gerecht zu werden.

Umsatz

Der vermittelte Reiseumsatz belief sich im ersten Halbjahr des laufenden Geschäftsjahres auf € 18,1 Mio. und lag somit um € 1,7 Mio. über dem um die nicht fortgeführten Aktivitäten bereinigten Vorjahreswert. Zwar konnten in den Hauptreisemonaten Juli bis September die durch Irak-Krieg und SARS-Seuche bedingten Umsatzrückgänge der ersten beiden Quartale zum Teil wieder aufgefangen werden; die in den Vorquartalen bereits hervorgehobene Verlagerung der Umsätze zu Lasten der stationären Vertriebskanäle hält ungebrochen an und konnte über die Generierung zusätzlicher, über das Internet vermittelter Reiseleistungen teilweise wieder kompensiert werden.

Dieser Trend ist ebenso relevant auf Ebene der Nettoumsatzerlöse, wo die im stationären Bereich erlittenen Provisionseinbussen der ersten neun Monate des laufenden Geschäftsjahres nicht vollumfänglich durch die Zuwächse der Online-Aktivitäten aufgefangen werden konnten, zudem auch der überproportionale Anstieg der Flugvermittlungsleistungen zu einer Verringerung der durchschnittlichen Provisionserlöse führte. 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 € 4,2 Mio. auf € -0,7 Mio. in den ersten neun Monaten des laufenden Geschäftsjahres gegenüber dem vergleichbaren Vorjahreszeitraum. Maßgeblich auf die Verringerung der ausgewiesenen Verluste wirken sich die um € 1,5 Mio. auf € 2,0 Mio. gesenkten allgemeinen und Verwaltungskosten, die um € 1,1 Mio. auf € 2,3 Mio. gesenkten Vertriebs- und Marketingkosten sowie die von € 2,5 Mio. auf € 0,1 Mio. reduzierten Fehlbeträge aus nicht fortgeführten Aktivitäten aus.

Parallel hierzu konnten die Verluste auf Ebene des EBIT (€ -0,7 Mio.; Vorjahreszeitraum 2002: € -5,5 Mio.) und des EBITDA (€ -0,5 Mio.; Vorjahreszeitraum 2002: € -5,0 Mio.) um annähernd 90% im Vergleich zu den jeweiligen Ergebnissen der ersten neun Monate 2002 reduziert werden.

Die für den Zeitraum 1. Juli bis 30. September 2003 ausgewiesenen sonstigen Erlöse in Höhe von € 0,6 Mio. setzen sich im wesentlichen aus der Auflösung von Rückstellungen zusammen sowie, in geringerem Umfang, aus Mieteinnahmen und Sachbezügen.

Der Verlust je Aktie beläuft sich per 30. September 2003 auf € -0,07 und verringert sich geringfügig gegenüber dem zum Halbjahr gemeldeten Wert - bedingt durch das leicht positive Ergebnis im dritten Quartal 2003. Im vergleichbaren Vorjahreszeitraum wurde der Verlust je Aktie noch mit € -0,48 beziffert.

Kosten

Die in den Vorquartalen hervorgehobene Verringerung der Kosten gegenüber dem Vorjahreszeitraum setzte sich im dritten Quartal des laufenden Geschäftsjahres fort. So beliefen sich die Gesamtkosten per 30. September 2003 auf knapp € 4,6 Mio. und lagen damit um € 2,6 Mio. unter dem vergleichbaren - und um nicht fortgeführte Aktivitäten bereinigten - Wert der ersten neun Monate des Vorjahres. Der Anstieg der Gesamtkosten um rd. € 0,2 Mio. auf € 1,6 Mio. im dritten Quartal 2003 gegenüber dem Vorquartal des laufenden Geschäftsjahres ist im wesentlichen auf den in den Monaten Juli bis September verzeichneten Anstieg der Geschäftstätigkeit sowie auf die im August 2003 durchgeführte Hauptversammlung der Travel24.com AG zurückzuführen.

Liquidität

Der per 30. September 2003 gemeldete Liquiditätsbestand in Höhe von € 0,5 Mio. verringerte sich um rd. € 0,2 Mio. gegenüber dem per 30. Juni 2003 ausgewiesenen Betrag. Die aus betrieblicher Tätigkeit eingesetzten Zahlungsmittel wurden durch die Aufnahme langfristiger Darlehen bzw. das Begeben einer Wandelschuldverschreibung gedeckt.

Insgesamt verzeichnete die zur Finanzierung der betrieblichen Tätigkeit eingesetzte Liquidität einen Rückgang um € 2,3 Mio. auf knapp unter € 2,2 Mio. in den ersten neun Monaten des laufenden Geschäftsjahres gegenüber dem vergleichbaren Vorjahreszeitraum.

Investitionen

Es wurden keine nennenswerten aktivierungspflichtigen Investitionen in den ersten neun Monaten des laufenden Geschäftsjahres getätigt.

Personal

Zum 30. September 2003 beschäftigte die Travel24.com-Gruppe 81 Mitarbeiter; dies entspricht 59,1 Vollzeitbeschäftigten zum Quartalsstichtag (alle Angaben jeweils ohne Vorstände).

5. Ausblick

Vor dem Hintergrund der im Juli 2003 begebenen Wandelschuldverschreibung sowie der für November / Dezember des laufenden Geschäftsjahres geplanten Erhöhung des Eigenkapitals der Travel24.com AG um bis zu € 5,2 Mio. strebt die Gesellschaft anhand der unten aufgeführten Maßnahmen an, sich im Internet als führender Anbieter für Vertrieb und Vertriebstechologie von Reiseleistungen zu positionieren und einen nachhaltigen Ertrag bzw. Unternehmenswert zu generieren.

Zum einen soll durch eine weitere Stärkung der Marke der Neukundenanteil erhöht werden. Der Gesellschaft liegen Angebote vor, im Jahr 2004 ca. 4 bis 5 Mio. reiseaffine User auf die Website zu lenken. Dabei sehen die Vertragsentwürfe eine Vergütung auf der Basis „pay per click“ mit festen Kosten pro User und einer fixierten Umwandlungsquote vor. Vorteil wäre dabei, dass jeder Kunde schon mit dem Erstauftrag positive Deckungsbeiträge leistet und nicht, wie in der Vergangenheit, erst durch wiederholte Buchungen zur Amortisation der reinen Marketinginvestitionen beisteuert. Insgesamt plant die Gesellschaft, dem Aufsichtsrat für die Neukundengewinnung im Jahr 2004 ein Budget in Höhe von rd. € 1,5 Mio. vorzuschlagen.

Im Bereich der Internet-Buchungsmodule plant die Tochtergesellschaft Buchungsmaschine AG, zum Jahreswechsel 2003 / 2004 eine Neuerung im Markt zu präsentieren: Erstmals sollen alle vorhandenen touristischen Reiseangebote - d.h. klassische Katalogangebote und kurzfristige Sonderangebote im Last Minute-Bereich - in einer Ergebnisliste gezeigt werden.

Parallel dazu entwickelt die Gesellschaft derzeit mit eigenen Mitarbeitern und Kooperationspartnern in Russland einen sog. „Warenkorb“, der es dem User ermöglichen soll, die verschiedenen Einzelleistungen einer Reise individuell zusammenzustellen: So etwa den Flug bei einer sog. Billigairline zu buchen, das Hotel bei z.B. Thomas Cook zu wählen, den Mietwagen von einem weiteren Anbieter anzumieten und schließlich alle Einzelbuchungen in einem Abwicklungsvorgang zusammenzuführen.

Alle Buchungsmodule der Buchungsmaschine AG sollen zusätzlich in einer speziell für den Reisebüromitarbeiter entwickelten Version (Profi-Anwendung) als effizienzsteigernde Arbeitshilfe verfügbar sein. Die Gesellschaft plant derzeit, zu Beginn des kommenden Geschäftsjahres eine integrierte Abwicklungsfunktionalität zu präsentieren, die es Reisebüros ermöglichen soll, eingehende Online-Buchungen ohne Zwischenschaltung der bisher zusätzlich benötigten Backofficesysteme abzuwickeln und direkt in eine SAP-Buchhaltung zu überführen. Das Reisebüro könnte so Zeit in der Abwicklung und zugleich Systemgebühren sparen. Die Gesellschaft erhofft sich damit, langfristig den touristischen Kundenkreis der Buchungsmaschine AG deutlich auszuweiten. Die laufenden Lizenzentnahmen erreichen nicht das erwünschte Tempo an Weiterentwicklung der einzelnen Endkundenanwendungen. Deshalb plant die Gesellschaft mittelfristig, im Bereich Entwicklung zusätzlich ca. € 1 Mio. im Laufe der kommenden 18 Monate zu investieren.

Im Bereich Investor Relations plant die Gesellschaft deutlich mehr Aktivitäten als in der Vergangenheit. Ziel ist es, potenzielle Anleger in ganz Europa anzusprechen und die Travel24.com als Investmentchance mit Zukunft zu präsentieren. Hierfür ist derzeit geplant, dem Aufsichtsrat für 2004 einen Maßnahmenkatalog in einer Größenordnung von ca. € 0,5 Mio. vorzuschlagen.

6. Konsolidierter Konzernzwischenabschluss zum 30. September 2003

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

AKTIVA	30. Sep. 03	31. Dez. 02
	€ 000	€ 000
kurzfristige Vermögensgegenstände		
liquide Mittel und Wertpapiere des Umlaufvermögens	528	939
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	66	424
Rechnungsabgrenzungsposten und sonstige kurzfristige Vermögensgegenstände	1.050	272
kurzfristige Vermögensgegenstände, gesamt	1.644	1.635
langfristige Vermögensgegenstände		
Sachanlagevermögen	125	175
immaterielle Vermögensgegenstände	168	243
Geschäfts- oder Firmenwerte	609	609
nach der Equity-Methode bilanzierte Finanzanlagen	617	617
Ausleihungen	343	345
sonstige Vermögensgegenstände	3	3
langfristige Vermögensgegenstände, gesamt	1.864	1.993
AKTIVA, gesamt	3.508	3.628

PASSIVA	30. Sep. 03	31. Dez. 02
	€ 000	€ 000
kurzfristige Verbindlichkeiten		
kurzfristige Darlehen und kurzfristiger Anteil an langfristigen Darlehen (Verblk. ggü. Kreditinstituten)	0	17
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	799	994
Rückstellungen	1.575	2.748
sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	538	333
kurzfristige Verbindlichkeiten, gesamt	2.912	4.092
langfristige Verbindlichkeiten		
langfristige Darlehen	1.799	0
langfristige Finanzleasingverpflichtungen	0	0
Umsatzabgrenzungsposten	0	0
latente Steuern	0	0
Pensionsrückstellungen	0	0
langfristige Verbindlichkeiten, gesamt	1.799	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	(73.917)	(73.178)
Eigenkapital, gesamt	(1.203)	(464)
PASSIVA, gesamt	3.508	3.628

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

	3. Quartal		1. Januar - 30. September	
	2003 € 000	2002 € 000	2003 € 000	2002 € 000
Umsatzerlöse	1.108	1.578	2.822	3.610
Herstellungskosten	(91)	(77)	(292)	(344)
Bruttoergebnis vom Umsatz	1.017	1.501	2.529	3.266
betriebliche Aufwendungen				
Vertriebs- und Marketingkosten	(779)	(1.052)	(2.258)	(3.341)
allgemeine und Verwaltungskosten	(712)	(222)	(2.006)	(3.519)
Abschreibungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte	0	0	0	(35)
Abschreibungen auf Sachanlagen (und immaterielle Vermögensgegenstände)	(43)	(203)	(135)	(383)
betriebliche Aufwendungen, gesamt	(1.534)	(1.477)	(4.399)	(7.278)
Betriebsergebnis	(516)	24	(1.869)	(4.012)
sonstige Erlöse / Aufwendungen				
Zinserträge / -aufwendungen	(81)	85	(70)	116
Erträge / Aufwendungen aus nach der Equity-Methode bilanzierten Finanzanlagen	0	(9)	0	23
sonstige Erlöse / Aufwendungen	622	701	1.315	980
sonstige Erlöse / Aufwendungen, gesamt	541	776	1.244	1.119
Ergebnis aus ordentlicher Geschäftstätigkeit vor Ertragsteuern und Discontinued Operations	25	800	(625)	(2.893)
Steuern vom Einkommen und Ertrag	0	5	2	4
außerordentliche Erträge / Aufwendungen	0	0	0	392
Ergebnis aus ordentlicher Geschäftstätigkeit vor Discontinued Operations	25	805	(623)	(2.497)
Ertrag / Fehlbetrag aus Discontinued Operations	20	(1.097)	(115)	(2.456)
Jahresfehlbetrag	44	(292)	(739)	(4.953)

Ergebnis je Aktie	3. Quartal		1. Januar - 30. September	
	2003 €	2002 €	2003 €	2002 €
gewichteter Durchschnitt der im Umlauf befindlichen Aktien (unverwässert / verwässert; Anzahl)	10.472.606	10.361.759	10.412.335	10.242.351
Ergebnis je Aktie (unverwässert / verwässert; in €)	0,00	-0,03	-0,07	-0,48
Ergebnis je Aktie (vor Discontinued Operations; in €)	0,00	0,08	-0,06	-0,24
gezahlte Ausschüttung	0	0	0	0

Konzern-Kapitalflussrechnung vom 1. Januar bis 30. September

	1. Januar - 30. September	
	2003 € 000	2002 € 000
1. Cash Flow aus betrieblicher Tätigkeit:		
Fehlbetrag des Berichtszeitraums	(739)	(4.953)
Anpassungen zur Überleitung des Fehlbetrages zum Cash Flow aus betrieblicher Tätigkeit:		
- Abschreibungen	135	419
- Zunahme / Abnahme der Rückstellungen und Wertberichtigungen	(1.174)	(401)
- Gewinn / Verlust aus dem Abgang von Anlagevermögen (i. Vj. durch Veränderung des Konsolidierungskreises)	0	730
- Veränderung des Nettoumlaufvermögens	(408)	(321)
aus betrieblicher Tätigkeit eingesetzte Zahlungsmittel	(2.186)	(4.525)
2. Cash Flow aus der Investitionstätigkeit:		
- Erwerb von Anlagevermögen	(10)	0
- Erlöse aus dem Verkauf von Anlagevermögen	3	0
für Investitionen eingesetzte Zahlungsmittel	(7)	0
3. Cash Flow aus der Finanzierungstätigkeit:		
- Einzahlungen aus der Aufnahme von kurz- oder langfristigen Darlehen	1.799	0
aus der Finanzierungstätigkeit erzielte Zahlungsmittel	1.799	0
Verminderung der liquiden Mittel	(394)	(4.525)
liquide Mittel zu Beginn der Periode	922	6.455
liquide Mittel am Ende der Periode	528	1.930

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. September

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 / -veräußerung eigener Aktien									
Bildung und teilweise Abgrenzung für Vergütungen aus Aktienoptionen									
Kreditorenvergütung in Aktien				274					274
Fair Value-Bewertung von Wertpapieren									
nachträgliche Korrektur der Einlage bei Erwerb von Tochtergesellschaften gegen Gewährung von Anteilen									
Jahresfehlbetrag								-4.953	-4.953
Stand 30.09.2002	10.472.606	0	10.473	-1.109	63.572	-232	0	-71.151	1.554
Stand 31.12.2002	10.472.606	0	10.473	-356	62.656	-58	0	-73.178	-464
Kapitalerhöhung gegen Sacheinlage (aus dem Genehmigten Kapital II)									
Nettoerwerb / -veräußerung eigener Aktien				356	-356				
Bildung und teilweise Abgrenzung für Vergütungen aus Aktienoptionen									
Kreditorenvergütung in Aktien									
Fair Value-Bewertung von Wertpapieren									
nachträgliche Korrektur der Einlage bei Erwerb von Tochtergesellschaften gegen Gewährung von Anteilen									
Jahresfehlbetrag								-739	-739
Stand 30.09.2003	10.472.606	0	10.473	0	62.299	-58	0	-73.917	-1.203

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 neun 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 verringerte sich per 30. September 2003 in der Gegenüberstellung mit dem Stand zum 31. Dezember 2002 um € 0,1 Mio. auf € 3,5 Mio.

Durch Inanspruchnahme bzw. Auflösung konnten die zum 31. Dezember 2002 gebildeten Rückstellungen um knapp € 1,2 Mio. auf € 1,6 Mio. reduziert werden. Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen verringerten sich um € 0,2 Mio. auf € 0,8 Mio., während die sonstigen kurzfristigen Verbindlichkeiten im Berichtszeitraum in etwa gleichem Umfang gegenüber dem Wert zum 31. Dezember 2002 um € 0,2 Mio. auf € 0,5 Mio. anstiegen.

Die Travel24.com AG hat sich in den abgelaufenen drei Quartalen des laufenden Geschäftsjahres 2003 im wesentlichen durch die aus dem Börsengang realisierten Mittel sowie über die Begebung einer Wandelschuldverschreibung mit einem Nominalbetrag in Höhe von € 4,3 Mio. finanziert. Angesetzt werden in der Konzernbilanz nach US-GAAP lediglich die zum jeweiligen Stichtag und unter Berücksichtigung der aufgelaufenen Zinsen ermittelten Barwerte. Demzufolge weist die Bilanz langfristige Darlehen in Höhe von € 1,8 Mio. per 30. September 2003 aus.

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.

Der Verringerung der liquiden Mittel um € 0,4 Mio. auf € 0,5 Mio. sowie der Reduzierung der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen um knapp € 0,4 Mio. auf € 0,1 Mio. im Vergleich zu den per 31. Dezember 2002 bilanzierten Werten steht ein Anstieg der aktiven Rechnungsabgrenzungsposten und sonstiger Vermögensgegenstände um € 0,8 Mio. auf knapp € 1,1 Mio. gegenüber. Dieser Anstieg ist im wesentlichen auf die noch ausstehenden Einlagen aus der Begebung der Wandelschuldverschreibung zurückzuführen.

Segmentberichterstattung

Segmentsdarstellung zum 30.09.2003	Travel Marketing & Distribution	Travel Technology	Elimi- nierungen	Travel24- Konzern
	€ 000	€ 000	€ 000	€ 000
Außenumsätze	1.593	1.229		2.822
konzerninterne Umsätze		1	-1	0
Umsätze gesamt	1.593	1.230	-1	2.822
operatives Ergebnis	-669	44	0	-625
Aktiva	6.978	818	-4.288	3.508
Abschreibungen	85	50	0	135

Segmentsdarstellung zum 30.09.2002	Travel Marketing & Distribution	Travel Technology	Elimi- nierungen	Travel24- Konzern
	€ 000	€ 000	€ 000	€ 000
Außenumsätze	2.540	1.070		3.610
Konzerninterne Umsätze	579	208	-787	0
Umsätze gesamt	3.119	1.278	-787	3.610
operatives Ergebnis	-4.746	-711	2.565	-2.893
Aktiva	9.340	702	-4.523	5.520
Abschreibungen	143	278	-2	419

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	3. Quartal		1. Januar - 30. September	
	2003	2002	2003	2002
	€	€	€	€
gewichteter Durchschnitt der im Umlauf befindlichen Aktien (unverwässert / verwässert; Anzahl)	10.472.606	10.361.759	10.412.335	10.242.351
Ergebnis je Aktie (unverwässert / verwässert; in €)	0,00	-0,03	-0,07	-0,48
Ergebnis je Aktie (vor Discontinued Operations; in €)	0,00	0,08	-0,06	-0,24
gezahlte Ausschüttung	0	0	0	0

Cash Flow aus betrieblicher Tätigkeit

In den ersten neun Monaten des laufenden Geschäftsjahres betrug der Cash Flow aus der betrieblichen Tätigkeit knapp € -2,2 Mio. Die zur Finanzierung der betrieblichen Tätigkeit eingesetzten Zahlungsmittel wurden vorrangig aus der Begebung einer Wandelschuldverschreibung im Juli 2003 gedeckt.

Cash Flow aus der Investitionstätigkeit

Die Investitionstätigkeit der ersten drei Quartale 2003 hatte keinen wesentlichen Einfluss auf die Konzernliquidität.

Cash Flow aus der Finanzierungstätigkeit

Durch die Begebung einer Wandelschuldverschreibung im Juli 2003 und unter Berücksichtigung der zum Zeitpunkt der Begebung der Wandelschuldverschreibung fällig gestellten Zinslast flossen der Travel24.com AG im Laufe des ersten neun Monate des laufenden Geschäftsjahres liquide Mittel in einer Gesamthöhe von € 1,1 Mio. zu.

Eigene Aktien

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. September 2003 keine eigenen Aktien. Eine Ermächtigung durch Beschluss der Hauptversammlung zum Erwerb eigener Aktien besteht derzeit nicht.

8. Wertpapierbestände Vorstand und Aufsichtsrat

	Aktien	Optionen
Vorstand		
Philip Kohler	0	90.000
Marc Maslaton	317.520	160.000
Aufsichtsrat		
Andrea Bahlsen	23.823	0
Joachim Semrau	0	0
Christofor-Guillem Henn	135.074	0
Dr. Armin Reiners	0 ¹	0
Hans-Joachim Richter	0	0
Knut Wehner	86.673	6.000

¹ Dr. Reiners hält 3.448 Aktien als Treuhänder

Insgesamt hat die Gesellschaft 478.630 Aktienoptionen per 30. September 2003 ausgegeben. Hiervon entfallen gemäß obiger Darstellung 256.000 Optionen auf Organe der Gesellschaft, der Saldo in Höhe von 222.630 Optionen entfällt auf Mitarbeiter und leitende Angestellte der Travel24.com AG sowie der vollkonsolidierten Tochtergesellschaften Travel24 GmbH und Buchungsmaschine AG.

9. Unternehmenskalender

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: 089-25007-1000
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

24h-Buchungshotline:
01805-252560 (12 Ct/Min)
office@travel24.com