

## Drei-Monats-Bericht 2002



## Gliederung

<b>1. Kennzahlen im Überblick</b>	<b>3</b>
<b>2. Vorwort</b>	<b>4</b>
<b>3. Geschäftsentwicklung der Marktsegmente</b>	<b>5</b>
Reisevermittlung	5
Reiseveranstalter	7
Technologie	7
Pressestimmen	8
<b>4. Geschäftsergebnis</b>	<b>9</b>
<b>5. Ausblick</b>	<b>10</b>
<b>6. Konsolidierter Konzernzwischenabschluss zum 31.03.2002</b>	<b>11</b>
Konsolidierte Konzernbilanz	11
Konsolidierte Gewinn- und Verlustrechnung	13
Kapitalflussrechnung	14
Eigenkapitalentwicklung	15
<b>7. Erläuterungen zum Zwischenbericht</b>	<b>17</b>
<b>8. Veränderungen im Aufsichtsrat</b>	<b>20</b>
<b>9. Anzeige gemäß § 92 I AktG</b>	<b>20</b>
<b>10. Wertpapierbestände Vorstand und Aufsichtsrat</b>	<b>20</b>
<b>11. Unternehmenskalender</b>	<b>21</b>
<b>12. Impressum</b>	<b>21</b>

## 1. Kennzahlen im Überblick

	<b>01.01. - 31.03.02</b>	<b>01.01. - 31.03.01</b>
	<b>€ 000</b>	<b>€ 000</b>
Vermittelter Reiseumsatz	10.956	29.838
Umsatzerlöse	5.063	10.978
EBITDA	-3.280	-7.503
EBIT	-3.472	-8.332
Konzernjahresfehlbetrag	-3.469	-7.916
Ergebnis je Aktie	-0,34	-0,84
Cash Flow operativ	-3.628	-8.715
Mitarbeiter per 31.03.	181	243

## 2. Vorwort

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

auch das erste Quartal 2002 ist von den Unwägbarkeiten des gegenwärtigen Tourismusmarktes in Folge der wirtschaftlichen Konjunkturlage und der Anschläge vom 11. September 2001 gezeichnet. Während wir im e-Travel nach wie vor hohen Wachstumsraten entgegensehen, die durch das sich abzeichnende Spätbucherjahr 2002 unterstützt werden, stellt sich das Veranstaltergeschäft schwerer dar denn je. Aufgrund der Gesamtentwicklung der letzten Quartale hat die Gesellschaft mehr als die Hälfte ihres Grundkapitals aufgezehrt, so dass Sie im vorliegenden Quartalsbericht eine Pflichtanzeige gemäß § 92 I AktG finden.

Im Wege der Wandelanleihe, die auf der ordentlichen Hauptversammlung am 12. Juni 2002 beschlossen werden soll, wird die Möglichkeit einer Bridge-Finanzierung geschaffen, die es der Gesellschaft ermöglichen sollte, den Break Even zu erreichen. Die eingeleiteten Restrukturierungsmaßnahmen zeigen erste Früchte. Gleichzeitig bleiben alle Ausgaben vor dem Hintergrund unseres Restrukturierungsprogrammes auf dem Prüfstand. Der Vorstand hat in diesem Zusammenhang auf ein Drittel seiner Bezüge verzichtet. Darüber hinaus wird der Vorstand nach der kommenden Hauptversammlung auf zwei Vorstände verkleinert. Ich würde mich freuen, Sie auf unserer ordentlichen Hauptversammlung am 12. Juni 2002 im Haus der Bayerischen Wirtschaft, Max-Joseph-Straße 5, 80333 München, begrüßen zu dürfen.

Die Gesellschaft geht durch schwere Zeiten. Ich versichere Ihnen, dass alle unsere Mitarbeiter mit voller Motivation auf das Ziel hinarbeiten, den Turnaround zu schaffen. Gerade vor dem Hintergrund der rückläufigen Kosten und des steigenden Online-Umsatzes zeichnet sich das Erreichen des Break Evens ab. Sie bitte ich, uns das notwendige Vertrauen dafür auszusprechen, um unsere gemeinsamen Ziele zu erreichen.

Ihr



Marc Maslaton  
Vorstandssprecher Travel24.com AG

München, im Mai 2002

### 3. Geschäftsentwicklung der Marktsegmente

#### Reisevermittlung

Das Kerngeschäft der Travel24.com AG ist der Verkauf von Reisen. Das unabhängige Reiseunternehmen bietet das komplette Reiseprogramm: Alle namhaften Reiseveranstalter, Fluglinien, Mietwagenanbieter, Hotels, Linienflüge, Charter- und Last-Minute-Reisen, Kreuzfahrten, Studienreisen, Eintrittskarten, Events, Reiseversicherungen u.v.m. werden angeboten. Das Produktangebot wird durch Reiseinformationen ideal ergänzt und via Internet, Telefon sowie stationärer Reisebüros vertrieben.

Im ersten Quartal 2002 erzielte die Travel24 GmbH einen vermittelten Reiseumsatz von € 11,0 Mio.

#### Internet

Auf der Internetseite [www.travel24.com](http://www.travel24.com) können sich Urlaubssuchende umfassend über das Produkt Urlaub informieren und aus zahlreichen täglich aktualisierten und direkt online buchbaren Reiseangeboten wählen.

Um den Kunden die Buchung über das Internet zu erleichtern, wurde der Servicestandard der Internetseite weiter verbessert. Der zielgruppenspezifische Menüeintrag wurde mit der Rubrik „Wellness & Sport“ umgesetzt. Die neue Rubrik ermöglicht eine intuitive Reisesuche und erleichtert das Buchen: Sport- und Wellness-Interessierte werden direkt zu online-buchbaren Spezialangeboten geführt.

Das Mietwagenangebot wurde erweitert und auf gebuchte Pauschal- oder Last-Minute-Reisen abgestimmt. Mit der Buchungsbestätigung erhält der Kunde Mietwagenangebote, die mit den Reisedaten und dem Reiseziel korrespondieren. Somit entfällt der bisherige Aufwand des Kunden, zusätzlich zu seiner ausgewählten Reise separat einen Mietwagen in einem anderen Buchungstool suchen zu müssen und die Daten abzugleichen.

Seit kurzem finden sich bewegte, qualitativ hochwertige Bilder auf der Internetseite. Die zwei- bis dreiminütigen Videosequenzen sind großteils mit entsprechenden Buchungsangeboten vernetzt und können vor einer Buchung als zusätzliches Informationsmedium abgerufen werden.

#### Abrufzahlen Internet

Im vierten Quartal 2001 kam es infolge der Ereignisse vom 11. September zu einem Einbruch der Abrufzahlen. Ausgehend von dem niedrigen Niveau konnte die Travel24.com AG die Page-Impressions fast verdoppeln. Im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum sind sie jedoch um knapp fünf Prozent gesunken und liegen bei über 9,2 Mio. Knapp 1,1 Mio. User (Q1/2001: 1,16 Mio.) riefen die Travel24.com-Homepage auf. Die durchschnittliche Verweildauer liegt bei ca. 10 ½ Minuten und ist im Vergleich zum Vorjahreszeitraum leicht gesunken. Dies hat seine Ursache in der stärker produktorientierten Benutzerführung: Die Kunden werden schneller zu den Reisen geführt bzw. surfen zielgerichteter und damit kürzer auf der Travel24.com-Seite.

Das Verhältnis zwischen den Abrufzahlen im Internet und den tatsächlich getätigten Buchungen (Look-to-Book-Rate) stieg im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum um knapp 50%. Im Vergleich zum vierten Quartal 2001 konnte die Look-to-Book-Ratio sogar um fast 70% gesteigert werden. Die Online-Buchungen selbst liegen um bis zu 60% über den Vorjahreszahlen, obwohl das Buchungsverhalten in 2002 einem anderen Muster als bislang üblich folgt. War bisher das erste Quartal das buchungsintensivste, warten die Kunden in diesem Jahr mit ihren Entscheidungen: 2002 wird das Jahr der kurzentschlossenen Buchung.

## **Marketing**

Die Marketingaktivitäten fokussieren sich in diesem Jahr auf das Internet. Der reiseinteressierte User begegnet Travel24.com, wenn er sich im Internet gezielt zum Thema Urlaub bewegt. Von besonderer Bedeutung sind hier die potenziellen Erstbucher, also Personen, die ihre Online-Buchungsabsicht zum ersten Mal umsetzen wollen. Deshalb zielen die Marketingaktivitäten auch gezielt auf das Thema Suchmaschinen ab. Über eine Kombination aus klassischer Online-Werbung mittels Banner, Skyscraper etc. werden seit Anfang des Jahres sogenannte „Sponsored Links“ gebucht. Die Platzierung erfolgt pro vordefiniertem Suchwort nach dem Auktionsprinzip, gezahlt wird nur erfolgsorientiert pro Klick. Ein Konzept, das aufgeht: Bereits in der ersten Woche der Nutzung dieser Werbeform konnten zahlreiche Buchungen direkt auf die „Sponsored Links“ zurückgeführt werden.

## **Markenbekanntheit**

Die Marke Travel24.com hat sich etabliert. Dies zeigt sich insbesondere in der Berücksichtigung von Travel24.com bei Reise-Tests verschiedener Zeitschriften. Die Publikumszeitschrift Online Today (3/2002, S. 26ff) unterzog die „fünf großen Reiseportale“ dem Online Today-Check und kam zu dem Fazit: „Gut sind sie alle, die Unterschiede fallen minimal aus.“ Weiter hervorgehoben wurde die Webseite der Travel24.com bei weiteren Tests. Im März wurde Travel24.com bei einem Vergleich von sieben Reiseportalen zum Testsieger der Zeitschrift Capital (6/2002, S. 82ff). Neben dem großen Angebot überzeugte die Redaktion „ein exzellentes Callcenter“. Diese positive Erwähnung von Travel24.com in der Presse festigt die Marke und trägt somit zum Erfolg des Vertriebs von Reiseleistungen über das Internet bei.

## **Ausland**

Das niederländische Tochterunternehmen Munckhof Business Travel B.V. konnte in den ersten drei Monaten 2002 den Umsatz insgesamt auf dem Niveau des Vorquartals stabilisieren. Der Online-Umsatz, gegenwärtig noch ein kleiner Teil des Gesamtumsatzes der holländischen Tochter, stieg um 48% im Vergleich zum letzten Quartal des Jahres 2001. Die Zahl der Visits betrug 35.106, was auf noch niedrigem Niveau eine erhebliche Steigerung im Verhältnis zum Vorquartal bedeutet.

Die Aktivitäten in Spanien wurden wegen einer hinter den Erwartungen liegenden Umsatzentwicklung eingestellt.

## Reiseveranstalter

Die Veranstaltung von Pauschalreisen steht im Mittelpunkt des Geschäftsfeldes Reiseveranstaltung.

### **Aeroworld Reisen GmbH**

Das Geschäftsfeld Reiseveranstaltung wird in der Travel24-Gruppe durch das Düsseldorfer Tochterunternehmen Aeroworld GmbH wahrgenommen, das zusätzlich die Marktsegmente Flugscheingroßhandel (Consolidator) und individuelle Touristik abdeckt. Aeroworld bietet ein individuelles und auf die Zielmärkte zugeschnittenes Angebotsspektrum an, das sowohl als Pauschalarrangement als auch in Einzelmodulen gebucht werden kann. Ein Schwerpunkt des touristischen Umsatzes ist dabei Asien. Aufgrund der schlechten Buchungssituation im ersten Quartal 2002 kam es zu einem Umsatzrückgang. Entsprechende Sparmaßnahmen sind eingeleitet worden, um diesem Rückgang zu begegnen.

## Technologie

Eine zentrale Rolle im Reisevertrieb spielt die technologische Weiterentwicklung der Buchungsmodule und Applikationen. In diesem Bereich sind unsere Tochterunternehmen Buchungsmaschine AG für die Buchungstechnologie und die xsnet GmbH für die Weiterentwicklung der Internetseite [www.travel24.com](http://www.travel24.com) verantwortlich.

### **Buchungsmaschine AG**

Der Application Service Provider Buchungsmaschine AG entwickelt internet- und intranetbasierende Produkte, die eine Online-Buchbarkeit der wichtigsten touristischen Angebotsbereiche (Flüge, Einzelleistungen) auf der Homepage externer Vertriebspartner ermöglichen. Um die Online-Buchbarkeit von Reisen zu verbessern wurden neue Module mit besseren Funktionalitäten entwickelt. Sie sind schneller und arbeiten benutzerfreundlicher. Neue Bilder, Hotel only und eine Flugdatenbank gehören ebenso dazu wie die Warenkorbfunktion, die ein bequemes Einkaufen ermöglicht. Diese Funktionen werden ab Mitte des Jahres für die Kunden der Buchungsmaschine AG zur Verfügung stehen. Ein neues Pricingmodell führt außerdem zu stabileren, weniger saisonabhängigen und damit aussagekräftigeren Einnahmen. Der bekannteste neue Portalkunde im ersten Quartal 2002 ist Freenet, die Online-Tochter der MobilCom AG.

Im Zuge der Restrukturierungsmaßnahmen wurde die Refokussierung auf die Kernkompetenzen, die Programmierung und Vermarktung von Buchungsmaschinen, fortgesetzt. Die Anzahl der Mitarbeiter wurde auf 19 (Ende 2001: 27) gesenkt.

Das Tochterunternehmen xsnet GmbH konzentriert sich auf die Weiterentwicklung und Verbesserung der technischen Struktur der Website (traffic und load balancing), um dem User einen optimalen Besuch bei [www.travel24.com](http://www.travel24.com) zu ermöglichen.

## Pressestimmen

**März 2002**

Testsieger: „Travel24 überzeugt durch sein großes Angebot und ein exzellentes Callcenter.“



**Donnerstag, 21. März 2002**

„Die Site überzeugt durch das Reiseangebot und viele Extras. Im Travelcafé können Urlauber ihre Reiseerlebnisse austauschen.“



**Donnerstag, 14. März 2002**

„Internet-Reisebüros - Übersichtlicher, einfacher, vielseitiger - Auf den Seiten von ... Travel24.com ... werden die besten Ideen vorgestellt.“



**Februar 2002**

„Der Anbieter ist rund um die Uhr erreichbar. Gute Community mit Reiseberichten, Foren und Chat. Spezialist für VIP-Service.“



**Freitag, 18. Januar 2002**

„Travel24 ... ist eine der beliebtesten Reise-Websites. Die pfiffige Fernsehwerbung hat den Namen bekannt gemacht und wirkt nach. Das Portal wurde mit vielen Preisen bedacht.“



**Dienstag, 15. Januar 2002**

„www.travel24.com: Hier wird jeder fündig. Hübsches Extra auf der Seite: der Chat im Travelcafé - die Chance zum Info-Austausch.“



## 4. Geschäftsergebnis

### e-Travel

Obwohl sich die Tourismusbranche in einer Krise befindet, kann sich der Bereich e-Travel behaupten. Die Online-Anbieter konnten ihre Marktposition weiter ausbauen (Jupiter Media Metrix-Studie). Diesen Trend spürt auch Travel24.com: Die Online-Umsätze liegen bereits mehr als 50% über dem Vorjahresquartal, obwohl in diesem Jahr zurückhaltender, nämlich kurzentschlossener, gebucht wird.

### Umsatz

Insbesondere aufgrund der angespannten Situation im Segment Reiseveranstaltung sowie der Trennung von nicht profitablen Geschäftsfeldern sank der vermittelte Reiseumsatz im Vergleich zum Vorquartal (Q4/2001: € 17,6 Mio.) um € 6,6 Mio. auf € 11,0 Mio.

Die Netto-Umsatzerlöse betragen insgesamt € 5,1 Mio., ein Rückgang um über 54% im Vergleich zum Vorjahr (Q1/2001: € 11,0 Mio.). Im direkten Quartalsvergleich zwischen dem vierten Quartal 2001 (€ 4,7 Mio.) und dem ersten Quartal 2002 ergibt sich eine Umsatzsteigerung von über 8%.

### Ergebnis

Der Fehlbetrag hat sich gegenüber dem vergleichbaren Vorjahreszeitraum um € 4,4 Mio. reduziert und beträgt für die Monate Januar bis März 2002 € -3,5 Mio. (Q1/2001: € -7,9 Mio.). Die Verringerung des Konzernverlustes ist maßgeblich auf die Refokussierung und Stabilisierung der Kerngeschäftsfelder zurückzuführen. Das Ergebnis pro Aktie beläuft sich für die ersten drei Monate im Jahr 2002 auf € -0,34 (Q1/2001: € -0,84).

### Kosten

In den Monaten Januar bis März 2002 entstanden Gesamtkosten in Höhe von € 8,0 Mio. (Q1/2001: € 18,9 Mio.), davon Herstellungskosten in Höhe von € 2,8 Mio. (Q1/2001: € 9,7 Mio.) und Vertriebskosten von € 2,7 Mio. (Q1/2001: € 7,3 Mio.). In der Position Vertrieb und Marketing entfallen ca. € 0,7 Mio. auf die Katalogerstellung und -distribution der Aeroworld GmbH sowie knapp € 0,5 Mio. auf Reisebüroprovisionen und Werbemaßnahmen des Reiseveranstalters. Der Saldo aus dieser Position verteilt sich auf Online-Marketingkampagnen der Travel24.com AG und Kundenakquisitionsmaßnahmen der Buchungsmaschine AG.

Bei den allgemeinen Verwaltungskosten mit insgesamt € 2,4 Mio. entfallen knapp € 0,7 Mio. auf die Travel24.com AG und weitere € 0,6 Mio. auf die Aeroworld GmbH. Der Saldo aus dieser Position verteilt sich auf die weiteren Konzerngesellschaften.

### Liquidität und Forderungen

Die Liquidität beträgt zum 31. März 2002 knapp € 3,5 Mio. (Q1/2001: € 22,4 Mio.). Der operative Cash Flow beträgt € - 3,5 Mio. (Q1/2001: € -8,7 Mio.).

### Investitionen

Es wurden keine nennenswerten aktivierungspflichtigen Investitionen im ersten Quartal 2002 getätigt. Folge- bzw. Implementierungskosten der im Vorquartal getätigten Investitionen beliefen sich auf ca. € 0,2 Mio., diese wurden jedoch vollumfänglich in den laufenden Aufwand gebucht.

### Personal

Im Rahmen des Restrukturierungsprogramms hat sich der Personalbestand weiter reduziert. Per 31.03.2002 umfasst die Belegschaft der Travel24.com-Gruppe 181 Mitarbeiter.

## 5. Ausblick

Die zukünftige Marktentwicklung in der Touristikbranche wird stark von den weltpolitischen Ereignissen und der daraus resultierenden Reisebereitschaft der Endverbraucher beeinflusst. Eine Prognose für die kommenden Monate des Jahres 2002 gestaltet sich insofern schwierig. Es ist davon auszugehen, dass das Veranstaltergeschäft die durch den 11. September 2001 verursachten Rückschläge nur schwer aufholen kann. Die Marktentwicklung des e-Travels wird positiv eingeschätzt, da sowohl die Internetverbreitung als auch das Vertrauen in den internetgestützten Handel weit überproportional wachsen. Während die gesamte Touristikbranche um das Erreichen der Vorjahresumsätze kämpft, wächst der e-Travel nach wie vor stark. Darüber hinaus ist eine verstärkte Tendenz zu Last-Minute-Buchungen erkennbar. Dies unterstützt insofern den Online-Absatz, da ein Großteil der elektronischen Reisevermittlung ohnehin im Last-Minute-Bereich stattfindet, da das Internet schnelle, kurzfristige Angebote aufgrund seiner durchgängigen Erreichbarkeit unterstützt bzw. fördert. Insgesamt rechnet die Travel24.com AG daher für das laufende Geschäftsjahr mit weiterem Wachstum des Online-Absatzes.

### **[www.travel24.com](http://www.travel24.com)**

Bis zum Jahresende wird das Reiseangebot unter [www.travel24.com](http://www.travel24.com) weiter konsequent ausgebaut. Durch die Neuentwicklungen der Travel24.com-Tochtergesellschaft Buchungsmaschine AG wird das Angebot noch benutzerfreundlicher werden. Neben einer neuen Flugdatenbank werden die sich bereits im Angebot befindlichen Last-Minute- und Pauschalreisanwendungen überarbeitet, was zu einer weiteren Verbesserung in der Benutzerführung und Angebotstiefe führen wird. Auch die neue Anwendung „Hotel only“ wird in diesem Jahr eingeführt werden und so die Einzelbuchung von Ferienhotels vereinfachen. Geplant ist ferner, eine Warenkorbfunktion zwischen Flug und Hotels verschiedener Anbieter einzuführen, wobei diese Applikation eine große technische Herausforderung darstellt.

## 6. Konsolidierter Konzernzwischenabschluss zum 31.03.2002

### Konsolidierte Konzernbilanz zum 31.03.2002, Zahlen nach US-GAAP

	31.03.2002	31.03.2001
	€ 000	€ 000
<b><u>AKTIVA</u></b>		
<b><u>Kurzfristige Vermögensgegenstände</u></b>		
Liquide Mittel	3.463	22.379
Wertpapiere des Umlaufvermögens		
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	2.743	2.533
Forderungen gegen Unternehmen im Verbundbereich		
Vorräte		
Latente Steuern		
Rechnungsabgrenzungsposten und sonstige kurzfristige Vermögensgegenstände	2.076	8.128
<b>Kurzfristige Vermögensgegenstände, gesamt</b>	<b>8.282</b>	<b>33.040</b>
Sachanlagevermögen	1.789	1.786
Immaterielle Vermögensgegenstände		
Finanzanlagen	3	36
Nach der Equity-Methode		
bilanzierte Finanzanlagen	0	0
Ausleihungen	1.077	811
Geschäfts- oder Firmenwerte	1.927	8.733
Latente Steuern	0	0
Sonstige Vermögensgegenstände	0	1.101
<b>Aktiva gesamt</b>	<b>13.077</b>	<b>45.507</b>

**PASSIVA**

	31.03.2002	31.03.2001
	€ 000	€ 000

**KURZFRISTIGE VERBINDLICHKEITEN**

Kurzfristiger Anteil der Finanzleasingverbindlichkeiten		
Kurzfristige Darlehen und kurzfristiger Anteil an langfristigen Darlehen	94	899
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	5.924	5.348
Verbindlichkeiten im Verbundbereich	0	0
Erhaltene Anzahlungen	1.093	2.293
Rückstellungen	1.993	5.342
Umsatzabgrenzungsposten		
Verbindlichkeiten aus Ertragsteuern		
Latente Steuern		
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	1.191	5.376
<b>Kurzfristige Verbindlichkeiten, gesamt</b>	<b>10.295</b>	<b>19.259</b>

Langfristige Darlehen		
Langfristige Finanzleasingverpflichtungen		
Umsatzabgrenzungen		
Latente Steuern		
Pensionsrückstellungen		
Minderheitenanteil	19	22

**EIGENKAPITAL**

Gezeichnetes Kapital	10.473	9.600
Kapitalrücklage	63.572	62.826
Eigene Anteile	(1.383)	(1.064)
Konzernbilanzverlust	(69.667)	(45.040)
Kumuliertes sonstiges Gesamtergebnis	0	0
Vergütung aus Aktienoptionen	(232)	(96)
<b>Eigenkapital, gesamt</b>	<b>2.763</b>	<b>26.226</b>
<b>Passiva gesamt</b>	<b>13.077</b>	<b>45.507</b>

## Konsolidierte Gewinn- und Verlustrechnung zum 31.03.2002, Zahlen nach US-GAAP

	31.03.2002	31.03.2001
	€ 000	€ 000
Umsatzerlöse	5.063	10.978
Herstellungskosten	(2.830)	(9.700)
<b>Nettoergebnis vom Umsatz</b>	<b>2.233</b>	<b>1.277</b>
<b>Betriebliche Aufwendungen</b>		
Vertriebs- und Marketingkosten	(2.703)	(7.290)
Allgemeine und Verwaltungskosten	(2.432)	(1.885)
Forschungs- und Entwicklungskosten	0	0
Abschreibungen auf Geschäfts- und Firmenwerte	0	(462)
Abschreibungen auf Sachanlagen (und immaterielle Vermögensgegenstände)	(192)	(367)
<b>Betriebliche Aufwendungen gesamt</b>	<b>(5.327)</b>	<b>(10.004)</b>
<b>Betriebsergebnis</b>	<b>(3.094)</b>	<b>(8.727)</b>
<b>Sonstige Erträge/Aufwendungen</b>		
Zinserträge	33	494
Zinsaufwendungen	(30)	(71)
Beteiligungserträge	0	0
Erträge/Aufwendungen aus nach der Equity-Methode bilanzierten Finanzanlagen	0	0
Währungsgewinn/-verluste	0	0
Sonstige betriebliche Erträge und Aufwendungen	(91)	395
<b>Sonstige Erträge/Aufwendungen</b>	<b>(88)</b>	<b>817</b>
<b>Ergebnis aus ordentlicher Geschäftstätigkeit vor Ertragsteuern</b>	<b>(3.182)</b>	<b>(7.909)</b>
<b>Außerordentliches Ergebnis</b>		
Außerordentliche Abschreibungen	(285)	0
Außerordentliche Erträge/Aufwendungen	(2)	0
<b>Ergebnis vor Ertragsteuern</b>	<b>(3.468)</b>	<b>(7.909)</b>
Steuern vom Einkommen und Ertrag	0	(7)
<b>Ergebnis vor Minderheitsanteilen</b>	<b>(3.468)</b>	<b>(7.916)</b>
Minderheitsanteile	(0,5)	0
<b>Jahresfehlbetrag</b>	<b>(3.469)</b>	<b>(7.916)</b>

**TRAVEL24.COM AG**  
**MÜNCHEN**  
**KONZERN-KAPITALFLUSSRECHNUNG**

(in € 000)

	Q1/2002	Q1/2001
<b>1. Cash Flow aus der betrieblichen Tätigkeit:</b>		
Jahresfehlbetrag	(3.469)	(7.916)
Anpassungen zur Überleitung des Jahresfehlbetrages zum Cash Flow aus der betrieblichen Tätigkeit:		
- Abschreibungen auf Sachanlagen	192	366
- Abschreibungen auf Geschäfts- und Firmenwerte	285	462
- Abschreibungen auf Finanzanlagen	0	0
- Vergütung durch Aktienoptionen	0	9
- Erhöhung / (Verminderung) der Anteile im Fremdbesitz	0	0
- Veränderung der betrieblichen Aktiva und Passiva		
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	(910)	(921)
Erhaltene Anzahlungen	45	781
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	895	825
Rechnungsabgrenzungsposten und sonstige Forderungen	973	(1720)
Sonstige Verbindlichkeiten	(695)	57
Rückstellungen	(946)	(658)
- Zuführung zum Ausgleichsposten für Vergütungen aus Aktienoptionen		
Cash Flow aus der betrieblichen Tätigkeit	<b>(3.628)</b>	<b>(8.715)</b>
<b>2. Cashflow aus dem Investitionsbereich:</b>		
- Verkauf von Anlagevermögen	1	0
- Zugänge zu Sachanlagen	(26)	(379)
- Zugänge zu immateriellen Vermögensgegenständen	0	0
- Zugänge zu Finanzanlagen	19	(8)
Cash Flow aus dem Investitionsbereich	<b>(6)</b>	<b>(387)</b>
<b>3. Cash Flow aus dem Finanzierungsbereich:</b>		
- Erlöse aus der Ausgabe von Aktien	0	0
- Kauf eigener Aktien	0	(920)
- Erhöhung / (Verminderung) der Neubewertungsrücklage	0	(105)
Cash Flow aus dem Finanzierungsbereich	<b>0</b>	<b>(1.025)</b>
(Abnahme)/Zunahme des Finanzmittelfonds	<b>(3.634)</b>	<b>(10.127)</b>
<b>Finanzmittelfonds am Anfang der Berichtsperiode</b>	<b>7.003</b>	<b>31.607</b>
<b>Finanzmittelfonds am Ende der Berichtsperiode</b>	<b>3.369</b>	<b>21.480</b>
<b>(Abnahme) / Zunahme des Finanzmittelfonds</b>	<b>(3.634)</b>	<b>(10.127)</b>

**TRAVEL24.COM AG**  
**MÜNCHEN**

**KONZERN-EIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG**

(in € 000, Ausnahme Angaben in Aktien)

	Anzahl ausgegebene Aktien	Grundkapital Vorzugs- aktien	Grundkapital Stamm- aktien	eigene Aktien	Kapital- rücklage	Vergütung aus Aktien- optionen	Neubewer- tungs- Rücklage	Bilanz- verlust	Gesamt
<b>Stand 01.01.1998</b>	800	128	554		480			-356	806
Aufwendungen für Eigenkapital- beschaffung					-44				-44
Anpassung aus Kapitalkonsoli- dierung								144	144
Entnahmen aus der Kapitalrück- lage					-496			496	0
Jahresfehlbetrag								-789	-789
<b>Stand 31.12.1998</b>	<b>800</b>	<b>128</b>	<b>554</b>	<b>0</b>	<b>-60</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>-505</b>	<b>117</b>
Umwandlung der Vorzugsaktien in Stammaktien und Umwandlung in nennwertlose Stückaktien	292.000	-128	128						0
Aufwendungen für Eigenkapital- beschaffung					-797				-797
Kapitalerhöhung durch Bar- und Sach- einlage vom 27.08./30.08.1999	370.923		245		4.994				5.239
Anpassung aus Kapitalkonsoli- dierung								184	184
Entnahme aus der Kapitalrück- lage					-7				-7
Jahresfehlbetrag								-2.527	-2.527
<b>Stand 31.12.1999</b>	<b>663.723</b>	<b>0</b>	<b>927</b>	<b>0</b>	<b>4.131</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>-2.848</b>	<b>2.210</b>
Kapitalerhöhung aus Gesellschafts- mitteln vom 14.02.2000			2.073		-2.073			0	0
Kapitalerhöhung durch Bareinlagen und Neueinteilung der Aktien gemäß Beschluss vom 14.02.2000 und Börseneinführung	8.936.277		6.600		67.200			0	73.800
Bildung und teilweise Abgrenzung für Vergütungen aus Aktienoptionen					134	-105			29
Aufwendungen für Eigenkapital- beschaffung (brutto)					-8.809			0	-8.809
Einlage bei Erwerb von Tochtergesell- schaften gegen Gewährung von Anteilen					2.243				2.243
Erwerb eigener Aktien				-144				0	-144
Fair-Value-Bewertung von Wertpapieren				78					78
Jahresfehlbetrag								-34.248	-34.248
<b>Stand 31.12.2000</b>	<b>9.600.000</b>	<b>0</b>	<b>9.600</b>	<b>-144</b>	<b>62.826</b>	<b>-105</b>	<b>78</b>	<b>-37.096</b>	<b>35.159</b>

Kapitalerhöhung gegen Sacheinlage (aus dem Genehmigten Kapital II)	872.606		873						873
Nettoerwerb eigener Aktien				-1.239					-1.239
Bildung und teilweise Abgrenzung für Vergütungen aus Aktioptionen					151	-127			24
Fair-Value-Bewertung von Wertpapieren				-78					-78
Nachträgliche Korrektur der Einlage bei Erwerb von Tochtergesellschaften gegen Gewährung von Anteilen			595						595
Jahresfehlbetrag								-29.102	-29.102
<b>Stand 31.12.2001</b>	<b>10.472.606</b>	<b>0</b>	<b>10.473</b>	<b>-1.383</b>	<b>63.572</b>	<b>-232</b>	<b>0</b>	<b>-66.198</b>	<b>6.232</b>
Kapitalerhöhung gegen Sacheinlage (aus dem Genehmigten Kapital II)									0
Nettoerwerb eigener Aktien									0
Bildung und teilweise Abgrenzung für Vergütungen aus Aktioptionen									0
Fair-Value-Bewertung von Wertpapieren									0
Nachträgliche Korrektur der Einlage bei Erwerb von Tochtergesellschaften gegen Gewährung von Anteilen									0
Jahresfehlbetrag								-3.469	-3.469
<b>Stand 31.03.2002</b>	<b>10.472.606</b>	<b>0</b>	<b>10.473</b>	<b>-1.383</b>	<b>63.572</b>	<b>-232</b>	<b>0</b>	<b>-69.667</b>	<b>2.763</b>



## 7. Erläuterungen zum Zwischenbericht

### Konsolidierungskreis

Zum 31. März 2002 besteht der Konsolidierungskreis der Travel24.com AG aus insgesamt zehn in- und ausländischen Gesellschaften. Die an der Travel24.com AG angebundene Tochtergesellschaften sind:

Konsolidierte Gesellschaften	Beteiligungshöhe
<b>Inland</b>	
Travel24 GmbH, Eching	100 %
Tii Community GmbH, Worms	100 %
xsnet Gesellschaft für Multimediale Informationssysteme mbH, München	100 %
Aeroworld GmbH, Düsseldorf	100 %
Buchungsmaschine AG, Hamburg	100 %
<b>Ausland</b>	
Eurosun Viajes S.A., Palma de Mallorca, Spanien	100%
Munckhof Business Travel B.V., Venlo/Niederlande	95,25%
Munckhof Business Travel B.V., Amsterdam/Niederlande	90,5%
Message B.V., Horst/Niederlande	90,5%

### Rechnungslegungsgrundsätze

Die Gliederung der Konzernbilanz für den Drei-Monats-Bericht 2002 erfolgt in Anlehnung an die Bilanzierungsrichtlinien nach US-GAAP. Die Gewinn- und Verlustrechnung des Konzerns wurde nach dem Umsatzkostenverfahren aufgestellt. Die dargestellten Zahlen zum Vergleichszeitraum 2001 beziehen sich auf die zum Stichtag jeweils gültige Unternehmenszusammensetzung der Travel24.com-Gruppe.

### Wirtschaftliche Einflussfaktoren

Der Touristiksektor wird stark durch saisonale Faktoren (z.B. Urlaubszeiten) und die weltpolitische Lage (z.B. Kriege, Terroranschläge) beeinflusst. Die Terroranschläge in New York und Washington am 11. September 2001 führten zu einem zurückhaltenden Buchungsverhalten bei den Endverbrauchern. Die Angst vor weiteren Anschlägen und die bestehenden Unsicherheiten in Bezug auf wirtschaftliche und politische Entwicklungen wirkten sich nachhaltig auf die Buchungseingänge aus. Besonders betroffen war dabei das Veranstaltergeschäft, während sich das Vermittlergeschäft gut behaupten konnte und stabile Umsatzzuwächse ausweisen kann.

### Erläuterungen zur Bilanz

Die Bilanzsumme ist im Vergleich zum 31. Dezember 2001 um € 4,4 Mio. auf € 13,1 Mio. gesunken. Die kurzfristigen Verbindlichkeiten sind um insgesamt € 0,9 Mio. gesunken. Diese Veränderung resultiert im Wesentlichen aus einer Reduzierung der Rückstellungen in gleicher Höhe.

Bei den kurzfristigen Vermögensgegenständen ergibt sich die Verringerung gegenüber dem Vorquartal aus den um € 3,8 Mio. gesunkenen liquiden Mitteln und der Verringerung der aktiven Rechnungsabgrenzungsposten um € 1,1 Mio. sowie aus dem Anstieg der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen um € 0,9 Mio. Die Eigenkapitalquote von 35,7% am 31. Dezember 2001 ist auf 21,1% zum 31. März 2002 gesunken.

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 Bruttobetrags. Eine Verminderung um zuzuordnende Ertragssteuern erfolgte damit nicht.

Die weiteren Positionen in der Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung und Kapitalflussrechnung, die keinen Betrag ausweisen, sind in dem angegebenen Zeitraum nicht oder nur in unerheblichen Maße angefallen. Davon sind in der Bilanz die Positionen „Nach der Equity-Methode bilanzierte Finanzanlagen“, „Sonstige Vermögensgegenstände“, „Kurzfristiger Anteil der Finanzleasingverbindlichkeiten“, „Verbindlichkeiten im Verbundbereich“, „Umsatzabgrenzungsposten“ (siehe „Erhaltene Anzahlungen“), „Langfristige Verbindlichkeiten“ und „Kumuliertes sonstiges Gesamtergebnis“ betroffen. In der Gewinn- und Verlustrechnung handelt es sich um die Positionen „Beteiligungserträge“, „Erträge/ Aufwendungen aus nach der Equity Methode bilanzierten Finanzanlagen“, und „Währungsgewinne/-verluste“. Ebenso wirken sich die Positionen „Abschreibungen auf Finanzanlagen“, „Zugänge zu immateriellen Vermögensgegenständen“ und „Erlöse aus der Ausgabe von Aktien“ nicht oder nur unwesentlich in der Kapitalflussrechnung aus.

## Segmentsberichterstattung (in € 000)

### Segmente Q1 / 2002

	Travel Products	Travel Marketing & Distribution	Travel Technology	Elimi- nierungen	Travel24- Konzern
	€	€	€	€	€
Außenumsätze	3.211	1.592	260	0	5.063
Konzerninterne Umsätze	0	0	195	-195	0
<b>Umsätze gesamt</b>	<b>3.211</b>	<b>1.592</b>	<b>455</b>	<b>-195</b>	<b>5.063</b>
operatives Ergebnis	-1.480	-1.200	-631	409	-2.902
Aktiva	2.877	15.018	1.038	-5.856	13.077
Abschreibungen	86	63	44	-1	192

### Segmente Q1 / 2001

	Travel Products	Travel Marketing & Distribution	Travel Technology	Elimi- nierungen	Travel24- Konzern
	€	€	€	€	€
Außenumsätze	9.925	795	257	0	10.978
Konzerninterne Umsätze	0	0	180	-180	0
<b>Umsätze gesamt</b>	<b>9.925,196</b>	<b>795,521</b>	<b>437,240</b>	<b>-180</b>	<b>10.978</b>
operatives Ergebnis	-2.186	-4.826	-743	-143	-7.897
Aktiva	5.960	50.601	2.605	-13.658	45.507
Abschreibungen	80	217	70	0	367

## Ergebnis je Aktie

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

	01.01. - 31.03.2002	01.01. - 31.03.2001
Gewichteter Durchschnitt der sich im Umlauf befindlichen Aktien	10.097.314	9.428.987
Ergebnis nach Steuern ohne außerordentliche Erträge (in € 000)	- 3.182	- 7.916
Ergebnis je Aktie ohne außerordentliche Erträge (in €)	- 0,32	- 0,84
Gezahlte Ausschüttung	0	0
Ausschüttung je Aktie	0	0

## Cash Flow aus Geschäftstätigkeit

In den ersten drei Monaten diesen Jahres betrug der Cash Flow aus Geschäftstätigkeit € -3,6 Mio. Der maßgebliche Einflussfaktor war das Konzernergebnis in Höhe von € -3,5 Mio.

## Cash Flow aus Investitionstätigkeit

Der Cash Flow aus Investitionstätigkeit weist vom 01. Januar bis 31. März 2002 keinen wesentlichen Zahlungsmittelabfluss aus.

## Cash Flow aus Finanzierungstätigkeit

Im Laufe des ersten Quartals 2002 wurden keine Cash Flow beeinflussenden Veränderungen im Finanzierungsbereich bilanziert.

## 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 Quartal 2002 wurden keine Aktien erworben oder übertragen. Per 31.03.2002 beträgt der Bestand an namenslosen Stückaktien insgesamt 375.292 Stück.

## 8. Veränderungen im Aufsichtsrat

Herr Dr. Hellmut K. Albrecht hat mit Wirkung zum 14. Januar 2002 sein Mandat als Aufsichtsrat der Travel24.com AG aus persönlichen Gründen niedergelegt.

## 9. Anzeige gemäß § 92 I AktG

Die Gesellschaft zeigt gemäß § 92 I AktG an, dass die Hälfte des Grundkapitals aufgebraucht ist. Vor diesem Hintergrund wurde dieser Punkt in die Tagesordnung der Hauptversammlung integriert.

## 10. Wertpapierbestände Vorstand und Aufsichtsrat

	Aktienbestand zum 31.03.2002	Aktienoptionen zum 31.03.2002
<b>Vorstand</b>		
Philip Kohler	0	30.000
Marc Maslaton	317.520	0
Knut Wehner	86.673 <sup>1</sup>	6.000
<b>Aufsichtsrat</b>		
Cristofor-Guillem Henn	17.998	0
Dr. Armin Reiners	0 <sup>2</sup>	0
Hans-Joachim Richter	0	0
Joachim Semrau	0 <sup>3</sup>	0
Andrea Wessels	23.823	0

<sup>1</sup> Bestand ohne treuhänderisch von Dritten gehaltene Stücke: 43.673 Aktien

<sup>2</sup> Dr. Reiners hält 3.448 Aktien als Treuhänder.

<sup>3</sup> Bestand incl. Treuhandsverflechtung: 43.000 Aktien

## 11. Unternehmenskalender

12. Juni 2002	Jahreshauptversammlung
28. August 2002	Veröffentlichung Halbjahresbericht 2002
27. November 2002	Veröffentlichung Neun-Monats-Bericht 2002

## 12. Impressum

### Herausgeber

Travel24.com AG  
Motorstraße 56  
80809 München

WKN: 748750  
ISIN: DE0007487506

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

### Redaktion

Investor Relations

### Kontakt

#### Investor Relations

Ansprechpartner: Dr. Matthias Maslaton  
Hotline: 0800-T24AKTIE (0800-82425843)  
Fax: 089-25007-1021  
[ir@travel24.com](mailto:ir@travel24.com)

#### Buchungen und Reiseservices

Hotline: 01805-252560  
[info@travel24.com](mailto:info@travel24.com)