

## Finanzlage

Der Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit der hotel.de AG hat sich im Geschäftsjahr 2012 wieder deutlich auf 2,40 Mio. Euro verbessert (2011: 1,18 Mio. Euro). Positiv wirkte sich dabei der Anstieg der Verbindlichkeiten aus. Der Cashflow aus Investitionstätigkeit belief sich auf -3,85 Mio. Euro gegenüber -0,31 Mio. Euro im Vorjahr und war dabei stark von Investitionen in Wertpapiere des Anlagevermögens geprägt. Die Investitionen in Sachanlagen (0,80 Mio. Euro) und immaterielle Vermögensgegenstände (0,17 Mio. Euro) machten insgesamt 0,97 Mio. Euro aus. Die Auszahlungen für Investitionen in Finanzanlagen (10,56 Mio. Euro) überstiegen vergleichbare Einzahlungen (7,68 Mio. Euro) um 2,88 Mio. Euro, was zu einem entsprechenden Barmittelabfluss führte. Darin spiegelt sich die laufende Optimierung des Wertpapierportfolios und des Cash-Managements wider. Der Cashflow aus Finanzierungstätigkeit belief sich auf -0,24 Mio. Euro (2011: -1,82 Mio. Euro) und setzte sich aus der Dividendenausschüttung in Höhe von 0,15 Mio. Euro sowie der Tilgung von Bankkrediten in Höhe von 0,09 Mio. Euro zusammen.

Insgesamt verringerte sich der Finanzmittelfonds damit um 1,70 Mio. Euro von 10,82 Mio. Euro auf 9,12 Mio. Euro. Unter Einbeziehung der jederzeit veräußerbaren Wertpapiere des Anlagevermögens in Höhe von 13,47 Mio. Euro hätte sich ein Finanzmittelbestand zum 31. Dezember 2012 von 22,59 Mio. Euro (Vorjahr: 21,45 Mio. Euro) ergeben. Damit verfügt die hotel.de AG, gemessen an den einschlägigen Liquiditätskennziffern, weiterhin über eine sehr komfortable Liquiditätsausstattung.

## Außenbilanzielle Verpflichtungen

An sonstigen finanziellen Verpflichtungen bestehen insgesamt 8,44 Mio. Euro (Vorjahr: 10,47 Mio. Euro). Die größte Position entfällt auf Mietverträge für Gebäudemieten in Höhe von 6,41 Mio. Euro. Daneben bestehen vertragliche Verpflichtungen gegenüber den Tochtergesellschaften zur Kostenübernahme für das Jahr 2013 in Höhe von 3,92 Mio. Euro. Für das Jahr 2014 betragen diese nach vorläufigen Schätzungen 4,03 Mio. Euro.

## Gesamtaussage zur Geschäftsentwicklung

Die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen haben sich im Laufe des vergangenen Geschäftsjahres kontinuierlich verschlechtert, so dass die deutsche Wirtschaftsleistung im vierten Quartal 2012 um 0,6 % geschrumpft ist. Im Euroraum wirkten sich die Folgen der Staatsschuldenkrise weiterhin negativ auf das Wirtschaftswachstum aus und belasteten die Entwicklung der Reisebranche in diesen Ländern. Diese ungünstigen Rahmenbedingungen wirkten sich entsprechend negativ auf die Geschäftsentwicklung der hotel.de AG im Geschäftsjahr 2012 aus. So entwickelten sich das provisionsfähige Nettobuchungsvolumen und das provisionsfähige Nettoabreisevolumen im Jahresverlauf sehr unbefriedigend und übertrafen das Vorjahresniveau nur minimal. Dank der im März 2012 vorgenommenen Anhebung der Standardprovision für Einzelhotels von 12 % auf 15 % konnte die hotel.de AG im Geschäftsjahr 2012 trotzdem einen Umsatzanstieg von 11 % gegenüber dem Vorjahr erzielen. Die Ertragslage wurde, nicht zuletzt vor dem Hintergrund der zunehmenden Wettbewerbsintensität, weiterhin durch die anhaltend hohen Investitionen in den Ausbau und die Internationalisierung des Geschäftsmodells belastet, so dass das EBIT mit 0,50 Mio. Euro hinter dem Vorjahreswert von 1,19 Mio. Euro zurückblieb (wobei der EBIT im Vorjahr durch eine einmalige Sonderzahlung

in Höhe von 1 Mio. Euro beeinflusst wurde). Umsatz und EBIT lagen somit jeweils unter den eigenen Planungen, was insbesondere auf die sehr schwache Entwicklung im Buchungsvolumen des 4. Quartals 2012 zurückzuführen war. Vor diesem Hintergrund ist der Vorstand mit der Entwicklung im abgelaufenen Geschäftsjahr insgesamt nicht zufrieden, sieht das Unternehmen jedoch gut gerüstet, um bei einer Erholung des gesamtwirtschaftlichen Umfelds wieder zu einem stärkeren Wachstum zurückzukehren.

#### **Nichtfinanzielle Leistungsindikatoren**

Die hotel.de AG verfügt über eine Reihe wesentlicher nichtfinanzierlicher Leistungsindikatoren, die sich auf die Geschäftsentwicklung auswirken. Dazu zählen neben den Mitarbeitern, auf deren Entwicklung im folgenden Kapitel ausführlich eingegangen wird, auch die Markenbekanntheit von [www.hotel.de](http://www.hotel.de) und [www.hotel.info](http://www.hotel.info), die Bindung und Neugewinnung der Hotel- und Buchungskunden, die Qualität der Dienstleistung sowie die IT-Kompetenz.

Die selbsterklärenden und einprägsamen Domainnamen [www.hotel.de](http://www.hotel.de) und [www.hotel.info](http://www.hotel.info) haben sich zunehmend als starke Marken im In- und Ausland etabliert und machen diese Marken zu einem immateriellen Wert für die hotel.de AG. Das über Jahre erarbeitete positive Image der Marken ist für den Geschäftserfolg von hoher Bedeutung und wird durch die zahlreichen Marketingmaßnahmen weiter ausgebaut (vgl. Kapitel Marketing).

Darüber hinaus ist ein flächendeckendes Hotelangebot in den einzelnen Ländern Grundvoraussetzung für den Erfolg des Geschäftsmodells. Zur Hotel- und Neukundengewinnung verfügt die hotel.de AG daher über IT-unterstützte Maßnahmen, die kon-

tinuierlich weiterentwickelt werden. Dies ist insbesondere bei der Erschließung neuer internationaler Märkte von Bedeutung.

Mit ihrem Online-Buchungsportal bietet die hotel.de AG eine Dienstleistung, die stets den höchsten Qualitätsansprüchen genügen muss, um dauerhaft am Markt erfolgreich zu sein. Dazu gehören neben den Internetseiten [www.hotel.de](http://www.hotel.de) und [www.hotel.info](http://www.hotel.info) auch die mobile Website [m.hotel.de](http://m.hotel.de) sowie die mobilen Applikationen für Smartphones und Tablet PCs. Das Unternehmen investiert hier kontinuierlich in die Weiterentwicklung, die Pflege und den Ausbau dieser Anwendungen, z. B. die Übersetzung in weitere Sprachen oder die Anpassung an weitere mobile Endgeräte.

Als Online-Dienstleister muss die hotel.de AG die neuesten Technologietrends frühzeitig erkennen und umsetzen können, um den Bedürfnissen der Kunden in einem sich schnell wandelnden Branchenumfeld gerecht zu werden. Dazu investiert das Unternehmen fortlaufend in die IT-Entwicklung, die Qualifizierung und die Einstellung neuer IT-Spezialisten sowie in die kontinuierliche Erneuerung der Hard- und Software.

#### **Mitarbeiter**

Am 31. Dezember 2012 waren 469 Mitarbeiter bei der hotel.de AG beschäftigt. Gegenüber dem 31. Dezember 2011 ist die Anzahl damit um vier Mitarbeiter bzw. 1,0 % gestiegen (Vorjahr 465). Darin enthalten waren 104 Teilzeitmitarbeiter, Aushilfen und Werkstudenten (Vorjahr: 108). Insgesamt entspricht das inkl. der Vorstände und Auszubildenden 439 (Vorjahr: 425) Vollzeitäquivalenten (FTE). Einstellungen wurden im vergangenen Jahr hauptsächlich in den Bereichen IT und Produktmanagement vorgenommen. Im Jahresdurchschnitt beschäftigte die hotel.de AG 468 Mitarbeiter (Vorjahr: 449).