



**Zwischenmitteilung innerhalb des zweiten Halbjahres**

2019

---

# Auf einen Blick

---

## Kennzahlen

<b>Zeitraum</b>		<b>01.01. bis 30.09.2019</b>	<b>01.01. bis 30.09.2018</b>
Umsatzerlöse	TEUR	<b>13.096</b>	9.868
Betriebsergebnis	TEUR	<b>1.598</b>	1.266
Konzernergebnis	TEUR	<b>1.473</b>	1.127
Cashflow aus der laufenden Geschäftstätigkeit	TEUR	<b>2.541</b>	1.265
Liquide Mittel (zum 30. September 2019 und 31. Dezember 2018)	TEUR	<b>3.431</b>	2.186
Bilanzsumme (zum 30. September 2019 und 31. Dezember 2018)	TEUR	<b>9.019</b>	6.710
Mitarbeiter (FTE, ohne Vorstand, jeweils zum 30. September)		<b>107</b>	86

## Finanzkalender

25.03.2019	Geschäftsbericht für das Geschäftsjahr 2018
07.05.2019	Zwischenmitteilung innerhalb des ersten Halbjahres 2019
07.05.2019	Hauptversammlung 2019 in Berlin
30.08.2019	Halbjahresfinanzbericht 2019
<b>08.11.2019</b>	<b>Zwischenmitteilung innerhalb des zweiten Halbjahres 2019</b>
31.12.2018	Ende des Geschäftsjahres 2019

---

---

# 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
1. Wirtschaftliche Rahmenbedingungen	11
2. Geschäftsverlauf	12
III. Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage	13
1. Ertragslage	13
2. Vermögenslage	14
3. Finanzlage	15
IV. Nachtragsbericht	15
V. Risiko- und Chancenbericht	15
VI. Prognosebericht	15

---

# Brief des Vorstands

---

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

Viele von uns haben ihn zu spüren bekommen, den Handwerkermangel. Wenn die Tür klemmt, das Fenster undicht ist oder Toiletten plötzlich nicht mehr so spülen, wie sie sollten. Für uns Kunden bedeutet das: Wer einen Handwerker braucht und anruft, muss schon mal sehr lange Wartezeiten in Kauf nehmen. Einige Betriebe, die ein in Not geratener Kunde, in seiner Verzweiflung anruft, lehnen sogar ganz ab, meist mit Hinweis auf die vollen Auftragsbücher. Die vollen Auftragsbücher mögen für den Handwerksbetrieb auf der einen Seite schön sein, gleichzeitig ist den Betrieben der Mangel an Fachkräften aber durchaus bewusst und unangenehm. Wenn Fachpersonal fehlt, um betrieblich zu wachsen, so werden hier betriebswirtschaftliche Chancen vertan bzw. vorhandenes Potenzial nicht genutzt. Weiter schaffen es einige Fachbetriebe aufgrund der aktuellen Personalnotlage nicht einmal, den regulären Betrieb aufrechtzuerhalten. Der Fachkräftemangel im Handwerk erfasst dabei nicht nur einen bestimmten Handwerkszweig, sondern so gut wie alle handwerklichen Berufsbilder. So kann es einem Kunden aktuell passieren, dass wenn er einen Handwerker der Baugewerke benötigt und ihn anruft, bis zu 15 Wochen auf Hilfe warten muss. Zudem fehlt der Nachwuchs: Im Jahr 2018 schlossen rund 140.600 Frauen und Männer in Deutschland einen Ausbildungsvertrag im Handwerk ab. Damit lag die Zahl neuer Azubis in Handwerksbetrieben deutlich niedriger als zehn Jahre zuvor (2008: 166.900).

Der anhaltende Bauboom insbesondere in den deutschen Ballungsräumen macht auch vor MyHammer nicht Halt. Allerdings reagieren auf unserer Plattform deutlich mehr Handwerker auf die Kundengesuche, trotz voller Auftragsbücher. Viele Kundenaufträge werden innerhalb von zwei, drei Tagen an Handwerker vergeben, was in Zeiten des Handwerker mangels ein großer Vorteil für den Kunden ist. Aufgrund der Transparenz für alle Marktteilnehmer schaffen wir es als Marktplatz, Endkunden mit etablierten Firmen zusammenzubringen, die z.B. einen kleineren Auftrag als Lückenfüller zwischen zwei größeren Aufträgen suchen oder mit jungen Firmen, die sich mit MyHammer einen eigenen Kundenstamm aufbauen wollen.

Um das Thema Ausbildung im Handwerk zu fördern, veranstaltet MyHammer bereits zum zweiten Mal einen Wettbewerb, bei dem die besten Auszubildenden gefunden werden sollen. Im letzten Jahr konnte sich die Anlagenmechanikerin (SHK) Madita Brauer aus Kalkar den Titel holen und ließ damit mehr als 100 Mitbewerber hinter sich. In der vierwöchigen Bewerbungsphase dieses Jahr gingen fast 300 Bewerbungen von Auszubildenden aus dem gesamten Bundesgebiet ein. Eine interne Jury hatte daraufhin die Mammutaufgabe aus den vielen, teils sehr guten, Bewerbungen eine Top 25 auszuwählen. Als Orientierung dienen dazu die persönlichen Geschichten aus dem Alltag der jungen Handwerker, die teils sehr spannend und emotional waren. Als Partner des Handwerks sind wir stolz, so viele junge Talente aus den verschiedensten Bereichen erreicht zu haben und unseren Beitrag zur Nachwuchsförderung im Handwerk zu leisten.

Mit der finanziellen Entwicklung von MyHammer sind wir sehr zufrieden. Der Konzernumsatz stieg nach dem ungeprüften Konzernzwischenabschluss in den ersten drei Quartalen 2019 um 33 % auf TEUR 13.096. Gegenüber dem Umsatz im Vorjahr von TEUR 9.868 bedeutet dies eine Steigerung um TEUR 3.228. Die Umsätze aus Partnerpaketen verringerten sich gegenüber dem Vergleichszeitraum leicht von TEUR 9.281 auf TEUR 9.029. Mit der im letzten Jahr eingeführten Fakturierung von bestätigten Kontakten konnten im Berichtszeitraum Erlöse in Höhe von TEUR 3.806 gegenüber TEUR 387 im Vorjahreszeitraum generiert werden. Das Konzernbetriebsergebnis konnte auf TEUR 1.598 (Vorjahr TEUR 1.266) gesteigert werden. Dies entspricht einer Steigerung von rd. 26 %. In den ersten 3 Quartalen 2019 erzielte MyHammer einen Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit in Höhe von TEUR 2.541, eine Verbesserung gegenüber dem Vergleichszeitraum 2018 von TEUR 1.276. Die Verbesserung des operativen Cashflows konnte vor allem durch das verbesserte operative Ergebnis, durch die Verringerung der bedingten finanziellen Verbindlichkeiten und durch die Optimierung des Working Capital erzielt werden.

Nach den starken Ergebnissen der ersten neun Monate erhöht MyHammer den Ausblick für das Gesamtjahr 2019. Der Vorstand geht jetzt von einem Umsatzwachstum in einer Bandbreite von 28 bis 30 % (zuvor 25 bis 28 %) gegenüber dem Vorjahr aus. Das operative Ergebnis (EBIT, ohne einmalige Sondereffekte), das wir bisher auf Vorjahresniveau bzw. nur leicht erhöht erwartet haben, erwarten wir jetzt rund 15 bis 25 % über dem Vorjahreswert.

Wir danken Ihnen für Ihr Vertrauen und wünschen Ihnen einen erfolgreichen Jahresausklang!

Berlin, im November 2019

**Claudia Frese**  
Vorstand (Vorsitz)

**Thomas Bruns**  
Vorstand



# Konzern-Gesamtergebnisrechnung

<b>in EUR</b>	<b>01.01.- 30.09.2019</b>	<b>01.01.- 30.09.2018</b>
1. Umsatzerlöse	13.095.719,91	9.868.226
2. Sonstige betriebliche Erträge	518.967,37	411.579
3. Materialaufwand	-1.801.245,88	-1.254.620
4. Aufwendungen für Leistungen an Arbeitnehmer	-5.592.261,48	-4.414.192
5. Abschreibungen	-301.921,68	-75.414
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen	-4.321.180,77	-3.269.850
7. Betriebsergebnis	1.598.077,47	1.265.729
8. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	9.314,99	7.976
9. Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-83.433,17	0,00
10. Aufwand aus bedingten finanziellen Verbindlichkeiten	-26.050,18	-146.211
11. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	1.497.909,11	1.127.494
12. Ertragsteuern	-25.000,00	-932
<b>13. Gesamtergebnis der Berichtsperiode</b>	<b>1.472.909,11</b>	<b>1.126.562</b>
unverwässertes Ergebnis je Aktie	0,207	0,158

# Konzern-Bilanz

in EUR	30.09.2019	31.12.2018
<b>Aktiva</b>		
<b>A. Langfristige Vermögenswerte</b>		
<b>I. Sachanlagen</b>	583.674,66	575.367,78
<b>II. Immaterielle Vermögenswerte</b>	36.964,56	47.509,96
<b>III. Leasingvermögenswerte</b>	1.145.640,58	0,00
<b>IV. Aktive latente Steuern</b>	2.650.334,73	2.650.334,73
	<b>4.416.614,53</b>	<b>3.273.212,47</b>
<b>B. Kurzfristige Vermögenswerte</b>		
<b>Forderungen und sonstige Vermögenswerte</b>		
1. Forderungen aus Dienstleistungen	826.443,86	490.906,86
2. Sonstige finanzielle Vermögenswerte	94.140,52	125.423,99
3. Sonstige Vermögenswerte	250.521,21	634.596,72
4. Zahlungsmittel und kurzfristige Einlagen	3.431.062,30	2.185.818,49
	<b>4.602.167,89</b>	<b>3.436.746,06</b>
<b>Bilanzsumme</b>	<b>9.018.782,42</b>	<b>6.709.958,53</b>



<b>in EUR</b>	<b>30.09.2019</b>	<b>31.12.2018</b>
<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	38.636.516,88
<b>III. Gewinnrücklage</b>	-40.196.565,85	-41.782.278,14
	<b>5.374.342,37</b>	<b>3.971.629,74</b>
<b>B. Langfristige Verbindlichkeiten</b>		
<b>I. Finanzielle Verbindlichkeiten</b>		
Bedingte finanzielle Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	0,00	912.263,15
<b>II. Sonstige Verbindlichkeiten</b>	<b>105.908,07</b>	<b>115.694,92</b>
<b>III. Leasingverbindlichkeit</b>	<b>1.021.962,27</b>	<b>0,00</b>
	<b>1.127.870,34</b>	<b>1.027.958,07</b>
<b>C. Kurzfristige Verbindlichkeiten</b>		
<b>I. Finanzielle Verbindlichkeiten</b>		
1. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	674.148,09	535.386,88
2. Verbindlichkeiten gegenüber verbunden Unternehmen	21.163,11	7.382,60
3. Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	333.552,18	187.895,46
	<b>1.028.863,38</b>	<b>730.664,94</b>
<b>II. Sonstige Verbindlichkeiten</b>	<b>772.121,19</b>	<b>466.332,98</b>
<b>III. Vertragsverbindlichkeiten</b>	<b>495.987,35</b>	<b>513.372,80</b>
<b>IV. Leasingverbindlichkeit</b>	<b>219.597,79</b>	<b>0,00</b>
	<b>2.516.569,71</b>	<b>1.710.370,72</b>
<b>Bilanzsumme</b>	<b>9.018.782,42</b>	<b>6.709.958,53</b>

# Konzern-Kapitalflussrechnung

in EUR	01.01.- 30.09.2019	01.01.- 30.09.2018
Ergebnis vor Steuern (EBT)	1.486.411,69	1.127.494
Steuern vom Einkommen und Ertrag	-25.000,00	-932
<b>Gesamtergebnis der Berichtsperiode</b>	<b>1.472.909,11</b>	<b>1.126.562</b>
Abschreibungen auf Vermögenswerte des Anlagevermögens	301.921,68	75.414
Zahlungsunwirksame Aufwendungen aus der Bewertung bedingter finanzieller Verbindlichkeiten	26.050,18	146.211
Zinsanteil der Tilgungsrate für Leasing	83.310,22	0,00
Veränderung der Forderungen aus Dienstleistungen sowie andere Vermögenswerte, die nicht zur Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	79.821,98	-95.890
Veränderung der Verbindlichkeiten aus L&L sowie anderer Schulden, die nicht zur Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	576.814,35	12.934
<b>Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit</b>	<b>2.540.827,52</b>	<b>1.265.230</b>
Auszahlungen für Investitionen in immaterielle Vermögenswerte	0,00	-2.739
Auszahlungen für Investitionen in Sachanlagevermögen	-101.384,09	-103.045
<b>Cashflow aus der Investitionstätigkeit</b>	<b>-101.384,09</b>	<b>-105.783</b>
Tilgungs- und Zinsanteil der Leasingraten	-255.886,29	0,00
Rückzahlung Besserungsschein an IAC	-938.313,33	-1.603.145
<b>Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit</b>	<b>-1.194.199,62</b>	<b>-1.603.145</b>
Zahlungswirksame Veränderung der Zahlungsmittel und kurzfristiger Einlagen	1.245.243,81	-443.698
<b>Zahlungsmittel und kurzfristige Einlagen zu Beginn der Periode</b>	<b>2.185.818,49</b>	<b>2.267.208</b>
<b>Zahlungsmittel und kurzfristige Einlagen zum Ende der Periode</b>	<b>3.431.062,30</b>	<b>1.823.510</b>

---

# Geschäftsentwicklung

---

## I. Geschäft und Strategie

Die MyHammer Gruppe hat in den ersten 3 Quartalen 2019 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 2018 ist, ebenso wie die Erläuterungen zu Konzernstruktur, Geschäftsmodell und Steuerungskennzahlen, weiterhin zutreffend.

## II. Wirtschaftliche Rahmenbedingungen und Geschäftsverlauf

### 1. Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Die Konjunktur in Deutschland hat sich nach Einschätzung der führenden deutschen Wirtschaftsforschungsinstitute in ihrer 2. Gemeinschaftsdiagnose 2019 für das Bundeswirtschaftsministerium im laufenden Jahr weiter abgekühlt. In beiden Quartalen des Sommerhalbjahres dürfte demnach die Wirtschaftsleistung geschrumpft sein. Die Gründe für die konjunkturelle Abkühlung sind in erster Linie in der Industrie zu suchen. Dort ist die Produktion seit Mitte letzten Jahres rückläufig, da sich die Nachfrage insbesondere nach Investitionsgütern in wichtigen Absatzmärkten abgeschwächt hat. Die Institute erwarten für das Jahr 2019 einen Anstieg des Bruttoinlandsprodukts von 0,5 % und damit 0,3 Prozentpunkte weniger als noch im Frühjahr 2019. Für das kommende Jahr wird der Zuwachs ebenfalls schwächer eingeschätzt, nämlich auf 1,1 % nach noch 1,8 % im Frühjahr. Eine Konjunkturkrise mit einer ausgeprägten Unterauslastung der deutschen Wirtschaft ist somit trotz rückläufiger Wirtschaftsleistung im Sommerhalbjahr 2019 nicht zu erwarten, wenngleich die konjunkturellen Abwärtsrisiken derzeit hoch sind. Die Dynamik auf dem Arbeitsmarkt ließ zuletzt deutlich nach. Der Beschäftigungsaufbau hat sich deutlich verlangsamt, wobei die Industrie zuletzt sogar Stellen abgebaut hat. Die Institute erwarten für das Jahr 2019 ein Plus von 380.000 Stellen. In den kommenden beiden Jahren dürfte sich diese Zahl mehr als halbieren. Die Arbeitslosenquote sinkt nur noch leicht von 5,0 % im Jahr 2019 auf 4,9 % im Jahr 2021. Zwischenzeitlich ist sogar mit einem leichten Anstieg zu rechnen. Im ersten Halbjahr 2019 entwickelten sich die Bauinvestitionen unbeständig: Nach einem kräftigen Zuwachs zum Jahresauftakt von 2,5 %, der allerdings zum Teil auf das milde Winterwetter zurückzuführen war, sind die Bauinvestitionen im zweiten Quartal um 1,0 % gesunken. Maßgeblich dafür waren spürbare Rückgänge der öffentlichen Investitionen und des Wohnungsbaus. Der gewerbliche Bau erwies sich als robust und konnte das dritte Quartal in Folge zulegen. Die Wohnungsbauinvestitionen dürften im abgelaufenen Quartal wieder leicht zugelegt haben. Darauf deutet die zuletzt gestiegene Produktion im Ausbaugewerbe hin. Überdies ist die Auftragslage für Wohnungsbauprojekte gut. So befinden sich die Auftragseingänge für Wohnbauten auf einem hohen Niveau, und die Auftragsbücher sind nach wie vor prall gefüllt. Die Rahmenbedingungen für Wohnungsbauinvestitionen bleiben ausgesprochen anregend. Die privaten Haushalte profitieren von der vorteilhaften Entwicklung der Beschäftigung und der Einkommen sowie von nochmals verbesserten Finanzierungsbedingungen. Allerdings wird sich angesichts der seit geraumer Zeit stark ausgelasteten Kapazitäten im Baugewerbe der starke Preisauftrieb im Prognosezeitraum wohl fortsetzen und die Nachfrage nach Wohnimmobilien dämpfen. Vor diesem Hintergrund rechnen die Institute

mit einer Ausweitung der Wohnungsbauinvestitionen in diesem Jahr um 3,9 % und in den kommenden beiden Jahren um 2,8 % (kalenderbereinigt 1,9 %) und 2,2 %.

Das Handwerk kann sich nach Ansicht des ZDH – Zentralverband des deutschen Handwerks – der Konjunktur-Flaute in Deutschland bislang weitgehend entziehen. Die Konjunktur-Umfragen unter den Betrieben zeigen, dass das Handwerk auf sehr hohem Niveau stabil dasteht. Neun von zehn Betrieben sagen, dass ihre Geschäftslage gut oder befriedigend sei. Die Unternehmen rechnen auch damit, dass sie in absehbarer Zeit weiterhin gut im Geschäft bleiben werden. Die Auftragsbücher sind voll, in den Baugewerken müssten Kunden in der Regel fünfzehn Wochen auf einen Termin warten. Eine Ausnahme bilden die Kfz-Werkstätten, bei denen die Geschäfte trotz der guten Binnenkonjunktur nicht mehr so gut laufen.

Die Digitalisierung der Betriebe im Handwerk nimmt laut einer aktuellen Befragung des ZDH weiter Fahrt auf. Die Handwerksbetriebe digitalisieren ihre betriebsinternen Abläufe in Planung, Einkauf, Produktion oder Logistik immer stärker. Auch die Interaktion mit Lieferanten, Kooperationspartnern und Kundennetzwerke wird zunehmend digital. Der Kunde, ganz gleich ob privat oder gewerblich, stellt teilweise neue Erwartungen an Produkte, Dienstleistungen und Kommunikation. Zudem können die neuen digitalen Technologien eine Angebotsweiterung bzw. Anpassung des bestehenden Geschäftsmodells an verschiedene Kundengruppen erfordern bzw. ermöglichen. Als Hürden für die Digitalisierung werden von den Handwerksbetrieben 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.

## 2. Geschäftsverlauf

Die Strategie der konsequenten Ausrichtung auf die Bedürfnisse unserer privaten Nutzer und Handwerker, der Steigerung der eingestellten Neuausschreibungen und der Verbesserung des Leistungsversprechens durch Zusatzprodukte zahlt sich aus. Wir haben die ersten neun Monate des neuen Geschäftsjahres mit einem deutlichen Umsatzwachstum von 33 % auf TEUR 13.096 abgeschlossen. Dieser Anstieg ist hauptsächlich auf die bessere Monetarisierung der bestehenden Kundenbasis durch die Einführung der zusätzlichen Gebühr für bestätigte Kundenkontakte zurückzuführen. Auch das operative Betriebsergebnis (EBIT, ohne einmalige Sondereffekte) verbesserte sich mit TEUR 1.598 deutlich gegenüber dem Vorjahr, trotz erhöhter Vermarktungs- und Vertriebsaufwände sowie höherer Aufwände für die Produktentwicklung.

Das Geschäftsjahr 2019 steht bei MyHammer unter dem übergeordneten Ziel, das Kundenwachstum deutlich zu beschleunigen. Hierfür sollen unterschiedliche Partnerpakettypen und Preismodelle am Markt getestet werden. Der Vorstand erwartet für das Geschäftsjahr 2019 eine deutliche Erhöhung des Kundennetzwerkes im unteren zweistelligen Prozentbereich gegenüber dem Bestand von Ende 2018 bei höheren Neuverkäufen. Der Bestand an Kunden, die ein Laufzeitpaket abgeschlossen hatten, sank gegenüber dem Vorjahreszeitpunkt zwar leicht um 1 %, unsere Gesamtkundenbasis, die neben den Laufzeitpaketen auch Starterpakete und seit Ende 2018 auch Partnerpakete ohne fixe Monatsgebühr beinhaltet, erhöhte sich im Vorjahresvergleich allerdings um 36 % auf rund 26.150 Partnerpakete. Die Entwicklung der Neuverkäufe unterliegt saisonalen Schwankungen: Einem starken ersten Verkaufsquartal folgen in der Regel Quartale mit stetig sinkenden Verkaufszahlen. Zeitlich versetzt konvertieren die Starterpaketkunden in die Laufzeitpakete bzw. kündigen ihr Starterpaket und wechseln nicht in ein Laufzeitpaket. Im Quartalsverlauf eines Jahres verschiebt sich der Mix bei den Bestandskunden in Richtung mehr Laufzeitpakete bei weniger Starterpaketkunden.

Erfolgreich waren wir in den letzten 9 Monaten auch bei der Erhöhung der Reichweite bei privaten Endkunden. So konnten in den ersten drei Quartalen 2019 gegenüber dem Vergleichszeitraum 2018 rund 11 % 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 richtet. Sie stärkt das Vertrauen in die Marke MyHammer und in die Qualität der von uns vermittelten

Handwerker. Ferner haben wir die Onlinemarketing-Aktivitäten verstärkt, die für mehr Ausschreibungen von privaten Endkunden sorgte.

Bei der Erhöhung der Nutzung der Plattform bei Handwerkern und privaten Endkunden zeigte sich in den ersten neun Monaten 2019 wie erwartet ein gemischtes Bild. Mit der Umstellung des Geschäftsmodells Mitte 2018 nutzen die Handwerker die Kernfunktionalitäten der Plattform - insbesondere das Nachrichtencenter zur Kontaktaufnahme und die Funktion zur Abgabe von Angeboten - deutlich zielgerichteter als noch im Vergleichszeitraum 2018. Diese Verhaltensanpassung hatten wir erwartet. Allerdings bestätigt sich auch unsere Erwartung, dass sich die Nutzung der Plattform im weiteren Jahresverlauf nach der vollständigen Umstellung auf das neue Geschäftsmodell wieder deutlich erhöht, zumal die Suche nach Handwerkern und Dienstleistern durch Auftraggeber auf der Plattform deutlich gestiegen ist.

### 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 erzielte im dritten Quartal keine signifikanten Umsatzerlöse mit Dritten. Der Fokus des Managements liegt weiterhin auf dem operativen Geschäft der MyHammer AG.

MyHammer befindet sich weiterhin auf Wachstumskurs. So erzielte die MyHammer Gruppe in den drei Quartalen 2019 Umsatzerlöse in Höhe von TEUR 13.096. Gegenüber dem Umsatz im Vorjahr von TEUR 9.868 entspricht dies einer Steigerung um TEUR 3.227 oder 33 %. 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 9.181 auf TEUR 9.029. Aus den Gebühren für bestätigte Kontakte erwirtschaftet die MyHammer Gruppe in dem Berichtszeitraum Umsätze in Höhe von TEUR 3.805. In der Vergleichsperiode wurden hieraus Umsatzerlöse von TEUR 387 generiert.

Gegenüber der Vorjahresperiode haben sich die sonstigen betrieblichen Erträge um TEUR 107 auf TEUR 519 (i.V.: TEUR 412) erhöht.

Der Materialaufwand - im Wesentlichen Aufwendungen für Online-Marketing - ist gegenüber dem Vorjahreszeitraum um TEUR 547 von TEUR 1.255 auf TEUR 1.801 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 sowie auf die Erweiterung um den Kanal Facebook zurückführen. Dieser 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 4.414 auf TEUR 5.592. Zum 30. September 2019 sind 107 Mitarbeiter angestellt (i.V.: 86 Mitarbeiter). Der Anstieg ist im Wesentlichen auf die Neueinstellungen im Vertriebs- und Produktentwicklungsbereich zurückzuführen.

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen in Höhe von TEUR 4.321 stiegen gegenüber dem Vorjahr um TEUR 1.051 (i.V.: TEUR 3.270). Die wesentlichen Aufwandspositionen in diesem Bereich sind Aufwendungen für Marketing/PR-Kosten in Höhe von TEUR 1.887 (i.V.: TEUR 938), IT- und sonstige Fremdarbeiten in Höhe von TEUR 623 (i.V.: TEUR 581) sowie IT-Kosten für Serverhosting in Höhe von TEUR 399 (i.V.: TEUR 461). Der Anstieg von Marketing/PR-Kosten um TEUR 949 resultiert aus höheren Ausstrahlungskosten für die TV-Werbung zwecks der Steigerung der Reichweite.

Der Aufwand aus Wertberichtigungen auf Forderungen betrug in den ersten neun Monaten 2019 TEUR 739 (i.V.: TEUR 357). Bezogen auf den jeweiligen Umsatz des Berichtszeitraums entspricht dies einer Quote von 6 % (i.V.: 4 %).

Das Betriebsergebnis hat sich im Vorjahresvergleich von TEUR 1.266 um TEUR 332 auf TEUR 1.597 verbessert. Dies entspricht einer Steigerung von 26 %. Die gestiegene Profitabilität resultiert im Wesentlichen aus der Steigerung der Umsatzerlöse.

Das Finanzergebnis lag mit TEUR -100 auf dem Vorjahresniveau (i.V.: TEUR -138) und bestand in der Berichtsperiode im Wesentlichen aus dem Zinsaufwand aus der Aufzinsung der Leasingverbindlichkeit gemäß IFRS 16. Der Zinsaufwand des Vorjahres steht hingegen im Zusammenhang mit bedingten finanziellen Verbindlichkeiten.

Das in den ersten neun Monaten des laufenden Geschäftsjahres mit TEUR 1.473 erzielte Konzernergebnis stellt eine deutliche Verbesserung gegenüber dem Vorjahresergebnis dar (i.V.: TEUR 1.127). Hieraus resultiert zum Ende des Berichtszeitraums ein unverwässertes Ergebnis je Aktie von EUR 0,207.

## 2. Vermögenslage

Die Bilanzsumme hat sich zum Zwischenbilanzstichtag auf TEUR 9.019 (31. Dezember 2018: TEUR 6.710) erhöht. Der Anstieg der Bilanzsumme spiegelt auf der Passivseite im Wesentlichen die Passivierung von Leasingverbindlichkeiten entsprechend IFRS 16 wider. Entgegengesetzt wirkt sich die Rückzahlung der bedingten finanziellen Verbindlichkeit gegenüber nahestehenden Unternehmen aus. Auf der Aktivseite ist die Erhöhung der Bilanzsumme zum einen auf die Aktivierung von Leasingvermögenswerten nach IFRS 16 und zum anderen auf den aus operativen Zahlungsflüssen resultierenden Anstieg der flüssigen Mittel zurückzuführen. Weitere Informationen zu den Auswirkungen von IFRS 16 finden Sie im Anhang des Geschäftsberichts für 2018.

Die langfristigen Verbindlichkeiten haben sich aufgrund erstmaliger Bilanzierung der Leasingverhältnisse nach IFRS 16 im Vergleich zum 31. Dezember 2018 um TEUR 1.022 erhöht. Der Anteil der langfristigen Vermögenswerte am Gesamtvermögen hat sich im Vergleich zum 31. Dezember 2018 nicht verändert und liegt auf dem Niveau von 49 %.

Die kurzfristigen Vermögenswerte haben sich von TEUR 3.437 zum 31. Dezember 2018 auf TEUR 4.602 zum 30. September 2019 erhöht. Diese resultieren im Wesentlichen aus der Erhöhung der liquiden Mittel und der höheren Forderungen aus Dienstleistungen. Der aus der Rückzahlung der bedingten finanziellen Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen resultierende Rückgang der liquiden Mittel ist durch operative Zahlungseingänge kompensiert. Die Forderungen aus Dienstleistungen haben sich gegenüber dem 31. Dezember 2018 um TEUR 336 auf TEUR 826 erhöht. Dies steht in Verbindung mit der im Juni 2018 eingeführten Gebühren für bestätigte Kontakte. Dem Anstieg der liquiden Mittel und der Forderungen aus Dienstleistungen wirkt der Rückgang der sonstigen Vermögenswerte von TEUR 384 entgegen. Die zum 31. Dezember 2018 abgegrenzten Aufwendungen für die TV-Werbung wurden entsprechend dem Leistungszeitraum im 1. Halbjahr 2019 aufgelöst.

Die Kapitalstruktur des Konzerns besteht im Wesentlichen aus Eigenkapital. Die bilanzielle Eigenkapitalquote beträgt zum Zwischenbilanzstichtag 2019 60 % (31. Dezember 2018: 59 %).

### 3. Finanzlage

In den ersten 9 Monaten 2019 erzielte der MyHammer Konzern einen Cashflow aus der laufenden Geschäftstätigkeit in Höhe von TEUR 2.541 (30. September 2018: TEUR 1.265). Gegenüber dem Vergleichszeitraum verbesserte sich der Cashflow aus der laufenden Geschäftstätigkeit damit um TEUR 1.275. Dies ist im Wesentlichen auf den Umsatzanstieg zurückzuführen. Des Weiteren tragen die aus den Anforderungen des IFRS 16 resultierenden höheren Abschreibungen auf Vermögenswerte des Anlagevermögens sowie die im Cashflow aus Finanzierungstätigkeit ausgewiesenen Zinsanteile der Tilgungsrate für Leasing zum höheren operativen Cashflow bei.

Der Cashflow aus Investitionstätigkeiten von TEUR -101 bewegt sich auf dem Vorjahresniveau. Die Investitionen in das Sachanlagevermögen beziehen sich im Wesentlichen auf Arbeitsplatzausstattungen für neue Mitarbeiter bzw. auf Ersatzbeschaffungen.

In der Berichtsperiode 2019 gab es Mittelabflüsse aus der Finanzierungstätigkeit in Höhe von TEUR 1.194 (30. September 2018: TEUR 1.603). Diese beruhen im Wesentlichen aufgrund der vorzeitigen vollständigen Rückzahlung des Gesellschafterdarlehens an die IAC Search & Media UK Limited.

Die liquiden Mittel erhöhen sich im Berichtszeitraum um TEUR 1.245 auf TEUR 3.431.

## 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

Seit Beginn des Geschäftsjahres haben sich für die MyHammer Gruppe keine wesentlichen Änderungen bei den Risiken und Chancen der künftigen Entwicklung ergeben.

Eine detaillierte Aufstellung der wesentlichen Risiken und Chancen kann dem aktuellen Geschäftsbericht für das Geschäftsjahr 2018 (Geschäftsbericht 2018, 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 wächst auch im laufenden Geschäftsjahr weiter dynamisch. Die in den ersten neun Monaten 2019 erzielten Ergebnisse verdeutlichen, dass wir mit unseren zielgruppenspezifischen Produkten und Services und unserer definierten Strategie den richtigen Weg eingeschlagen haben, um den Strukturwandel im Handwerk mit der fortschreitenden Digitalisierung der Märkte für MyHammer zu nutzen.

Das Geschäftsjahr 2019 steht bei MyHammer unter dem übergeordneten Ziel, das Kundenwachstum deutlich zu beschleunigen. Hierfür bieten wir den Handwerkern auch neue Partnerpakettypen an, die keine monatliche Fixgebühr beinhalten, sondern ab dem ersten bestätigten Kontakt monetarisiert werden. Weitere Pakettypen und Preismodelle werden wir bis Ende des Jahres testen. Da diese Tests auch Auswirkungen auf den durchschnittlichen Umsatz je Kunde haben, besteht eine höhere Prognoseunsicherheit beim Umsatz für das laufende Jahr 2019 als in den vergangenen Geschäftsjahren. Der Vorstand

hat im Geschäftsbericht 2018 für das Geschäftsjahr 2019 eine deutliche Erhöhung des Kundennetzwerkes im unteren zweistelligen Prozentbereich gegenüber dem Bestand von Ende 2018 bei höheren Neuverkäufen sowie ein Umsatzwachstum in einer Bandbreite von 16 bis 25 % gegenüber dem Vorjahr prognostiziert. Das operative Ergebnis (EBIT, ohne einmalige Sondereffekte) haben wir aufgrund steigender Ausgaben für Vermarktung und Vertrieb sowie für die Produktentwicklung auf dem Niveau des Geschäftsjahres 2018 erwartet.

Das Wachstum der Umsatzerlöse von 33 % in den ersten drei Quartalen 2019 hat unsere Erwartungen wieder übertroffen. Daher erhöht der Vorstand die Umsatzprognose für das Geschäftsjahr 2019 noch einmal gegenüber der bereits erhöhten Prognose im Halbjahresbericht. Wesentliche Gründe für diese positive Entwicklung sind zum einen ein weiter steigendes Kundennetzwerk und zum anderen ein deutlich höherer Umsatz je Kunde. Der zweitgenannte Effekt wird sich zwar im weiteren Verlauf des Jahres weiter abschwächen, da der Umsatz aus bestätigten Kundenkontakten im zweiten Halbjahr 2019 deutlich angestiegen ist. Dennoch geht der Vorstand für das Geschäftsjahr 2019 jetzt von einem Umsatzwachstum in einer Bandbreite von 28 bis 30 % (zuvor 25 bis 28 %) gegenüber dem Vorjahr aus. Für das operative Ergebnis (EBIT, ohne einmalige Sondereffekte), für das wir bisher einen Wert wie im Vorjahr bzw. nur leicht erhöht erwartet hatten, gehen wir jetzt von einer Steigerung um 15 bis 25 % über dem Vorjahreswert aus.

Der Vorstand der MyHammer Gruppe sieht die Finanzierung und Liquidität des Konzerns auch weiterhin auf einer gesicherten Basis.

Den Prognosen liegt die gegenwärtige Geschäftsausrichtung von MyHammer zugrunde, die im Kapitel „Grundlagen des Konzerns“ dargelegt ist. Generell spiegeln die Prognosen eine Risiko- und Chancenabwägung wider und basieren auf der operativen Planung und der mittelfristigen Vorschau. Alle Aussagen hinsichtlich der möglichen zukünftigen konjunkturellen und geschäftlichen Entwicklung stellen Einschätzungen dar, die auf Basis der derzeit zur Verfügung stehenden Informationen getroffen wurden. Sollten die zugrunde gelegten Annahmen nicht eintreffen und/oder weitere Risiken eintreten, können die tatsächlichen Ergebnisse von den erwarteten Ergebnissen abweichen. Eine Gewähr für die Angaben kann daher nicht übernommen werden.

Berlin, im November 2019

**Claudia Frese**  
Vorstand (Vorsitz)

**Thomas Bruns**  
Vorstand





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