



**Zwischenmitteilung innerhalb des ersten Halbjahres**

2021

# Auf einen Blick

## Kennzahlen

Zeitraum		01.01. bis 31.03.2021	01.01. bis 31.03.2020
Umsatzerlöse	TEUR	<b>6.651</b>	5.309
Betriebsergebnis	TEUR	<b>1.123</b>	196
Konzernergebnis	TEUR	<b>1.120</b>	189
Cashflow aus der laufenden Geschäftstätigkeit	TEUR	<b>1.699</b>	950
Liquide Mittel (zum 31. März 2021 und 31. Dezember 2020)	TEUR	<b>10.650</b>	9.040
Bilanzsumme (zum 31. März 2021 und 31. Dezember 2020)	TEUR	<b>16.834</b>	15.082
Mitarbeiter (FTE, jeweils zum 31. März)		<b>105</b>	112

## Finanzkalender

30.03.2021	Geschäftsbericht für das Geschäftsjahr 2020
<b>20.05.2021</b>	<b>Zwischenmitteilung innerhalb des ersten Halbjahres 2021</b>
31.08.2021	Halbjahresfinanzbericht 2021
10.08.2021	Hauptversammlung 2021 in Berlin
09.11.2021	Zwischenmitteilung innerhalb des zweiten Halbjahres 2021
31.12.2021	Ende des Geschäftsjahres 2021

---

# Inhalt

---

<b>Auf einen Blick</b>	<b>2</b>
Kennzahlen	2
Finanzkalender	2
<b>Brief des Vorstands</b>	<b>4</b>
<b>Konzern-Gesamtergebnisrechnung</b>	<b>7</b>
<b>Konzern-Bilanz</b>	<b>8</b>
<b>Konzern-Kapitalflussrechnung</b>	<b>10</b>
<b>Geschäftsentwicklung</b>	<b>11</b>
I. Geschäft und Strategie	11
II. Wirtschaftliche Rahmenbedingungen und Geschäftsverlauf	11
III. Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage	14
IV. Nachtragsbericht	16
V. Risiko- und Chancenbericht	16
VI. Prognosebericht	16

---

# Brief des Vorstands

---

## **Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,**

MyHammer startete wieder sehr erfolgreich in das neue Geschäftsjahr und konnte die Umsatzerlöse gegen ein starkes, weitgehend Pandemie-unbelastetes Vorjahresquartal um 25 % steigern. Diese Umsatzentwicklung wurde vorwiegend durch die Erhöhung des aktiven HandwerkerNetzwerkes, die verbesserte Monetarisierung der Kundenbasis und durch eine starke Erhöhung der eingestellten Ausschreibungen der Privatkunden getragen. Im Gegensatz zum Vorjahresquartal, das erst ab Mitte März von der Corona-Pandemie beeinflusst wurde, war das 1. Quartal 2021 insgesamt durch die dynamische Entwicklung der Coronavirus-Pandemie und weitgehenden Lockdown-Maßnahmen beeinflusst. MyHammer startete davon unberührt in das Geschäftsjahr 2021 und erzielte in den ersten drei Monaten Umsatzerlöse in Höhe von TEUR 6.651. Gegenüber dem Umsatz im Vorjahreszeitraum von TEUR 5.309 bedeutet dies eine Steigerung um TEUR 1.342. Auch das operative Betriebsergebnis (EBIT) verbesserte sich mit TEUR 1.123 deutlich gegenüber dem Vorjahr mit TEUR 196. Der operative Cashflow war mit TEUR 1.699 ebenfalls deutlich besser als im Vorjahreszeitraum mit TEUR 950.

Auch unsere nicht-finanziellen Kennzahlen entwickelten sich gegenüber einem bereits starken 1. Quartal 2020 noch einmal deutlich dynamischer. Das Umsatzwachstum wird im Wesentlichen durch das Wachstum unseres aktiven Kundenstammes sowie einer Erhöhung der Anzahl der eingestellten Ausschreibungen durch die Konsumenten angetrieben. Diese beiden nicht finanziellen Kennzahlen beeinflussen insbesondere den Umsatz aus bestätigten Kontakten. Der Umsatz aus Partnerpaketen wird vor allem durch die durchschnittliche Anzahl an Handwerkern mit einem Laufzeitpaket sowie deren ARPU bestimmt. Der durchschnittliche Bestand an Kunden, die in den ersten drei Monaten 2021 ein Laufzeitpaket abgeschlossen hatten, sank gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 16 % auf rund 14.200. Der ARPU gerechnet als Umsatz aus Partnerpaketen des Berichtszeitraums geteilt durch die durchschnittliche Anzahl an Laufzeitkunden erhöhte sich im Gegenzug um 11 % auf EUR 189. Im ersten Quartal 2021 konnten wir die Anzahl der durchschnittlich aktiven Handwerker und Dienstleister um 18 % auf rund 18.400 steigern. Besonders erfolgreich waren wir in den ersten 3 Monaten auch bei der Erhöhung der eingestellten Ausschreibungen von Konsumenten. So konnten im 1. Quartal 2021 gegenüber dem 1. Quartal 2020 rund 38 % mehr Neuausschreibungen erzielt werden. Wesentlicher Treiber für dieses Wachstum ist die vor allem im ersten Quartal ausgestrahlte TV-Kampagne, die sich gezielt an private Endkunden richtete. Ferner haben wir die Onlinemarketing-Aktivitäten verstärkt, die ebenfalls für mehr Ausschreibungen von privaten Endkunden sorgte. Maßgeblich für das außergewöhnlich starke Wachstum der Neuausschreibungen war darüber hinaus die während der Coronavirus-Pandemie stark gestiegene Präferenz der Konsumenten für digitale Angebote. Insgesamt belief sich die Zahl der eingestellten Ausschreibungen von Konsumenten in den ersten drei Monaten 2021 auf rund 364.500.

Bereits zum dritten Mal kürte MyHammer den Handwerker Azubi des Jahres. Als Partner für das Handwerk wollen wir den Nachwuchstalenten unserer Branche den Weg in die digitale Welt ebnen. Am Wettbewerb teilnehmen kann jeder, der eine Leidenschaft fürs Handwerk hat und in Deutschland oder Österreich eine Ausbildung im Bereich Bauhandwerk, Garten oder Kfz macht. Die angehende Stuckateurin Annalena Müller wurde von der MyHammer Fach-Jury zum Handwerker Azubi 2021 gewählt. Auf dem zweiten Platz landete die Dachdeckerin Ursula Esser als Vize-Gewinnerin vor den beiden Drittplatzierten, die Elektrikerin für Energie und Gebäudetechnik Josephine Kuhl und Tischler Marcus Mederacke. Coronabedingt fand die Preisverleihung per Livestream statt.

Sie sehen: MyHammer ist mit seiner Vermittlungsplattform gut positioniert und wir schaffen gleichermaßen Vorteile für unsere Handwerker wie für unsere Privatkunden. Unsere finanziellen wie nicht-finanziellen Kennzahlen zeichnen ein sehr erfreuliches Bild. Wir sehen uns daher auf einem guten Weg unsere für 2021 gesteckten Ziele eines Umsatzwachstums in einer Bandbreite von 20 bis 25 % sowie ein deutlich über dem Vorjahr liegendes operatives Ergebnis (EBIT) zu erreichen.

Kommen Sie gesund durch diese Zeit!

Berlin, im Mai 2021

**Ronald Egas**  
Vorstand (Vorsitz)

**Thomas Bruns**  
Vorstand



# Konzern-Gesamtergebnisrechnung

<b>in EUR</b>	<b>01.01.- 31.03.2021</b>	<b>01.01.- 31.03.2020</b>
1. Umsatzerlöse	6.651.021,54	5.309.203,27
2. Sonstige betriebliche Erträge	192.110,34	177.164,71
3. Materialaufwand	-1.224.968,71	871.551,96
4. Aufwendungen für Leistungen an Arbeitnehmer	-2.116.447,59	-2.072.829,30
5. Abschreibungen	-134.631,43	-117.346,95
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen	-2.244.295,23	-2.228.187,22
7. Betriebsergebnis	1.122.788,92	196.452,55
8. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	3.951,92	1.748,58
9. Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-6.695,88	-9.157,16
10. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	1.120.044,96	189.043,97
<b>11. Gesamtergebnis der Berichtsperiode</b>	<b>1.120.044,96</b>	189.043,97
unverwässertes Ergebnis je Aktie	0,157	0,027

# Konzern-Bilanz

in EUR	31.03.2021	31.12.2020
<b>Aktiva</b>		
<b>A. Langfristige Vermögenswerte</b>		
<b>I. Sachanlagen</b>	463.936,10	481.194,69
<b>II. Immaterielle Vermögenswerte</b>	303.007,24	329.939,79
<b>III. Nutzungsrechte</b>	957.869,32	1.032.670,27
<b>IV. Aktive latente Steuern</b>	2.651.725,76	2.651.725,76
	<b>4.376.538,42</b>	<b>4.495.530,51</b>
<b>B. Kurzfristige Vermögenswerte</b>		
<b>Forderungen und sonstige Vermögenswerte</b>		
1. Forderungen aus Dienstleistungen	1.311.854,36	537.234,38
2. Sonstige finanzielle Vermögenswerte	174.638,00	151.254,66
3. Sonstige Vermögenswerte	320.952,57	857.656,90
4. Zahlungsmittel und kurzfristige Einlagen	10.649.658,13	9.040.320,55
	<b>12.457.103,06</b>	<b>10.586.466,49</b>
<b>Bilanzsumme</b>	<b>16.833.641,48</b>	<b>15.081.997,00</b>

in EUR	31.03.2021	31.12.2020
<b>Passiva</b>		
<b>A. Eigenkapital</b>		
<b>I. Gezeichnetes Kapital</b>	7.117.391,00	7.117.391,00
<b>II. Kapitalrücklage</b>	38.453.517,22	38.453.517,22
<b>III. Gewinnrücklage</b>	-33.356.131,05	-34.476.176,01
	<b>12.214.777,17</b>	<b>11.094.732,21</b>
<b>B. Langfristige Verbindlichkeiten</b>		
<b>I. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen</b>	169.404,00	169.404,00
<b>II. Sonstige Verbindlichkeiten</b>	94.463,08	97.718,96
<b>III. Leasingverbindlichkeiten</b>	694.011,81	770.378,39
	<b>957.878,89</b>	<b>1.037.501,35</b>
<b>C. Kurzfristige Verbindlichkeiten</b>		
<b>I. Finanzielle Verbindlichkeiten</b>		
1. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	981.795,29	754.876,93
2. Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	80.811,52	31.334,15
3. Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	568.262,54	263.327,76
	<b>1.630.869,35</b>	<b>1.049.538,84</b>
<b>II. Sonstige Verbindlichkeiten</b>	675.152,05	549.646,94
<b>III. Vertragsverbindlichkeiten</b>	425.316,37	422.858,16
<b>IV. Leasingverbindlichkeiten</b>	302.558,67	300.630,52
<b>V. Verbindlichkeiten aus Steuern vom Einkommen und Ertrag</b>	627.088,98	627.088,98
	<b>3.660.985,42</b>	<b>2.949.763,44</b>
<b>Bilanzsumme</b>	<b>16.833.641,48</b>	<b>15.081.997,00</b>

# Konzern-Kapitalflussrechnung

<b>in EUR</b>	<b>01.01.- 31.03.2021</b>	<b>01.01.- 31.03.2020</b>
Ergebnis vor Steuern (EBT)	1.120.044,96	189.043,97
<b>Gesamtergebnis der Berichtsperiode</b>	<b>1.120.044,96</b>	<b>189.043,97</b>
Abschreibungen auf Vermögenswerte des Anlagevermögens	134.631,43	117.346,95
Veränderung der Forderungen aus Dienstleistungen sowie andere Vermögenswerte, die nicht zur Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	-261.298,99	317.365,83
Veränderung der Verbindlichkeiten aus L&L sowie anderer Schulden, die nicht zur Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	706.037,95	326.634,75
<b>Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit</b>	<b>1.699.415,35</b>	<b>950.391,50</b>
Auszahlungen für Investitionen in Sachanlagevermögen	-15.639,34	-9.905,00
<b>Cashflow aus der Investitionstätigkeit</b>	<b>-15.639,34</b>	<b>-9.905,00</b>
Tilgungsteil der Leasingraten	-74.438,43	-76.900,37
<b>Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit</b>	<b>-74.438,43</b>	<b>-76.900,37</b>
Zahlungswirksame Veränderung der Zahlungsmittel und kurzfristiger Einlagen	1.609.337,58	863.586,13
<b>Zahlungsmittel und kurzfristige Einlagen zu Beginn der Periode</b>	<b>9.040.320,55</b>	<b>4.052.752,27</b>
<b>Zahlungsmittel und kurzfristige Einlagen zum Ende der Periode</b>	<b>10.649.658,13</b>	<b>4.916.338,40</b>

---

# Geschäftsentwicklung

---

## I. Geschäft und Strategie

Die MyHammer Gruppe hat im ersten Quartal 2021 ihre auf nachhaltiges, profitables Wachstum ausgerichtete Strategie weiter umgesetzt und in den Ausbau des Produkt- und Leistungsspektrums sowie in die Neukundengewinnung investiert, insbesondere durch TV-Vermarktung. Die Darstellung der strategischen Zielsetzungen im Konzernlagebericht 2020 ist, ebenso wie die Erläuterungen zu Konzernstruktur, Geschäftsmodell und Steuerungskennzahlen, weiterhin zutreffend.

## II. Wirtschaftliche Rahmenbedingungen und Geschäftsverlauf

### 1. Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

In ihrem Frühjahrgutachten prognostizieren die führenden Wirtschaftsforschungsinstitute in ihrer 1. Gemeinschaftsdiagnose 2021 für das Bundeswirtschaftsministerium einen Anstieg des Bruttoinlandsproduktes um 3,7 Prozent im laufenden Jahr und um 3,9 Prozent im Jahr 2022. Demnach dürfte die Wirtschaftsleistung im ersten Quartal 2021 aufgrund des anhaltenden Shutdowns um 1,8 Prozent gesunken sein. Die neue Infektionswelle und die damit verbundenen Eindämmungsmaßnahmen führen zu einer Abwärtsrevision der Prognose für das Jahr 2021 um 1 Prozentpunkt im Vergleich zum Herbstgutachten 2020. In ihrer Prognose gehen die Institute davon aus, dass der derzeitige Shutdown zunächst fortgesetzt wird. Erneute Lockerungsschritte werden erst ab Mitte des zweiten Quartals erwartet, eine Aufhebung der Beschränkungen dann bis zum Ende des dritten Quartals. Im Zuge der Lockerungen erwarten die Institute für das Sommerhalbjahr eine kräftige Ausweitung der Wirtschaftsaktivität, vor allem bei den von der Pandemie besonders betroffenen Dienstleistungsbereichen. Angesichts der zu erwartenden Lockerungen dürfte auch die Erholung der Erwerbstätigkeit im Sommerhalbjahr an Fahrt gewinnen. Im Jahresdurchschnitt ist für das Jahr 2021 ein Anstieg der Erwerbstätigkeit um 26.000 Personen zu erwarten. Im Zuge der Lockerungen der Infektionsschutzmaßnahmen ab Mai wird auch die Zahl der Arbeitslosen verstärkt zurückgehen.

Die Bauwirtschaft wurde vergleichsweise wenig von der Corona-Pandemie in Mitleidenschaft gezogen. Im Jahr 2020 expandierten die Bauinvestitionen um 1,9%. Zwar kam es im Sommerhalbjahr in allen Bausparten zu kräftigen Rückgängen, im vierten Quartal legten die Investitionen sowohl im Wohnungsbau als auch im öffentlichen Bau aber wieder deutlich zu. Vor allem im Wohnungsbau dürften dazu Vorzieheffekte aufgrund der anstehenden Wiedererhöhung der Mehrwertsteuer zum Jahreswechsel entscheidend beigetragen haben. Im gewerblichen Bau setzte sich hingegen die rückläufige Tendenz fort. Im ersten Quartal 2021 dürften Sondereffekte die Bauinvestitionen merklich beeinträchtigt haben. So folgte auf die Vorzieheffekte durch die Mehrwertsteuererhöhung eine entsprechende Gegenbewegung. Besonders betroffen war hiervon die Produktion im Ausbaugewerbe, die von Dezember auf Januar um 16,6% einbrach. Dass auch in den übrigen Baubereichen die Produktionszahlen stark rückläufig waren, dürfte auch am Wintereinbruch zu Jahresbeginn liegen. Eine Vielzahl der Bauunternehmen berichteten im Januar und im Februar von witterungsbedingten Produktionseinschränkungen. Vor diesem Hintergrund dürfte insbesondere der Wohnungsbau trotz prall gefüllter Auftragsbücher im ersten Quartal merklich zurückgegangen sein. Im weiteren Prognosezeitraum wird sich die gute Baukonjunktur mit dem Wegfall der dämpfenden Sonderef-

fekte wieder durchsetzen. Das liegt vor allem am Wohnungsbau. Hier befinden sich sowohl die Auftragseingänge als auch die Auftragsbestände auf sehr hohem Niveau. Überdies bleiben die Rahmenbedingungen für Wohnungsbauinvestitionen äußerst anregend, denn das Finanzierungsumfeld bleibt vorteilhaft, und der Bedarf an Wohnraum bleibt hoch. Allerdings erwarten die Institute für den Jahresdurchschnitt 2021 aufgrund eines stark negativen ersten Quartals einen leichten Rückgang der Wohnungsbauinvestitionen um 0,2%. Im kommenden Jahr ist mit einem Anstieg von 4,3% zu rechnen.

Die digitale Entwicklung ändert, nach Einschätzung der Studie "Der Digitalisierungsindex für das Handwerk" des Deutschen Handwerksinstituts, die Art und Weise wie wir leben und wirtschaften. Auch Handwerksbetriebe werden vom digitalen Wandel erfasst. Kommunikationsstrukturen und Organisationsweisen wandeln sich, ebenso Tätigkeitsprofile und erforderliche Qualifikationen. Unter dem Stichwort Digitalisierung wird auch das Aufkommen von internetbasierten Plattformen verstanden. Hiermit verbunden sind neue Geschäftsmodelle, die teilweise das Potenzial haben, herkömmliche Märkte grundlegend umzustrukturieren. Im Handwerk sind in diesem Zusammenhang überwiegend Plattformen der Auftragsvermittlung (z. B. MyHammer), Ausschreibungsauktionen und Kommunikationsforen mit den Endverbrauchern von Bedeutung. Derartige Plattformen bieten für Handwerksbetriebe Chancen (z. B. erweiterter Marktradius, Zugang zu neuen Kundengruppen, etc.), aber auch Herausforderungen, beispielsweise dann, wenn sich nicht-handwerkliche Anbieter Zugang zu traditionell handwerklich dominierten Märkten verschaffen. Derzeit ist der Anteil des über Plattformen abgewickelten Umsatzes gemäß dieser Studie am Gesamtumsatz des Handwerks allerdings noch gering.

Mit unserer führenden Marktposition im Bereich der Online-Vermittlung von Aufträgen von Privat an Handwerker sind wir gut aufgestellt, um den Strukturwandel im Handwerk mit der fortschreitenden Digitalisierung der Märkte für MyHammer zu nutzen. Allerdings ist die gute Auftragslage im Handwerk auch für uns eine Herausforderung, um neue Handwerker von den Vorteilen zu überzeugen und als neue Kunden zu gewinnen.

## 2. Geschäftsverlauf

Im Gegensatz zum Vorjahresquartal, das erst ab Mitte März von der Corona-Pandemie beeinflusst wurde, war das 1. Quartal 2021 insgesamt durch die dynamische Entwicklung der Coronavirus-Pandemie und weitgehenden Lockdown-Maßnahmen beeinflusst. MyHammer startete davon unberührt sehr erfolgreich in das Geschäftsjahr 2021 und erzielte in den ersten drei Monaten Umsatzerlöse in Höhe von TEUR 6.651. Gegenüber dem Umsatz im Vorjahreszeitraum von TEUR 5.309 bedeutet dies eine Steigerung um TEUR 1.342 oder 25 %. Dieses starke Wachstum ist vor allem auf die bessere Monetarisierung der bestehenden Kundenbasis und eine deutliche Erhöhung des aktiven HandwerkerNetzwerkes zurückzuführen. Auch das operative Betriebsergebnis (EBIT) verbesserte sich mit TEUR 1.123 deutlich gegenüber dem Vorjahr mit TEUR 196. Der operative Cashflow war mit TEUR 1.699 ebenfalls deutlich besser als im Vorjahreszeitraum mit TEUR 950.

MyHammer soll auch in 2021 profitabel wachsen, wobei verstärkt in das Wachstum des aktiven Kundennetzwerkes investiert wird. Hierfür werden auch im laufenden Geschäftsjahr unterschiedliche Partnerpakettypen und Preismodelle am Markt getestet werden. Das Umsatzwachstum wird in 2021 im Wesentlichen durch das deutliche Wachstum unseres aktiven Kundenstammes sowie einer deutlichen Erhöhung der Anzahl der eingestellten Ausschreibungen durch die Konsumenten angetrieben. Diese beiden nicht finanziellen Kennzahlen beeinflussen insbesondere den Umsatz aus bestätigten Kontakten. Der Umsatz aus Partnerpaketen wird vor allem durch die durchschnittliche Anzahl an Handwerkern mit einem Laufzeitpaket sowie deren ARPU bestimmt.

Der durchschnittliche Bestand an Kunden, die in den ersten drei Monaten 2021 ein Laufzeitpaket abgeschlossen hatten, sank gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 16 % auf rund 14.200. Der ARPU gerechnet als Umsatz aus Partnerpaketen des Berichtszeitraums geteilt durch die durchschnittliche Anzahl an Laufzeitkunden erhöhte sich im Gegenzug um 11 % auf EUR 189. Mit der Einführung der Monetarisierung der bestätigten Kundenkontakte hat der nicht finanzielle Leistungsindikator

“Durchschnittliche Anzahl aktiver Handwerker und Dienstleister” für die Beurteilung des Geschäfts an Bedeutung gewonnen. Im ersten Quartal 2021 konnten wir die Anzahl der durchschnittlich aktiven Handwerker und Dienstleister um 18 % auf rund 18.400 steigern. Besonders erfolgreich waren wir in den ersten 3 Monaten auch bei der Erhöhung der eingestellten Ausschreibungen von Konsumenten. So konnten im 1. Quartal 2021 gegenüber dem 1. Quartal 2020 rund 38 % mehr Neuausschreibungen erzielt werden. Wesentlicher Treiber für dieses Wachstum ist die vor allem im ersten Quartal ausgestrahlte TV-Kampagne, die sich gezielt an private Endkunden richtete. Ferner haben wir die Onlinemarketing-Aktivitäten verstärkt, die ebenfalls für mehr Ausschreibungen von privaten Endkunden sorgte. Maßgeblich für das außergewöhnlich starke Wachstum der Neuausschreibungen war darüber hinaus die während der Coronavirus-Pandemie stark gestiegene Präferenz der Konsumenten für digitale Angebote. Insgesamt belief sich die Zahl der eingestellten Ausschreibungen von Konsumenten in den ersten drei Monaten 2021 auf rund 364.500.

### 3. Wesentliche Ereignisse im Berichtszeitraum

Aufgrund der Niederlegung des Aufsichtsratsmandats durch den langjährigen Aufsichtsratsvorsitzenden Dr. Jochen Gutbrod zum 31. Dezember 2020 hat die Gesellschaft ein neues Aufsichtsratsmitglied gerichtlich bestellen lassen. Das Amtsgericht Charlottenburg hat mit Beschluss vom 11. Januar 2021 Herrn Rechtsanwalt Christoph Partsch als neues Mitglied des Aufsichtsrats bestimmt. Herr Partsch ist am 3. Februar 2021 zum Vorsitzenden des Aufsichtsrats der MyHammer Holding AG gewählt worden. Seit dem 17. Januar 2021 ist er auch Aufsichtsrat der operativen MyHammer AG und auch dort Aufsichtsratsvorsitzender.

Am 11. Februar 2021 hat die HomeAdvisor International LLC, die über die HomeAdvisor GmbH rd. 84,27 % der Aktien an der MyHammer Holding AG hält, dem Vorstand der MyHammer Holding AG mitgeteilt, dass sie eine Verschmelzung der MyHammer Holding AG auf die Instapro II AG (AG Düsseldorf HRB 90821) anstrebt. Die Instapro II AG hat der MyHammer Holding AG daraufhin die Aufnahme von Verhandlungen über einen Verschmelzungsvertrag angeboten.

Die Instapro II AG ist eine nicht-börsennotierte indirekte Tochtergesellschaft der HomeAdvisor GmbH und wird im Zeitpunkt der Verschmelzung sämtliche Anteile an der Werkspot B.V., Tilburg (Niederlande), der Home Advisor Limited, London (Vereinigtes Königreich), und der Travaux.com, Aix-en-Provence (Frankreich) halten, die ihrerseits die digitalen Marktplätze für Handwerkerleistungen in den Niederlanden, im Vereinigten Königreich und in Frankreich betreiben und so wie die MyHammer Holding AG derzeit Tochtergesellschaften der HomeAdvisor International LLC sind. Ziel der Verschmelzung ist die Zusammenführung des europäischen HomeAdvisor-Geschäfts unter dem Dach der Instapro II AG. Der Vorstand der MyHammer Holding AG begrüßt die Verschmelzung und hat am 11.02.2021 beschlossen, in die von der Instapro II AG angebotenen Verhandlungen über einen Verschmelzungsvertrag einzutreten.

Der Verschmelzungsvertrag wird bei einem erfolgreichen Abschluss der Vertragsverhandlungen den Aktionären der MyHammer Holding AG, voraussichtlich in der am 10. August 2021 stattfindenden ordentlichen Hauptversammlung 2021, zur Zustimmung vorgelegt.

Im Rahmen der Verschmelzung sollen die Aktionäre der MyHammer Holding AG gem. den gesetzlichen Bestimmungen für ihre MyHammer-Aktien neue Aktien an der Instapro II AG erhalten. Das Umtauschverhältnis soll auf der Grundlage der Bewertung beider Gesellschaften nach dem Ertragswertverfahren unter Beachtung der anerkannten Grundsätze des Instituts der Wirtschaftsprüfer und der höchstrichterlichen Rechtsprechung ermittelt werden. Verschmelzungstichtag soll der 1. Januar 2021 sein. Es ist nach Mitteilung der Instapro II AG nicht geplant, im Rahmen der Verschmelzung für die Aktien der Instapro II AG eine Börsenzulassung zu beantragen. Da die Verschmelzung demnach auf eine nicht börsennotierte Gesellschaft erfolgt, wird die Instapro II AG in dem Verschmelzungsvertrag jedem Aktionär der MyHammer Holding AG, der gegen den Verschmelzungsbeschluss der MyHammer Holding AG Widerspruch zur Niederschrift erklärt, den Erwerb seiner Aktien

gegen eine angemessene Barabfindung anbieten. Die angemessene Barabfindung soll ebenfalls auf der Grundlage der vorgenannten Bewertung der MyHammer Holding AG ermittelt werden. Beide Unternehmen werden in den nächsten Wochen bewertet. Anschließend werden das Umtauschverhältnis und die angemessene Barabfindung festgelegt.

### **III. Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage**

#### **1. Ertragslage**

Die MyHammer Holding AG ist eine Holding, die keine eigenen operativen Geschäfte tätigt. Ihr obliegen im Wesentlichen Leitungsfunktionen für die MyHammer Gruppe sowie Aufgaben der Finanzierung. Sie erzielt keine signifikanten Umsatzerlöse mit Dritten.

MyHammer befindet sich weiterhin auf Wachstumskurs. So erzielte die MyHammer Gruppe im ersten Quartal 2021 Umsatzerlöse in Höhe von TEUR 6.651. Gegenüber dem Umsatz im Vergleichszeitraum von TEUR 5.309 entspricht dies einer Steigerung um TEUR 1.342 oder 25 %. Dieser Anstieg ist hauptsächlich auf die steigende Kundenzahl und den kontinuierlich steigenden Umsatz je Kunde zurückzuführen.

Die Umsätze aus Partnerpaketen sinken leicht gegenüber dem Vergleichszeitraum von TEUR 2.871 auf TEUR 2.679. Aus den Gebühren für bestätigte Kontakte erwirtschaftet die MyHammer Gruppe in dem Berichtszeitraum Umsätze in Höhe von TEUR 3.868. In der Vergleichsperiode wurden hieraus Umsatzerlöse von TEUR 2.345 generiert.

Gegenüber der Vorjahresperiode haben sich die sonstigen betrieblichen Erträge um TEUR 15 auf TEUR 192 (i.V.: TEUR 177) leicht erhöht.

Der Materialaufwand - im Wesentlichen Aufwendungen für Online-Marketing - ist gegenüber dem Vorjahreszeitraum um TEUR 353 von TEUR 872 auf TEUR 1.225 gestiegen. Die Aktivitäten im Onlinemarketing dienen insbesondere der Generierung von Traffic und umfassen wie schon im Vorjahr klassisches Suchmaschinenmarketing (SEM), Suchmaschinenoptimierung (SEO) und im kleineren Umfang Affiliate- und Display-Marketing, sowie die Anzeigenschaltung bei Facebook. Im Bereich des Suchmaschinenmarketings liegt der Schwerpunkt weiterhin auf der Optimierung unserer Konvertierungsraten (Neuausschreibungen und Paketverkäufe). Der gestiegene Materialaufwand lässt sich im Wesentlichen auf eine Budgeterhöhung in allen Online-Kanälen zurückführen. Diese Erhöhung ist der gestiegenen Anzahl an Handwerkern auf der MyHammer Plattform geschuldet, die einen höheren Bedarf an Ausschreibungen von Endkunden haben.

Die Aufwendungen für Leistungen an Arbeitnehmer stiegen im Berichtszeitraum bei leicht rückläufigen Mitarbeiterzahlen gegenüber dem Vorjahreszeitraum von TEUR 2.073 auf TEUR 2.116. Wesentlicher Grund für den leichten Kostenanstieg trotz Mitarbeiterrückgang sind Verschiebungen in der Mitarbeiterstruktur und jährliche Gehaltsanpassungen. Im ersten Quartal 2021 waren durchschnittlich 107 Mitarbeiter angestellt (i.V.: durchschnittlich 110 Mitarbeiter, gerechnet als Vollzeitäquivalente (FTE)). Der Rückgang fand bei gleichbleibender Mitarbeiterzahl in der Produktentwicklung im Wesentlichen in den Bereichen Sales und in Customer Operations statt.

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen in Höhe von TEUR 2.244 stiegen gegenüber dem Vorjahr um TEUR 16 (i.V.: TEUR 2.228). Die wesentlichen Aufwandspositionen in diesem Bereich sind Aufwendungen für Marketing/PR-Kosten in Höhe von TEUR 1.521 (i.V.: TEUR 1.414), IT-Kosten für Serverhosting in Höhe von TEUR 195 (i.V.: TEUR 206) sowie IT- und sonstige Fremdarbeiten in Höhe von TEUR 144 (i.V.: TEUR 176). Die Steigung von Marketing/PR-Kosten um TEUR 107 resultiert aus höheren Ausstrahlungskosten für die TV-Werbung zwecks der Steigerung der Reichweite.

Der Aufwand aus Wertberichtigungen auf Forderungen betrug in ersten Quartal 2021 TEUR 131 (i.V.: TEUR 192). Bezogen auf den jeweiligen Umsatz des Berichtszeitraums entspricht dies einer Quote von 2 % (i.V.: 4 %).

Das Betriebsergebnis hat sich im Vorjahresvergleich von TEUR 196 um TEUR 927 auf TEUR 1.123 verbessert. Dies entspricht einer Steigerung von 473 %. Die gestiegene Profitabilität resultiert im Wesentlichen aus der Steigerung der Umsatzerlöse bei unterproportionaler Kostensteigerung.

Das Finanzergebnis lag mit TEUR 3 über dem Vorjahresniveau (i.V.: TEUR -7) und bestand in der Berichtsperiode in Wesentlichen aus dem Zinsaufwand aus der Aufzinsung der Leasingverbindlichkeit gemäß IFRS 16. Die Besserung des Finanzergebnisses ist auf die Anpassung des Zinssatzes gemäß IFRS 16 zurückzuführen.

Das in den ersten drei Monaten des laufenden Geschäftsjahres mit TEUR 1.120 erzielte Konzernergebnis stellt eine deutliche Verbesserung gegenüber dem Vorjahresergebnis dar (i.V.: TEUR 189). Hieraus resultiert zum Ende des Berichtszeitraums ein unverwässertes Ergebnis je Aktie von EUR 0,157

## 2. Vermögenslage

Die Bilanzsumme hat sich zum Zwischenbilanzstichtag auf TEUR 16.834 (31. Dezember 2020: TEUR 15.082) erhöht.

Die langfristigen Verbindlichkeiten haben sich im Vergleich zum 31. Dezember 2020 um TEUR 79 geringfügig vermindert. Der Anteil der langfristigen Vermögenswerte am Gesamtvermögen hat sich im Vergleich zum 31. Dezember 2020 verringert und liegt auf dem Niveau von 26 % (31. Dezember 2020: TEUR 47 %). Dies resultiert aus dem Anstieg von Zahlungsmitteln.

Die kurzfristigen Vermögenswerte haben sich von TEUR 10.586 zum 31. Dezember 2020 auf TEUR 12.457 zum 31. März 2021 erhöht. Diese resultieren im Wesentlichen aus der Erhöhung der liquiden Mittel. Diese stiegen von TEUR 9.040 auf TEUR 10.650 zum 31. März 2021. Dem wirkt der Rückgang der sonstigen Vermögenswerte von TEUR 537 entgegen. Die zum 31. Dezember 2020 abgegrenzten Aufwendungen für die TV-Werbung wurden entsprechend dem Leistungszeitraum im 1. Quartal 2021 aufgelöst.

Die Kapitalstruktur des Konzerns besteht überwiegend aus Eigenkapital. Die bilanzielle Eigenkapitalquote beträgt zum Zwischenbilanzstichtag 31. März 2021 73 % und hat sich somit gegenüber der Quote vom 31. Dezember 2020 i.H.v. 74 % unwesentlich verringert.

## 3. Finanzlage

In den ersten drei Monaten 2021 erzielte der MyHammer Konzern einen Cashflow aus der laufenden Geschäftstätigkeit in Höhe von TEUR 1.699 (März 2020: TEUR 950). Gegenüber dem Vergleichszeitraum verbesserte sich der Cashflow aus der laufenden Geschäftstätigkeit damit um TEUR 749. Dies ist im Wesentlichen auf den Umsatzanstieg aber auch auf die den operativen Cashflow erhöhende Entwicklung von Working Capital zurückzuführen.

Der Cashflow aus Investitionstätigkeiten in Höhe von TEUR -16 liegt leicht über dem Vorjahreswert von TEUR -10. Die Investitionen in das Sachanlagevermögen beziehen sich im Wesentlichen auf Arbeitsplatzausstattungen für neue Mitarbeiter bzw. auf Ersatzbeschaffungen.

Im ersten Quartal 2021 gab es Mittelabflüsse aus der Finanzierungstätigkeit in Höhe von TEUR -74 und sind leicht niedriger als der Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit zum 31. März 2020 von TEUR -77. Sie resultieren aus der Tilgung der Leasingraten.

Die liquiden Mittel erhöhen sich im Berichtszeitraum um TEUR 1.609 auf TEUR 10.650.

## **IV. Nachtragsbericht**

Ereignisse von besonderer Bedeutung, die nach dem Abschlussstichtag eingetreten sind und wesentlichen Einfluss auf die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage des Konzerns haben könnten, haben sich nicht ergeben.

## **V. Risiko- und Chancenbericht**

Aus Sicht der Gesellschaft ist die Risikolage seit der Erstellung des Geschäftsberichts 2020 unverändert. Eine detaillierte Aufstellung der wesentlichen Risiken und Chancen kann dort (Geschäftsbericht 2020, S. 49 ff.) entnommen werden. Der Geschäftsbericht kann im Internet unter [www.myhammer-holding.de](http://www.myhammer-holding.de) im Bereich Investor Relations/Finanzpublikationen heruntergeladen werden.

## **VI. Prognosebericht**

MyHammer kann für die ersten drei Monate des Geschäftsjahres 2021 trotz der weitgehenden Lockdown-Maßnahmen zur Eindämmung der Coronavirus-Pandemie eine sehr gute Geschäftsentwicklung vorweisen. Unsere finanziellen wie nicht-finanziellen Kennzahlen zeichnen ein sehr erfreuliches Bild. Wir sehen uns daher auf einem guten Weg unsere für 2021 gesteckten Ziele eines Umsatzwachstums in einer Bandbreite von 20 bis 25 Prozent sowie ein deutlich über dem Vorjahr liegendes operatives Ergebnis (EBIT) zu erreichen.

Die in diesem Bericht enthaltenen Aussagen über zukünftige Entwicklungen des Geschäftsverlaufes und des Geschäftsergebnisses sowie die Lage des Konzerns beruhen auf Einschätzungen des Vorstands nach bestem Wissen und Gewissen zum Zeitpunkt der Aufstellung des Abschlusses. Die Aussagen sind naturgemäß einer Reihe von Risiken unterworfen. Die tatsächlichen Ergebnisse können daher von den Erwartungen der voraussichtlichen Entwicklung abweichen, wenn eine der genannten oder auch andere Risiken eintreten oder sich die den Aussagen zugrunde liegenden Annahmen als unzutreffend erweisen.

Berlin, im Mai 2021

**Ronald Egas**  
Vorstand (Vorsitz)

**Thomas Bruns**  
Vorstand



MyHammer Holding AG  
Franklinstr. 28/29  
10587 Berlin  
**myhammer-holding.de**