



# Travel24.com AG



**Das Wichtigste  
in Kürze**

**Bilanzpressekonferenz  
30. März 2004**

# Historie



**Travel24.com AG, München, wurde am 22. Februar 1996 als Travel Line AG München gegründet.**

**Der Firmenname wurde am 14. Februar 2000 in Travel24.com AG geändert.**

**15. März 2000                    Börsengang Neuer Markt Frankfurt  
    WKN 748 750**

**Seit 1. Januar 2003 Notierung im Prime Standard**

# Unsere Positionierung



**Travel24.com bringt den Kunden die neue Erlebniswelt des Reisens direkt ins Haus.**

**Das unabhängige Reiseunternehmen bietet crossmedialen Zugriff via Internet und Telefon auf alle Reiseinformationen und Reiseangebote. Unterstützt durch persönliche Fachberatung. 24 Stunden am Tag.**

**Diese Verknüpfung der Vorteile aus New und Old Economy macht die Travel24.com AG zum Markt- und Meinungsbildner im e-Travel.**

# Unser Konzept

**Kerngeschäft der Travel24.com AG ist der Verkauf von Reisen. Diesem zentralen Anspruch ordnet sich jede Geschäftstätigkeit unter:**

- Reisevermittlung
- Reisetechnologie
- Reiseservice



# Reisevermittlung

**travel24.com**  
Urlaub zum Greifen nah.

Die Travel24.com AG bietet das komplette Reiseprogramm:  
**Alle großen Veranstalter, über 750 Airlines und mehr als  
50.000 Hotels, Linienflüge, Charter und Last Minute,  
Pauschalreisen, Kreuzfahrten, Ferienhäuser, Mietwagen  
und Versicherungen.**



# Reisetechnologie



**Bessere Technologie bedeutet besseren Service am Kunden.**

**Einfache Bedienung und Navigation, direkte Zugänge, Call-Back-Button, laufendende Verfügbarkeitsprüfung und Echtzeitbuchung mit Sicherheit im Zahlungsverkehr.**

**Die Buchungsmaschine AG als 100%ige Tochter der Travel24.com AG entwickelt und vertreibt Buchungsmodule für die Bereiche: Linienflug, Charterflug, Last-Minute und Pauschalreisen.**



# Reiseservice



**Berichte über ferne Länder, Bilder zum Träumen, Zielgebietsvideos, Landkarten, Routenpläne etc. lassen auf den Websites der Travel24.com AG eine neue Reise- und Erlebniswelt entstehen.**

**Persönliche Beratung und One-to-One Marketing bilden dazu die sichere Brücke zwischen Alter und Neuer Welt, sprich Reisebüro und Internet. Deshalb sorgen bei der Travel24.com AG geschulte Reisespezialisten in eigenen Call-Centern für kompetente Beratung und Sicherheit, 7 Tage die Woche, 24 Std. am Tag.**

**Diese einzigartige Kombination aus Information und Service bindet den Kunden und führt ihn einfach und direkt zu Produktangebot und Buchung.**

# Deutscher e-Travelmarkt 2002 und 2005



## Deutscher e-Travelmarkt:

**2002: ca. €0,83 Mrd.**

**2005: ca. €6,42 Mrd.**

Umsatz Travel24.com  
€24,8 Mio. =  
3 % Marktanteil

3 % Marktanteil =  
Umsatz €192,6 Mio.

Quelle: PhoCus Wright Inc. Studie: Europ. Reisemarkt 2002-2005



e-Travel:

**Wachstumsmarkt  
der Gegenwart und Zukunft  
trotz schwachem Offline-Markt**

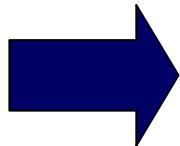
# Kennzahlen 2003



<u>in Mio. €</u> (außer Erg./Aktie; Mitarbeiter)	2003	2002
Vermittelter Reiseumsatz	23,9	24,8
Umsatzerlöse (netto)	3,4	4,1
EBITDA	- 1,5	- 6,6
EBIT	- 1,7	- 7,1
Konzernjahresfehlbetrag	- 1,7	- 7,0
Ergebnis je Aktie (€)	- 0,16	- 0,68
Cash Flow operativ	- 3,1	- 5,7
Mitarbeiter per 31.12. (Anz.)	79	78

## **Wesentliche Ereignisse 2002/2003**

- Abschluss der Restrukturierung
- Refokussierung auf die Kerngeschäftsbereiche
- Striktes Kostenmanagement
- Positives Ergebnis im 2. und 3. Quartal 2003
- Effizienter (Online-) Einsatz des Marketingbudgets
- Gute Positionierung im Wachstumsmarkt e-Travel



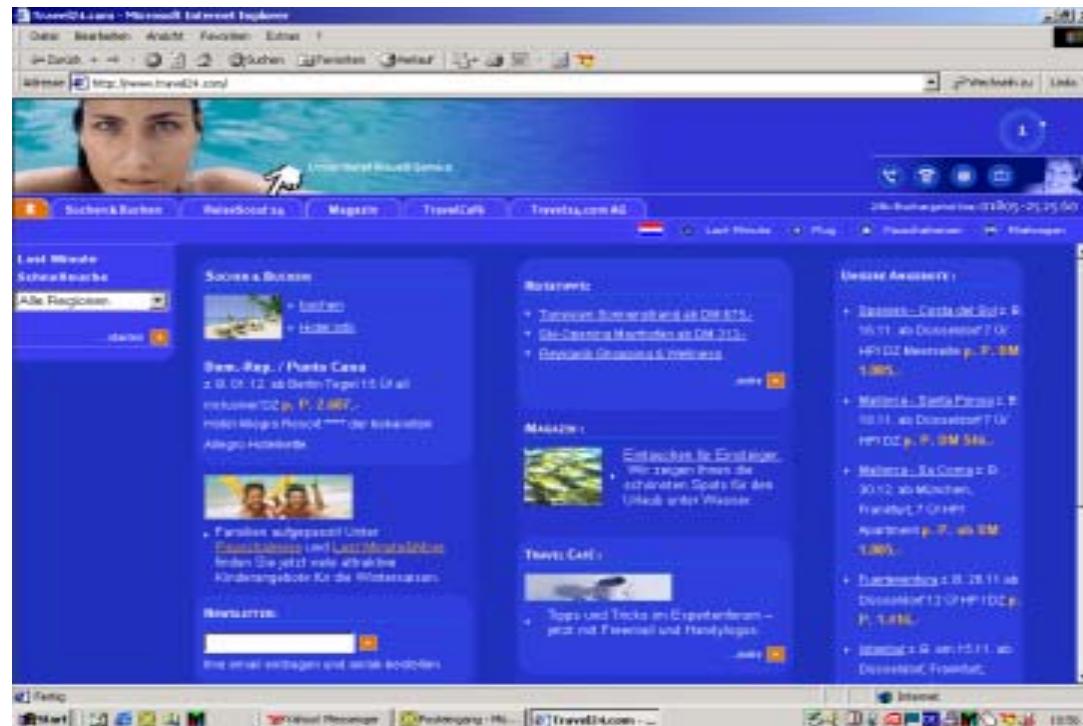
**Travel24.com -  
gut gerüstet für die Zukunft**

## Die Entwicklung der Site 2000 - 2004



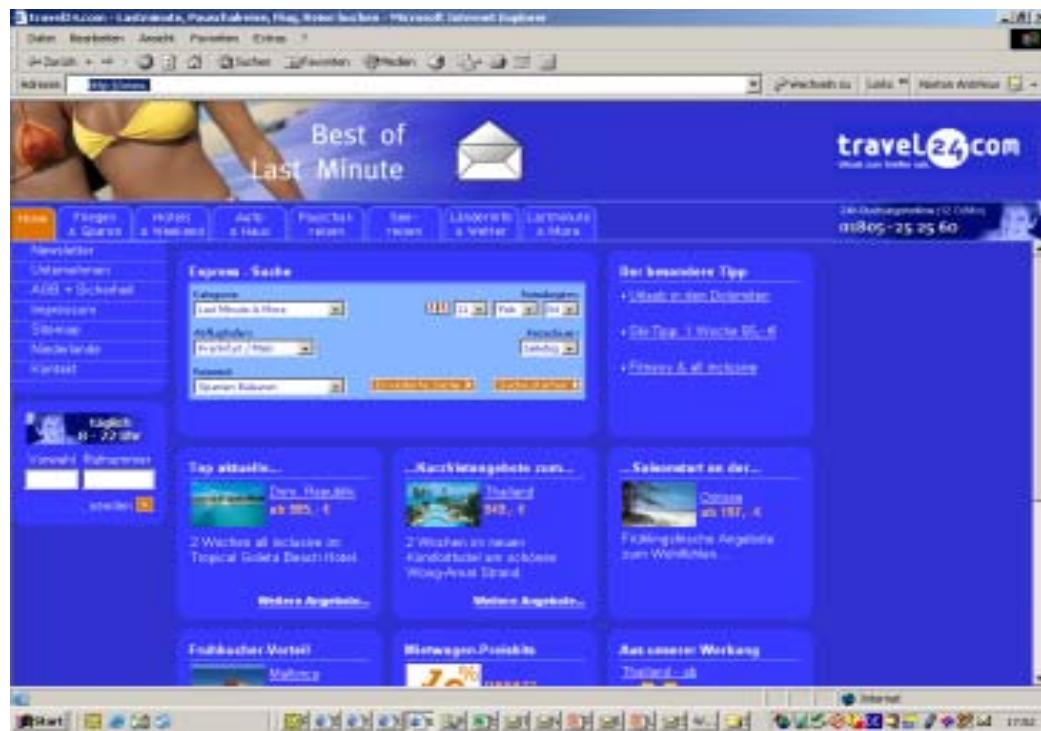
2000: Fokussierung auf Reiseinformationen

# Die Entwicklung der Site 2000 - 2004



**2001/2002: Gleicher Anteil von Informationen und Produkten**

## Die Entwicklung der Site 2000 - 2004



2003: Fokussierung auf Produkte

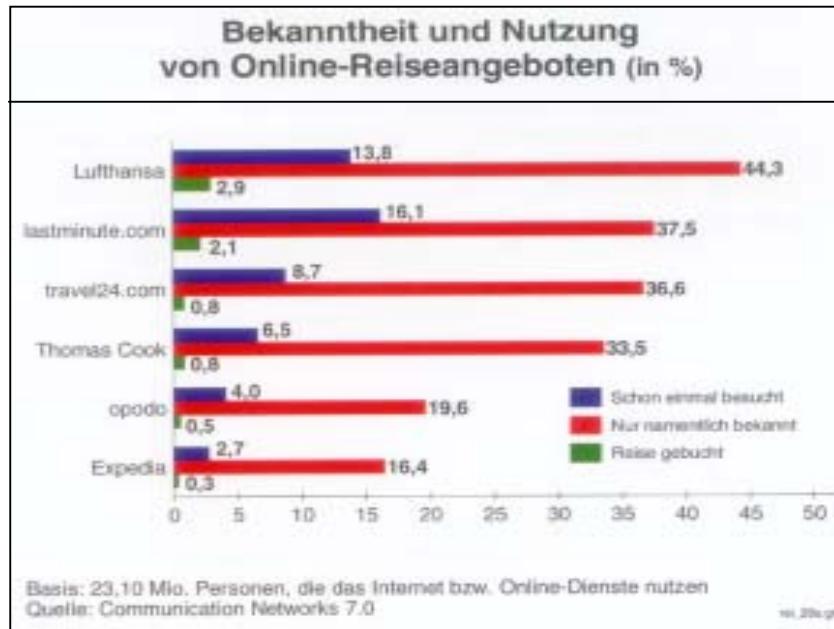
## Die Entwicklung der Site 2000 - 2004



2004: Fokussierung auf E(motional)-Commerce

# Travel24.com – eine erfolgreiche Marke

**travel24.com**  
Urlaub zum Greifen nah.



Quelle: Communication Networks 7.0, Focus medialine, Februar 2004

# Erfolgreiches Online-Marketing



Domain-  
Management

Keyword-  
Optimierung

Traffic-  
Routing

Microsites

Sponsored  
Links



Urlaub zum Greifen nah.

# Zusammenfassung

**travel24.com**  
Urlaub zum Greifen nah.

- Erfolgreiche Fokussierung auf Kernkompetenzen
- Erfolgreiches cpo-Modell im Marketing
- Ergebnisorientierte Wachstumsstrategie
- Starke Marke
- Trendsetter: E(motional)-Commerce