



Zwischenmitteilung innerhalb des zweiten Halbjahres

2020

Auf einen Blick

Kennzahlen

Zeitraum		01.01. bis 30.09.2020	01.01. bis 30.09.2019
Umsatzerlöse	TEUR	15.395	13.096
Betriebsergebnis	TEUR	3.606	1.598
Konzernergebnis	TEUR	3.589	1.473
Cashflow aus der laufenden Geschäftstätigkeit	TEUR	4.446	2.541
Liquide Mittel (zum 30. September 2020 und 31. Dezember 2019)	TEUR	8.142	4.053
Bilanzsumme (zum 30. September 2020 und 31. Dezember 2019)	TEUR	14.783	11.335
Mitarbeiter (FTE, jeweils zum 30. September)		111	109

Finanzkalender

31.03.2020	Geschäftsbericht für das Geschäftsjahr 2019
07.05.2020	Zwischenmitteilung innerhalb des ersten Halbjahres 2020
31.08.2020	Halbjahresfinanzbericht 2020
22.09.2020	Hauptversammlung 2020 in Berlin
09.11.2020	Zwischenmitteilung innerhalb des zweiten Halbjahres 2020
31.12.2020	Ende des Geschäftsjahres 2020

Inhalt

Auf einen Blick	2
Kennzahlen	2
Finanzkalender	2
Brief des Vorstands	4
Konzern-Gesamtergebnisrechnung	7
Konzern-Bilanz	8
Konzern-Kapitalflussrechnung	10
Geschäftsentwicklung	11
I. Geschäft und Strategie	11
II. Wirtschaftliche Rahmenbedingungen und Geschäftsverlauf	11
III. Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage	13
IV. Nachtragsbericht	15
V. Risiko- und Chancenbericht	16
VI. Prognosebericht	16

Brief des Vorstands

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

MyHammer wuchs in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2020 sehr profitabel und erzielte trotz der Corona-Pandemie Umsatzerlöse in Höhe von TEUR 15.395. Gegenüber dem Umsatz im Vorjahreszeitraum von TEUR 13.096 bedeutet dies eine Steigerung von TEUR 2.299 oder 18 %. Auch das operative Betriebsergebnis (EBIT) verbesserte sich mit TEUR 3.606 deutlich gegenüber dem Vorjahr mit TEUR 1.598. Deutliche Kosteneinsparungen im Marketing und eine gestiegene Produktivität sind die wesentlichen Gründe für die stark gestiegene Profitabilität von 12 % im Vorjahreszeitraum auf 23 % in den ersten neun Monaten in 2020. Der operative Cashflow war mit TEUR 4.446 ebenfalls deutlich höher als im Vorjahreszeitraum mit TEUR 2.458.

Sehr stark verbesserten sich auch unsere nicht-finanziellen Kennzahlen im Berichtszeitraum. Der durchschnittliche Bestand an Kunden, die in den ersten neun Monaten 2020 ein Laufzeitpaket abgeschlossen hatten, sank gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 18 % auf rund 15.900. Der ARPU gerechnet als Umsatz aus Partnerpaketen des Berichtszeitraums geteilt durch die durchschnittliche Anzahl an Laufzeitkunden erhöhte sich im Gegenzug um 13 % auf EUR 585. In den ersten neun Monaten 2020 konnten wir die Anzahl der durchschnittlich aktiven Handwerker und Dienstleister um 21 % auf rund 15.460 steigern. Erfolgreich waren wir in den ersten neun Monaten auch bei der Erhöhung der eingestellten Ausschreibungen von Konsumenten. So konnten in 2020 gegenüber den ersten neun Monaten in 2019 rund 29 % mehr Neuausschreibungen generiert werden. Maßgeblich für das außergewöhnlich starke Wachstum der Neuausschreibungen im 2. und 3. Quartal 2020 war, neben unseren Marketingaktivitäten, 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 neun Monaten 2020 auf rund 983.000.

Die Coronavirus-Pandemie ist auch jetzt im Herbst noch immer das alles dominierende Thema, in der Politik, der Wirtschaft und vor allem in unser aller Privatleben. Die 2. Welle der Pandemie startet zwar deutlich stärker als erwartet, mit höheren Fallzahlen, aber wir sind als MyHammer deutlich besser darauf vorbereitet als zu Beginn der Pandemie. Auch in der jetzigen Phase hat die Gesundheit und Sicherheit unserer Mitarbeiter oberste Priorität für MyHammer. Wie schon zu Beginn der 1. Welle der Pandemie arbeiten unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter überwiegend im Home-Office. Im Büro werden alle Schutzmaßnahmen wie Abstandsregelungen und Hygienevorschriften eingehalten, so dass die Mitarbeiter, die von hier aus arbeiten wollen größtmöglich geschützt sind.

Mit unserer Webvideo-Strategie haben wir den PR Report Award 2020 in der Kategorie "Influencer Kommunikation" gewonnen. Der PR Report Award zeichnet außergewöhnliche Kommunikationskampagnen aus. Aufgesetzt in 2019, liegt der Fokus unserer Strategie auf der Kooperation mit Influencern. Unser Ziel: Eine junge Zielgruppe erreichen und dieser Lust aufs Handwerk machen. Das Handwerk leidet seit Jahren unter dem Mangel an Auszubildenden. Als wir uns 2019 für eine neue Webvideo-Strategie entschieden, wollten wir dieses Problem in den Mittelpunkt stellen. Wir wollen unsere Reichweite nutzen, um junge Menschen für das Handwerk zu begeistern und damit den Nachwuchs im Handwerk fördern. Durch die neue Webvideo-Strategie konnten wir innerhalb eines Jahres knapp 40.000 Abonnenten für unseren YouTube-Kanal generieren und erzielten 57,4 Millionen organische Views. Im Rahmen der Nachwuchsförderung ergeben sich außerdem Symbiosen zu einem weiteren unserer Formate: dem Azubi-Award. Der Award ehrt besonders engagierte Auszubildende im Handwerk.

Der Umsatz und das operative Ergebnis (EBIT) für die ersten neun Monate in 2020 konnten deutlich gesteigert werden. Jedoch hatte die Coronavirus-Pandemie in der zweiten Märzhälfte negative Auswirkungen auf die Aktivität von Handwerkern und privaten Endkunden auf unserer Plattform. Wir sehen seit Anfang April zwar deutliche Erholungstendenzen auf der Auftraggeberseite,

die wieder verstärkt Aufträge für Handwerker auf unserer Plattform einstellen, allerdings bleibt die Aktivität der Handwerker hinter unseren ursprünglichen Planungen zurück. Wir gehen daher weiterhin, wie schon im Geschäftsbericht 2019 formuliert, von einem belastenden Effekt durch die Coronavirus-Pandemie auf einige unserer finanziellen und nicht finanziellen Kennzahlen aus. Das Umsatzwachstum gegenüber 2019 wird deutlich geringer erwartet als vor der Coronavirus-Pandemie. Wir erwarten für das Gesamtjahr 2020 ein Umsatzwachstum in einer Bandbreite von 14 bis 16 Prozent. Das operative Ergebnis (EBIT) wird, aufgrund von bereits realisierten und zukünftig geplanten Kosteneinsparungen aber deutlich über dem Ergebnis von 2019 erwartet, und zwar in einer Bandbreite von 70 bis 90 Prozent.

Kommen Sie gesund durch diese Zeit!

Berlin, im November 2020

Ronald Egas
Vorstand (Vorsitz)

Thomas Bruns
Vorstand

Konzern-Gesamtergebnisrechnung

in EUR	01.01.- 30.09.2020	01.01.- 30.09.2019
1. Umsatzerlöse	15.395.252,71	13.095.719,91
2. Sonstige betriebliche Erträge	497.541,76	518.967,37
3. Materialaufwand	-2.120.182,50	-1.801.245,88
4. Aufwendungen für Leistungen an Arbeitnehmer	-6.063.832,19	-5.592.261,48
5. Abschreibungen	-378.364,51	-301.921,68
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen	-3.724.468,55	-4.321.180,77
7. Betriebsergebnis	3.605.946,72	1.598.077,47
8. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	8.687,52	9.314,99
9. Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-25.167,92	-83.433,17
10. Aufwand aus bedingten finanziellen Verbindlichkeiten	0,00	-26.050,18
11. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	3.589.466,32	1.497.909,11
12. Ertragsteuern	0,00	-25.000,00
13. Gesamtergebnis der Berichtsperiode	3.589.466,32	1.472.909,11
unverwässertes Ergebnis je Aktie	0,504	0,207

Konzern-Bilanz

in EUR	30.09.2020	31.12.2019
Aktiva		
A. Langfristige Vermögenswerte		
I. Sachanlagen	512.421,83	562.769,35
II. Immaterielle Vermögenswerte	350.128,79	63.676,76
III. Nutzungsrechte	1.069.319,86	1.296.481,88
IV. Aktive latente Steuern	3.764.661,44	3.764.661,44
	5.696.531,92	5.687.589,43
B. Kurzfristige Vermögenswerte		
Forderungen und sonstige Vermögenswerte		
1. Forderungen aus Dienstleistungen	664.410,94	563.742,05
2. Sonstige finanzielle Vermögenswerte	77.711,80	181.753,33
3. Sonstige Vermögenswerte	202.360,41	849.305,91
4. Zahlungsmittel und kurzfristige Einlagen	8.141.647,65	4.052.752,27
	9.086.130,80	5.647.553,56
Bilanzsumme	14.782.662,72	11.335.142,99

in EUR	30.09.2020	31.12.2019
Passiva		
A. Eigenkapital		
I. Gezeichnetes Kapital	7.117.391,00	7.117.391,00
II. Kapitalrücklage	38.453.517,22	38.453.517,22
III. Gewinnrücklage	-34.436.765,04	-38.026.231,36
	11.134.143,18	7.544.676,86
B. Langfristige Verbindlichkeiten		
I. Verbindlichkeit aus Lieferungen aus Leistungen	169.404,00	0,00
II. Sonstige Verbindlichkeiten	101.270,84	107.631,08
III. Leasingverbindlichkeit	822.990,06	1.041.673,70
	1.093.664,90	1.149.304,78
C. Kurzfristige Verbindlichkeiten		
I. Finanzielle Verbindlichkeiten		
1. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	724.688,67	653.711,30
2. Verbindlichkeiten gegenüber verbunden Unternehmen	21.016,53	0,00
3. Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	344.956,17	196.258,63
	1.090.661,37	849.969,93
II. Sonstige Verbindlichkeiten	636.747,89	911.649,86
III. Vertragsverbindlichkeiten	422.564,31	469.659,37
IV. Leasingverbindlichkeit	290.651,07	295.652,19
V. Verbindlichkeiten aus Steuern vom Einkommen und Ertrag	114.230,00	114.230,00
	2.554.854,64	2.641.161,35
Bilanzsumme	14.782.662,72	11.335.142,99

Konzern-Kapitalflussrechnung

in EUR	01.01.- 30.09.2020	01.01.- 30.09.2019
Ergebnis vor Steuern (EBT)	3.589.466,32	1.497.909,11
Steuern vom Einkommen und Ertrag	0,00	-25.000,00
Gesamtergebnis der Berichtsperiode	3.589.466,32	1.472.909,11
Abschreibungen auf Vermögenswerte des Anlagevermögens	378.364,51	301.921,68
Zahlungsunwirksame Aufwendungen aus der Bewertung bedingter finanzieller Verbindlichkeiten	0,00	26.050,18
Veränderung der Forderungen aus Dienstleistungen sowie andere Vermögenswerte, die nicht zur Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	650.318,14	79.821,98
Veränderung der Verbindlichkeiten aus L&L sowie anderer Schulden, die nicht zur Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	-172.367,83	576.814,35
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	4.445.781,14	2.457.517,30
Auszahlungen für Investitionen in immaterielle Vermögenswerte	-84.702,00	0,00
Auszahlungen für Investitionen in Sachanlagevermögen	-48.499,00	-101.384,09
Cashflow aus der Investitionstätigkeit	-133.201,00	-101.384,09
Tilgungsteil der Leasingraten	-223.684,76	-255.886,29
Rückzahlung Besserungsschein an IAC	0,00	-938.313,33
Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit	-223.684,76	-1.110.889,40
Zahlungswirksame Veränderung der Zahlungsmittel und kurzfristiger Einlagen	4.088.895,38	1.245.243,81
Zahlungsmittel und kurzfristige Einlagen zu Beginn der Periode	4.052.752,27	2.185.818,49
Zahlungsmittel und kurzfristige Einlagen zum Ende der Periode	8.141.647,65	3.431.062,30

Geschäftsentwicklung

I. Geschäft und Strategie

Die MyHammer Gruppe hat in den ersten neun Monaten 2020 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 2019 ist, ebenso wie die Erläuterungen zu Konzernstruktur, Geschäftsmodell und Steuerungskennzahlen, weiterhin zutreffend.

II. Wirtschaftliche Rahmenbedingungen und Geschäftsverlauf

1. Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

In Deutschland ist die Wirtschaftsleistung nach Einschätzung der führenden deutschen Wirtschaftsforschungsinstitute in ihrer 2. Gemeinschaftsdiagnose 2020 für das Bundeswirtschaftsministerium in der ersten Jahreshälfte 2020 so stark eingebrochen wie nie zuvor in einem Sechsmonatszeitraum seit Bestehen der Bundesrepublik; sie lag im zweiten Quartal um 11,5% unter ihrem Niveau vom Schlussquartal 2019. Der Einbruch konzentrierte sich auf die sechs Wochen ab Mitte März, sodass wichtige monatliche Aktivitätsmaße im April weit unter den Vorkrisenwerten aus dem Februar lagen. Schon im Mai setzte eine kräftige Erholung ein, die sich in nahezu allen Branchen bis in den Herbst fortsetzte. Für das dritte Quartal rechnen die Institute mit einem kräftigen Zuwachs des Bruttoinlandsprodukts um 6,5%. Die Wirtschaftsleistung liegt dann aber immer noch fast 6% unter dem Niveau vom Schlussquartal des Vorjahres. Mit dem Auslaufen der Nachholeffekte, wird die bislang recht kräftig verlaufende Erholung deutlich an Fahrt verlieren. Insgesamt flacht damit der Erholungsprozess im weiteren Prognosezeitraum merklich ab, und einem Rückgang des Bruttoinlandsprodukts um 5,4% in diesem Jahr steht nur ein Zuwachs um 4,7% im kommenden Jahr gegenüber, wobei die Rate für das Jahr 2020 noch durch einen merklichen Kalendereffekt von 0,4 Prozentpunkten gestützt wird.

Die Corona-Krise hinterlässt auch deutliche Spuren am Arbeitsmarkt. So sind trotz der massiven Inanspruchnahme der Kurzarbeit bis zum August 670 000 Arbeitsplätze weggefallen; stellt man in Rechnung, dass es ohne den Corona-Schock Beschäftigungszuwächse gegeben hätte, so steigt die Zahl der krisenbedingten Arbeitsplatzverluste nach Einschätzung der Institute auf 820 000. Zugleich ist die Arbeitslosenquote merklich gestiegen. Im Sommer war sie mit 6,4% so hoch wie zuletzt vor fünf Jahren und 1,4 Prozentpunkte höher als zu Jahresanfang. Zudem ist unsicher, wie viele Unternehmen durch die Pandemie in ihrer Existenz bedroht sind. Ab Oktober gilt die Insolvenzanzeigepflicht wieder für alle illiquiden Unternehmen, nur für die Insolvenz aus Überschuldung bleibt sie ausgesetzt. Damit werden sich die Auswirkungen der Corona-Krise auf die Solvenz der Unternehmen erst nach dem dritten Quartal deutlicher abzeichnen. Sollte es dann zu einer größeren Insolvenzwelle kommen, würde sich dies auch in einem Anstieg der Arbeitslosigkeit und einem Rückgang der Kurzarbeit bemerkbar machen. Damit würde auch die Zahl der Erwerbstätigen vorübergehend schwächer steigen oder sogar sinken. Ein Anschwellen der

Insolvenzfälle droht vor allem in besonders schwer betroffenen Branchen wie dem Gastgewerbe, aber auch generell im Segment der kleineren Unternehmen, die ihre Eigenkapitalposition in den Jahren vor der Krise weniger verbessert hatten als mittlere und große Unternehmen.

Die Bauwirtschaft ist ungewöhnlich stark in das Jahr 2020 gestartet. Zu Jahresbeginn begünstigte vor allem der milde Winter die Expansion der Bauinvestitionen, die im ersten Quartal äußerst kräftig um 5,1 % zulegten. Die Auswirkungen der Corona-Pandemie dürften sich erst im zweiten Quartal bei den Bauinvestitionen bemerkbar gemacht haben. Allerdings stellt der spartenübergreifende Rückgang um 4,2 % wohl zum Großteil eine technisch bedingte Gegenbewegung auf den zuvor kräftigen Anstieg dar. Die Wohnungsbauminvestitionen dürften im dritten Quartal noch einmal zurückgegangen sein. Eine große Zurückhaltung zeigt sich insbesondere im Ausbaugewerbe, das seit einigen Monaten abwärtsgerichtet ist und im Mittel über Juli und August erneut einen merklichen Produktionsrückgang verzeichnete (-4,5 % im Vergleich zum zweiten Quartal). Die seit Mai aufwärtsgerichteten Auftragseingänge im Wohnungsbau und die rege Nachfrage nach Wohnungsbaukrediten deuten jedoch darauf hin, dass es im Winterhalbjahr wieder zu einer Ausweitung der Wohnungsbauminvestitionen kommen dürfte. Auch sind die Rahmenbedingungen nach wie vor anregend. Das Finanzierungsumfeld bleibt über den gesamten Prognosezeitraum sehr günstig und der Bedarf an zusätzlichem Wohnraum weiterhin hoch. Vor diesem Hintergrund rechnen die Institute mit einer Ausweitung der Wohnungsbauminvestitionen in diesem Jahr um 3,0 %.

Die Digitalisierung durchdringt zunehmend das Handwerk – schon jeder zweite Betrieb in Deutschland (53 %) setzt digitale Technologien oder Anwendungen ein. Das sind 8 Prozentpunkte mehr als im Jahr 2017, wo 45 % der Betriebe digitale Technologien und Anwendungen im Einsatz hatten. Das ist das Ergebnis einer aktuellen Studie im Auftrag des Digitalverbands Bitkom und des ZDH. Bei der Kommunikation sind die meisten inzwischen konsequent digital: So gut wie alle Handwerksbetriebe haben eine eigene Homepage (97 %). Jeder vierte Betrieb (23 %) ist bei Bewertungsplattformen gelistet, rund jeder Sechste (14 %, 2017: 10 %) ist auf Online-Plattformen wie MyHammer oder Treatwell aktiv. Als Hürden für die Digitalisierung werden von den Handwerksbetrieben weiterhin vor allem fehlende eigene betriebliche Ressourcen und Kompetenzen benannt.

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

Die Geschäftsentwicklung in den ersten neun Monaten 2020 wurde durch die dynamische Entwicklung der Coronavirus-Pandemie beeinflusst. MyHammer hat als Reaktion auf die verstärkte Ausbreitung der Pandemie in Deutschland ab Mitte März seine Krisenmanagementpläne aktiv umgesetzt und die Geschäftsabläufe entsprechend angepasst. Der Vorstand hat frühzeitig entschiedene Maßnahmen ergriffen, um das Unternehmen an die aktuellen Bedingungen anzupassen und die Gesundheit aller MyHammer Mitarbeiter zu schützen. So besteht seit Beginn der Pandemie im März die Möglichkeit mobil im „Home-Office“ oder unter Wahrung der Hygienevorschriften und Abstandsregelungen im Büro zu arbeiten. Die ursprünglich für den 12. Mai 2020 geplante ordentliche Hauptversammlung wurde am 22. September 2020 als rein virtuelle Veranstaltung, ohne physische Präsenz der Aktionäre oder ihrer Bevollmächtigten, durchgeführt.

MyHammer startete sehr erfolgreich in das Geschäftsjahr 2020 und erzielte trotz der Corona-Pandemie in den ersten neun Monaten Umsatzerlöse in Höhe von TEUR 15.395. Gegenüber dem Umsatz im Vorjahreszeitraum von TEUR 13.096 bedeutet dies eine Steigerung um TEUR 2.299 oder 18 %. Dieses starke Wachstum ist vor allem auf die bessere Monetarisierung der bestehenden Kundenbasis durch die Einführung der zusätzlichen Gebühr für bestätigte Kundenkontakte zurückzuführen. Auch das operative Betriebsergebnis (EBIT) verbesserte sich mit TEUR 3.606 deutlich gegenüber dem Vorjahr mit TEUR 1.598. Der operative Cashflow war mit TEUR 4.446 deutlich besser als im Vorjahreszeitraum mit TEUR 2.458.

MyHammer soll auch in 2020 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 2020 im Wesentlichen durch das deutliche Wachstum unseres aktiven Kundennetzwerkes 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 neun Monaten 2020 ein Laufzeitpaket abgeschlossen hatten, sank gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 18 % auf rund 15.900. Der ARPU gerechnet als Umsatz aus Partnerpaketen des Berichtszeitraums geteilt durch die durchschnittliche Anzahl an Laufzeitkunden erhöhte sich im Gegenzug um 13 % auf EUR 585. 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. In den ersten neun Monaten 2020 konnten wir die Anzahl der durchschnittlich aktiven Handwerker und Dienstleister um 21 % auf rund 15.460 steigern. Erfolgreich waren wir in den ersten neun Monaten auch bei der Erhöhung der eingestellten Ausschreibungen von Konsumenten. So konnten in 2020 gegenüber den ersten neun Monaten in 2019 rund 29 % mehr Neuausschreibungen generiert 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 im 2. und 3. Quartal 2020 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 neun Monaten 2020 auf rund 983.000.

3. Wesentliche Ereignisse im Berichtszeitraum

Die bisherige Vorstandsvorsitzende, Frau Claudia Frese, hat Ihre Ämter innerhalb der MyHammer Gruppe auf eigenen Wunsch mit Ablauf des 14. August 2020 niedergelegt. Der Aufsichtsrat hat Herrn Ronald Egas ab dem 15. August 2020 zum neuen Vorstandsvorsitzenden bestimmt. Ronald Egas war seit 2012 CEO des niederländischen Schwesterunternehmens Werkspot, das - wie MyHammer - zur ANGI Homeservices Gruppe gehört. Der Aufsichtsrat bedankt sich für die langjährige und erfolgreiche Tätigkeit von Frau Frese.

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 in den 3 Quartalen 2020 Umsatzerlöse in Höhe von TEUR 15.395. Gegenüber dem Umsatz im Vergleichszeitraum von TEUR 13.096 entspricht dies einer Steigerung um TEUR 2.299 oder 18 %. Dieser Anstieg ist hauptsächlich auf die steigende Kundenzahl und den kontinuierlich steigenden Umsatz je Kunde sowie auf die im Juni 2018 eingeführten Gebühren für bestätigte Kontakte zurückzuführen.

Die Umsätze aus Partnerpaketen sinken leicht gegenüber dem Vergleichszeitraum von TEUR 9.029 auf TEUR 8.411. Aus den Gebühren für bestätigte Kontakte erwirtschaftet die MyHammer Gruppe in dem Berichtszeitraum Umsätze in Höhe von TEUR 6.668. In der Vergleichsperiode wurden hieraus Umsatzerlöse von TEUR 3.805 generiert.

Gegenüber der Vorjahresperiode haben sich die sonstigen betrieblichen Erträge um TEUR 21 auf TEUR 498 (i.V.: TEUR 519) leicht verringert.

Der Materialaufwand - im Wesentlichen Aufwendungen für Online-Marketing - ist gegenüber dem Vorjahreszeitraum um TEUR 319 von TEUR 1.801 auf TEUR 2.120 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. Im Bereich des Suchmaschinenmarketings liegt der Schwerpunkt weiterhin auf der Optimierung unserer Konvertierungsraten (Neuausschreibungen und Paketverkäufe).

Die Aufwendungen für Leistungen an Arbeitnehmer stiegen im Berichtszeitraum aufgrund gesteigener Mitarbeiterzahlen gegenüber dem Vorjahreszeitraum von TEUR 5.592 auf TEUR 6.064. In den ersten drei Quartalen 2020 waren durchschnittlich 111 Mitarbeiter angestellt (i.V.: durchschnittlich 100 Mitarbeiter, gerechnet als Vollzeitäquivalente (FTE)). Der Anstieg ist im Wesentlichen auf die Neueinstellungen in der Produktentwicklung und in Customer Operations zurückzuführen.

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen in Höhe von TEUR 3.724 sanken gegenüber dem Vorjahr um TEUR 597 (i.V.: TEUR 4.321). Die wesentlichen Aufwandspositionen in diesem Bereich sind Aufwendungen für Marketing/PR-Kosten in Höhe von TEUR 1.564 (i.V.: TEUR 1.887), IT-Kosten für Serverhosting in Höhe von TEUR 579 (i.V.: TEUR 369) sowie IT- und sonstige Fremdarbeiten in Höhe von TEUR 418 (i.V.: TEUR 625). Die Senkung von Marketing/PR-Kosten um TEUR 323 resultiert aus niedrigeren Ausstrahlungskosten für die TV-Werbung zwecks der Steigerung der Reichweite in der Vorperiode.

Der Aufwand aus Wertberichtigungen auf Forderungen betrug in den ersten neun Monaten 2020 TEUR 459 (i.V.: TEUR 744). Bezogen auf den jeweiligen Umsatz des Berichtszeitraums entspricht dies einer Quote von 3 % (i.V.: 6 %).

Das Betriebsergebnis hat sich im Vorjahresvergleich von TEUR 1.598 um TEUR 2.008 auf TEUR 3.606 verbessert. Dies entspricht einer Steigerung von 126 %. Die gestiegene Profitabilität resultiert im Wesentlichen aus der Steigerung der Umsatzerlöse.

Das Finanzergebnis lag mit TEUR -16 deutlich über dem Vorjahresniveau (i.V.: TEUR -100) und bestand in der Berichtsperiode im 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. Der Zinsaufwand des Vorjahres entfällt auch auf die Zinsen im Zusammenhang mit bedingten finanziellen Verbindlichkeiten von TEUR 26.

Das in den ersten neun Monaten des laufenden Geschäftsjahres mit TEUR 3.589 erzielte Konzernergebnis stellt eine deutliche Verbesserung gegenüber dem Vorjahresergebnis dar (i.V.: TEUR 1.473). Hieraus resultiert zum Ende des Berichtszeitraums ein unverwässertes Ergebnis je Aktie von EUR 0,504.

2. Vermögenslage

Die Bilanzsumme hat sich zum Zwischenbilanzstichtag auf TEUR 14.783 (31. Dezember 2019: TEUR 11.335) erhöht.

Die langfristigen Verbindlichkeiten haben sich im Vergleich zum 31. Dezember 2019 um TEUR 56 geringfügig vermindert. Der Anteil der langfristigen Vermögenswerte am Gesamtvermögen hat sich im Vergleich zum 31. Dezember 2019 deutlich verringert und liegt auf dem Niveau von 39 % (31. Dezember 2019: TEUR 50 %). Dies resultiert aus dem deutlichen Anstieg von Zahlungsmitteln.

Die kurzfristigen Vermögenswerte haben sich von TEUR 5.648 zum 31. Dezember 2019 auf TEUR 9.086 zum 30. September 2020 erhöht. Diese resultieren im Wesentlichen aus der Erhöhung der liquiden Mittel. Diese steigen von TEUR 4.053 auf TEUR 8.142 zum 30. September 2020. Dem wirkt der Rückgang der sonstigen Vermögenswerte von TEUR 647 entgegen. Die zum 31. Dezember 2019 abgegrenzten Aufwendungen für die TV-Werbung wurden entsprechend dem Leistungszeitraum im 1. Quartal 2020 aufgelöst.

Die Kapitalstruktur des Konzerns besteht überwiegend aus Eigenkapital. Die bilanzielle Eigenkapitalquote beträgt zum Zwischenbilanzstichtag 30. September 2020 75 % und hat sich somit gegenüber der Quote vom 31. Dezember 2019 i.H.v. 66 % weiter erhöht.

3. Finanzlage

In den ersten neun Monaten 2020 erzielte der MyHammer Konzern einen Cashflow aus der laufenden Geschäftstätigkeit in Höhe von TEUR 4.446 (30. September 2019: TEUR 2.458). Gegenüber dem Vergleichszeitraum verbesserte sich der Cashflow aus der laufenden Geschäftstätigkeit damit um TEUR 1.988. Dies ist im Wesentlichen auf den Umsatzanstieg aber auch auf die den operativen Cashflow erhöhende Entwicklung von Working Capital zurückzuführen.

Der Cashflow aus Investitionstätigkeiten von TEUR -133 bewegt sich auf einem leicht höheren als das Vorjahresniveau. Im Bereich der immateriellen Vermögenswerte wurde in ein neues Data Ware Haus investiert. Die Investitionen in das Sachanlagevermögen beziehen sich im Wesentlichen auf Arbeitsplatzausstattungen für neue Mitarbeiter bzw. auf Ersatzbeschaffungen.

Im dritten Quartal 2020 gab es Mittelabflüsse aus der Finanzierungstätigkeit in Höhe von TEUR 224 und sind deutlich niedriger als der Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit zum 30. September 2019 von TEUR 1.111. Die Letzten resultieren im Wesentlichen aus vorzeitiger Rückzahlung des Gesellschafterdarlehens an die IAC Search & Media UK Limited.

Die liquiden Mittel erhöhen sich im Berichtszeitraum um TEUR 4.089 auf TEUR 8.142.

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

Die Coronavirus-Pandemie hatte im Berichtszeitraum mit dem deutlichen Rückgang der Aktivitäten der Handwerker und Konsumenten auf unserer Plattform im März vorübergehend deutliche Auswirkungen auf MyHammer. In welchem Umfang die Covid-19-Pandemie für das verbleibende Jahr und eventuell für das nächste Geschäftsjahr von Bedeutung bleiben wird hängt stark davon ab, ob es zu weiteren Unsicherheiten im Markt aufgrund wieder ansteigender Infektionszahlen und korrespondierender Lockdown-Maßnahmen kommt und wie schnell eine nachhaltige wirtschaftliche Erholung einsetzt. Aus diesem Grund wird das Covid-19-Risiko vom Risikomanagementsystem sehr genau überwacht. Als Fazit für die abgelaufenen drei Quartale 2020 lässt sich festhalten, dass die bestehenden Einzelrisiken unverändert zum Geschäftsbericht 2019 jeweils beherrschbar sind und das Gesamtrisiko für MyHammer aufgrund der positiven Liquiditätssituation überschaubar ist.

Eine detaillierte Aufstellung der wesentlichen Risiken und Chancen kann dem aktuellen Geschäftsbericht für das Geschäftsjahr 2019 (Geschäftsbericht 2019, S. 48 ff.) entnommen werden. Der Geschäftsbericht kann im Internet unter www.myhammer-holding.de im Bereich Investor Relations/Finanzpublikationen heruntergeladen werden.

VI. Prognosebericht

MyHammer kann für die ersten neun Monate des Geschäftsjahres 2020 trotz Coronavirus-Pandemie eine sehr gute Geschäftsentwicklung vorweisen. Unsere Prognose für 2020 basiert auf der aktualisierten Unternehmensplanung, die die aktuelle Geschäftsentwicklung sowie mögliche Chancen und Risiken und die erwarteten Auswirkungen der Coronavirus-Pandemie berücksichtigt. Sie bezieht außerdem die wesentlichen gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen, die für den Handwerksmarkt relevanten volkswirtschaftlichen Faktoren sowie unsere Unternehmensstrategie mit ein.

Der Umsatz und das operative Ergebnis (EBIT) für die ersten neun Monate in 2020 konnten deutlich gesteigert werden. Jedoch hatte die Coronavirus-Pandemie in der zweiten Märzhälfte negative Auswirkungen auf die Aktivität von Handwerkern und privaten Endkunden auf unserer Plattform. Wir sehen seit Anfang April zwar deutliche Erholungstendenzen auf der Auftraggeberseite, die wieder verstärkt Aufträge für Handwerker auf unserer Plattform einstellen, allerdings bleibt die Aktivität der Handwerker weiterhin hinter unseren ursprünglichen Planungen zurück. Wir gehen daher weiterhin, wie schon im Geschäftsbericht 2019 formuliert, von einem belastenden Effekt durch die Coronavirus-Pandemie auf einige unserer finanziellen und nicht finanziellen Kennzahlen aus. Das Umsatzwachstum gegenüber 2019 wird deutlich geringer erwartet als vor der Coronavirus-Pandemie. Wir erwarten für das Gesamtjahr 2020 ein Umsatzwachstum in einer Bandbreite von 14 bis 16 Prozent. Das operative Ergebnis (EBIT) wird aufgrund von bereits realisierten und zukünftig geplanten Kosteneinsparungen aber deutlich über dem Ergebnis von 2019 erwartet, und zwar in einer Bandbreite von 70 bis 90 %.

Der Vorstand der MyHammer Gruppe sieht die Finanzierung und Liquidität des Konzerns trotz der erhöhten Risiken aus der Corona-Pandemie weiterhin auf einer gesicherten Basis.

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 November 2020

Ronald Egas
Vorstand (Vorsitz)

Thomas Bruns
Vorstand



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