

MyHammer

Zwischenmitteilung innerhalb des zweiten Halbjahres

2015

Auf einen Blick

Kennzahlen

in TEUR	01.01. - 30.09.2015	01.01. - 30.09.2014
Umsatzerlöse	5.842	4.623
Betriebsergebnis	285	-1.058
Konzernergebnis	-11	-1.306
Cashflow aus der laufenden Geschäftstätigkeit	186	-1.146
Liquide Mittel (zum 30.09.15 und 31.12.2014)	2.146	2.002
Bilanzsumme (zum 30.09.15 und 31.12.2014)	2.750	2.927
Mitarbeiter (FTE jeweils zum 30.09.)	60	48

Finanzkalender

01.01.2015	Beginn des Geschäftsjahres
27.03.2015	Geschäftsbericht für das Geschäftsjahr 2014
30.04.2015	Zwischenmitteilung innerhalb des ersten Halbjahres 2015
21.05.2015	Hauptversammlung in der Eventpassage (Auditorium II), Kantstraße 8, 10623 Berlin
14.08.2015	Halbjahresfinanzbericht
06.11.2015	Zwischenmitteilung innerhalb des zweiten Halbjahres 2015
31.12.2015	Ende des Geschäftsjahres

Inhalt

Auf einen Blick	2
Kennzahlen	2
Finanzkalender	2
Brief des Vorstands	5
Konzern-Gesamtergebnisrechnung	7
Konzern-Bilanz	8
Konzern-Kapitalflussrechnung	10
Geschäftsentwicklung	11
I. Geschäft und Strategie	11
II. Wirtschaftliche Rahmenbedingungen und Geschäftsverlauf	11
1. Wirtschaftliche Rahmenbedingungen	11
2. Geschäftsverlauf	12
3. Wesentliche Ereignisse im Berichtszeitraum	12
III. Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage	13
1. Ertragslage	13
2. Vermögenslage	14
3. Finanzlage	14
IV. Nachtragsbericht	15
V. Risiko- und Chancenbericht	15
VI. Prognosebericht	15



MyHammer Holding AG

Zwischenmitteilung innerhalb des zweiten Halbjahres 2015

Brief des Vorstands

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

wir haben auch im dritten Quartal des laufenden Geschäftsjahres unseren Umsatz steigern und unser operatives Betriebsergebnis verbessern können! Grundlage hierfür ist auf der einen Seite die kontinuierliche Steigerung unseres Bestands an bezahlten Laufzeitpaketen sowie ein Anstieg des Durchschnittspreises im Kundenbestand, auf der anderen Seite konnten wir unsere operativen Kosten stabil halten.

Der Umsatz für die ersten neun Monate des Geschäftsjahres belief sich auf TEUR 5.842 was gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres einen Anstieg um TEUR 1.220 bzw. 26 Prozent bedeutet. Das operative Betriebsergebnis verbesserte sich um TEUR 1.343 auf TEUR 285. Auch der operative Cashflow verbesserte sich in den ersten neun Monaten gegenüber der Vergleichsperiode im Vorjahr um TEUR 1.332 auf TEUR 186.

Auf der Basis der Entwicklung der Umsatzerlöse und des Konzernergebnisses in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2015 haben wir unsere Ergebnisprognose für das gesamte Geschäftsjahr 2015 angepasst. Wir gehen nunmehr davon aus, das ursprünglich für das Geschäftsjahr 2015 prognostizierte ausgeglichene bis leicht positive operative Ergebnis (EBIT, ohne einmalige Sondereffekte) zu übertreffen und erwarten jetzt ein operatives Ergebnis (EBIT, ohne einmalige Sondereffekte) im mittleren sechsstelligen Bereich. Das Umsatzwachstum für das Gesamtjahr 2015 erwarten wir unverändert in der Bandbreite von 18 Prozent bis 24 Prozent gegenüber dem Vorjahr.

Ein voller Erfolg war auch die diesjährige bundesweite Suche nach der besten Webseite im Handwerk. In dem von MyHammer bereits zum fünften Mal organisierten Wettbewerb „Handwerkerseite des Jahres“ setzte sich die Seite **www.optikmeisterei.de**, der Augenoptikermeisterin Eva Trummer aus Erlangen nach einem sechswöchigen Online-Voting mit anschließendem Juryentscheid gegen mehr als 2.000 Konkurrenten durch. Neben der besten Handwerkerseite zeichnen wir auch die Gewinner in 17 weiteren Kategorien, unter anderem in den Rubriken „Maler & Lackierer“, „Dachdecker“ oder „Holzverarbeitung“ aus.

Das stetig steigende Engagement der Handwerker widerlegt auch den oft zitierten Eindruck, das deutsche Handwerk stecke noch im digitalen Mittelalter fest. Ganz im Gegenteil: Immer mehr Studien zeigen, das Handwerk beginnt bzw. ist schon mittendrin, sich mit seiner digitalen Zukunft zu beschäftigen. Handwerksbetriebe reagieren damit auf das sich ändernde Verhalten ihrer Zielgruppen. Niemand trifft heute wichtige Kaufentscheidungen mehr, ohne vorher im Internet gewesen zu sein. Entweder um sich Informationen einzuholen, oder um nach Empfehlungen zu suchen, oder sich Ideen und auch gleich Angebote einzuholen. Wer im Netz nicht optimal platziert ist, wer nicht zielgruppengerecht auftritt, wer keine positiven Empfehlungen im Netz vorweisen kann, der wird es in Zukunft schwer haben, an neue Kunden mit lukrativen Aufträgen zu kommen. Handwerksbetriebe sind im wahrsten Sinn des Wortes auf Empfehlungsmarketing angewiesen – der digitalen Mund-zu-Mund-Empfehlung. Um ihre Zielgruppen zu erreichen, verändern digitale Handwerksbetriebe daher ihr Kommunikationsverhalten: Statt teurer Zeitungsanzeigen machen sie meistens durch eine eigene Webseite, mittels Social Media Kanälen oder mit einem aussagekräftigen MyHammer Profil auf sich aufmerksam.

Diese Trends greifen wir auf, und unterstützen Auftraggeber und Handwerker bei der Vermittlung, der Kommunikation, der Abwicklung und bei der Bewertung von Aufträgen. Unsere neuen Angebote wie Nachrichtencenter und Textbausteine für die Kundenkommunikation werden dabei auch immer stärker auf mobilen Endgeräten genutzt. Gerade für Unternehmen des Handwerks, bei denen traditionell ein großer Teil der Arbeiten außerhalb des Firmengeländes ausgeführt werden, bieten mobile Geräte erhebliche Möglichkeiten. Die Kommunikation mit Kunden und Mitarbeitern kann schneller, anschaulicher und effizienter

gestaltet werden. Wir werden auch in den nächsten Quartalen umfassende Investitionen in neue Produkte und Services vornehmen.

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

Berlin, im November 2015

Claudia Frese
Vorstand (Vorsitz)

Thomas Bruns
Vorstand

Konzern-Gesamtergebnisrechnung

in EUR	01.01.-30.09.2015	01.01.- 30.09.2014
1. Umsatzerlöse	5.842.276	4.622.549
2. Sonstige betriebliche Erträge	443.169	277.941
3. Materialaufwand	-1.046.379	-951.518
4. Aufwendungen für Leistungen an Arbeitnehmer	-2.629.582	-2.025.375
5. Abschreibungen	-160.528	-237.996
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen	-2.164.040	-2.743.601
7. Betriebsergebnis	284.917	-1.058.000
8. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	5.373	8.624
9. Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-23.264	-25.728
10. Aufwand aus bedingten finanziellen Verbindlichkeiten	-277.823	-230.486
11. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	-10.797	-1.305.590
12. Ertragsteuern	330	0
13. Gesamtergebnis der Berichtsperiode	-10.467	-1.305.590
a) Anteile nicht beherrschender Gesellschafter	-85.228	-285.843
b) Anteile der Gesellschafter des Mutterunternehmens	74.761	-1.019.747
unverwässertes Ergebnis je Aktie	0,015	-0,203

Konzern-Bilanz

in EUR	30.09.2015	31.12.2014
Aktiva		
A. Langfristige Vermögenswerte		
I. Sachanlagen	82.108	69.394
II. Immaterielle Vermögenswerte	117.153	248.002
	199.261	317.396
B. Kurzfristige Vermögenswerte		
Forderungen und sonstige Vermögenswerte		
1. Forderungen aus Dienstleistungen	357.200	218.067
2. Sonstige finanzielle Vermögenswerte	41.963	376.133
3. Sonstige Vermögenswerte	64.995	13.082
4. Zahlungsmittel und kurzfristige Einlagen	2.146.146	2.002.151
	2.610.304	2.609.434
Bilanzsumme	2.809.565	2.926.830

in EUR	30.09.2015	31.12.2014
Passiva		
A. Eigenkapital		
I. Gezeichnetes Kapital	5.012.500	5.012.500
II. Kapitalrücklage	30.027.725	30.027.725
III. Gewinnrücklage	-36.948.382	-37.023.143
IV. Anteile nicht beherrschender Gesellschafter	-308.446	-223.218
	-2.216.603	-2.206.136
B. Langfristige Verbindlichkeiten		
I. Finanzielle Verbindlichkeiten		
Bedingte finanzielle Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	2.378.060	2.100.237
Darlehensverbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	500.000	500.000
	2.878.060	2.600.237
II. Sonstige Verbindlichkeiten	44.730	44.730
	2.922.790	2.644.967
C. Kurzfristige Verbindlichkeiten		
I. Rückstellungen	25.000	37.356
II. Finanzielle Verbindlichkeiten		
1. Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	7.500	566
2. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	824.127	1.064.513
3. Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	26.113	149.291
	857.739	1.214.371
III. Sonstige Verbindlichkeiten	1.220.637	1.236.271
	2.103.377	2.487.998
Bilanzsumme	2.809.565	2.926.830

Konzern-Kapitalflussrechnung

in EUR	01.01.- 30.09.2015	01.01.- 30.09.2014
Gesamtergebnis	-10.467	-1.305.590
Abschreibungen auf Vermögenswerte des Anlagevermögens	160.528	237.996
Veränderung der Rückstellungen	-12.356	-321.520
Ergebnis aus dem Abgang von immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen	0	-9.230
Zahlungsunwirksame Aufwendungen aus der Bewertung bedingter finanzieller Verbindlichkeiten	277.823	230.486
Veränderung der Forderungen aus Dienstleistungen sowie andere Vermögenswerte, die nicht zur Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	143.124	105.749
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Schulden, die nicht zur Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	-372.265	-83.763
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	186.387	-1.145.873
Einzahlungen aus Abgängen von Vermögenswerten des Sachanlagevermögens	0	9.230
Auszahlungen für Investitionen in immaterielle Vermögenswerte	-5.476	-14.606
Auszahlungen für Investitionen in das Sachanlagevermögen	-36.917	-4.277
Cashflow aus der Investitionstätigkeit	-42.393	-9.654
Kapitalerhöhung	0	0
Eigenkapitalbeschaffungskosten	0	0
Aufnahme von Gesellschafterdarlehen	0	0
Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit	0	0
Zahlungswirksame Veränderung der Zahlungsmittel und kurzfristiger Einlagen	143.994	-1.155.526
Zahlungsmittel und kurzfristige Einlagen zu Beginn der Periode	2.002.151	3.122.807
Zahlungsmittel und kurzfristige Einlagen zum Ende der Periode	2.146.146	1.967.281

Geschäftsentwicklung

I. Geschäft und Strategie

Die MyHammer Gruppe hat in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2015 ihre auf nachhaltiges, profitables Wachstum ausgerichtete Strategie weiter umgesetzt und in den Ausbau des Produkt- und Leistungsspektrums, in die Bestandskundenpflege sowie in die Neukundengewinnung investiert. Die Darstellung der strategischen Zielsetzungen im Konzernlagebericht 2014 ist, ebenso wie die Erläuterungen zu Konzernstruktur, Geschäftsmodell und Steuerungskennzahlen, weiterhin zutreffend.

II. Wirtschaftliche Rahmenbedingungen und Geschäftsverlauf

1. Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Die deutsche Wirtschaft bleibt dem Konjunkturbarometer des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung (DIW Berlin) zufolge auf Kurs und wird in diesem Jahr wohl um 1,8 Prozent wachsen. Die Inflation ist aufgrund der deutlich gesunkenen Ölpreise in diesem Jahr niedrig und wird bei 0,4 Prozent liegen. Der Konsum stützt das Wachstum der deutschen Wirtschaft. Der Beschäftigungsaufbau setzt sich fort, die Arbeitslosenquote wird in diesem Jahr voraussichtlich auf 6,4 Prozent sinken. Die Löhne legen spürbar zu, in diesem Jahr auch wegen der Einführung des gesetzlichen Mindestlohns. Hinzu kommen deutliche Zuwächse bei den Sozialleistungen; dies liegt vor allem an kräftig steigenden Renten, aber auch den Flüchtlingen fließenden Leistungen zu, die den privaten Verbrauch anschieben dürften. Die Investitionen werden sich dagegen insgesamt eher verhalten entwickeln. Die Bauinvestitionen setzen ihren Aufwärtstrend dagegen fort, wenngleich etwas weniger dynamisch. Bei günstigen Finanzierungsbedingungen und niedrigen Renditen alternativer Anlagen bleiben Wohnungsbauinvestitionen gefragt; allerdings haben die Immobilienpreise bereits kräftig angezogen.

Die Konjunktur im Handwerk entwickelt sich nach Einschätzung des Zentralverbands des Deutschen Handwerks e. V. (ZDH) nach einem soliden Jahresauftakt auf einem stabilen Niveau. Der solide Jahresbeginn mit Umsatzzuwächsen von 1,3 Prozent im ersten Quartal 2015 bildet dafür eine gute Basis. Entsprechend gut gestimmt zeigten sich die Betriebsinhaber in den für MyHammer wichtigen Gewerbegruppen (Bau, Ausbau und Kfz) im Handwerk: 46 Prozent beurteilten ihre Geschäftslage als gut, weiterhin nur 12 Prozent als schlecht. Beinahe alle Handwerksbereiche berichten von einer verbesserten Geschäftslage. Dank der ungebrochen hohen Nachfrage nach Wohnbauten berichteten starke 90 bzw. 91 Prozent der Inhaber in den Bau- und Ausbauhandwerken von guten oder befriedigenden Geschäften. Im weiteren Jahresverlauf bleiben die Bau- und Ausbauhandwerke Triebfeder für die Konjunkturentwicklung im Handwerk. Aber auch die Kfz-Handwerke liefern wieder stärkere Impulse. Der Umsatz im Gesamthandwerk wird 2015 voraussichtlich um 1,5 Prozent zulegen. Gelingt es den Betrieben, ausreichend Fachkräfte zur Besetzung offener Stellen zu gewinnen, sollte die Beschäftigung im Handwerk das Niveau des Vorjahres erreichen.

Insgesamt erwarten wir, dass sich diese Entwicklungen positiv auf die wirtschaftliche Situation von MyHammer auswirken werden und der Gesellschaft gute Wachstumsperspektiven bieten. Neben der allgemeinen Steigerung der Nutzerzahlen ist anzunehmen, dass sich das Internet auch in dem für MyHammer besonders relevanten Handwerks- und Dienstleistungsmarkt

als Informations-, Kontakt- und Akquisitionskanal weiter durchsetzt. Auch Mobile-Vermarktungskonzepte, Aktivitäten im E-Commerce-Feld sowie durchdachte Social-Media-Strategien gewinnen weiter an Relevanz auch für die Handwerksbetriebe.

2. Geschäftsverlauf

Die fokussierte Umsetzung der strategischen Stoßrichtungen stand in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2015 im Zentrum unserer Arbeit: Die Erhöhung des Kundenbestandes an qualifizierten Handwerkern und Dienstleistern, die Erhöhung der Reichweite bei privaten Endkunden sowie die Erhöhung der Nutzung der Plattform bei Handwerkern und bei privaten Endkunden. In allen Bereichen konnten wir dabei weitere Fortschritte erzielen.

So konnte in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres der Bestand an Kunden, die ein Laufzeitpaket abgeschlossen hatten, gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres um 24 Prozent gesteigert werden. Grundlage für das Wachstum im Kundenbestand ist neben dem Verkauf von möglichst vielen Neupaketen sowohl über die Webseite als auch im Telefonverkauf, vor allem die Konvertierung der dreimonatigen Starterpakete in die Laufzeitpakete sowie die langfristige Bindung der Bestandskunden. Zu den nicht finanzbezogenen Steuerungsgrößen gehören die Anzahl der Neukunden und die Anzahl der Bestandskunden. In den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2015 konnten wir über die Webseite rund 7.900 Starterpakete an Neukunden verkaufen. Gegenüber der Vergleichsperiode 2014 bedeutet dies einen Rückgang der Neuverkäufe von knapp 8 Prozent, allerdings bei doppelt so hohen monatlichen Preisen. Um die Qualität der Leads im Telefonverkauf zu erhöhen und damit eine Verbesserung der Konvertierung in die Laufzeitpakete und eine längere Kundenbindung zu erreichen, haben wir die Vorgaben für den Telefonverkauf deutlich angepasst. Diese Qualitätssteigerung ging einher mit erwarteten Rückgängen bei den verkauften Starterpaketen im Telefonverkauf und geringeren Verkaufsprovisionen. Die Zahl der Bestandskunden belief sich zu Ende September 2015 auf rund 15.700. Das entspricht einem Wachstum gegenüber dem Vorjahr von 15 Prozent. 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 ersten neun Monaten des Geschäftsjahres auch bei der Erhöhung der Reichweite bei privaten Endkunden. Durch die Konzentration auf Performance-Marketing-Maßnahmen und eine bessere Vernetzung der verschiedenen Marketingkanäle konnten bei relativ stabilen Marketingkosten in den ersten neun Monaten 2015 gegenüber der Vergleichsperiode in 2014 rund 14 Prozent mehr Neuausschreibungen generiert werden.

Bei der Erhöhung der Nutzung der Plattform bei Handwerkern und privaten Endkunden machte MyHammer ebenfalls deutliche Fortschritte. Die Nutzung aller Kernfunktionalitäten, wie das Einstellen von Ausschreibungen, das Abgeben von Angeboten bzw. Kostenvoranschlägen, die Auftragsvergabe sowie die Bewertung von Handwerkern und Dienstleistern lag in der Berichtsperiode 2015 jeweils deutlich über den Aktivitäten im Vorjahr.

3. Wesentliche Ereignisse im Berichtszeitraum

Über die bereits im Halbjahresfinanzbericht mitgeteilten wesentlichen Ereignisse hinaus haben sich keine weiteren zu berichtenden Ereignisse ergeben. Insofern verweisen wir auf unsere Ausführungen im Halbjahresfinanzbericht.

III. Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage

1. Ertragslage

Die operative Fokussierung auf das Geschäftsfeld der MyHammer AG und dessen Weiterentwicklung wurde auch im Berichtszeitraum weiter vorangetrieben. Die MyHammer Holding AG nahm im Wesentlichen Holdingfunktionen wahr und erzielte im ersten Dreivierteljahr 2015 keine signifikanten Umsatzerlöse.

Die positive Entwicklung des Kundenbestandes und zeitversetzt auch der Paketumsätze hat sich zu Beginn des neuen Geschäftsjahres wie schon in den letzten Quartalen des Geschäftsjahres 2014 fortgesetzt. So erzielte die MyHammer Gruppe im den ersten drei Quartalen 2015 Umsatzerlöse in Höhe von TEUR 5.842. Der Umsatz konnte gegenüber dem Vorjahr (TEUR 4.623) um 26 Prozent oder TEUR 1.220 gesteigert werden. Die Umsätze aus Partnerpaketen erhöhten sich gegenüber dem Vorjahresquartal um 29 Prozent von TEUR 1.574 auf TEUR 2.025. Die transaktionsbezogene Nutzungsgebühren verringerten sich gegenüber dem Vorjahreszeitraum um TEUR 38 auf TEUR 31. Im Berichtszeitraum wurden Vermarktungserlöse durch Fremdwerbung auf den MyHammer-Plattformseiten in Höhe von TEUR 28 (i.V.: TEUR 15) erzielt.

Die sonstigen betrieblichen Erträge erhöhten sich um TEUR 165 auf TEUR 443 und entfallen neben einigen kleineren Effekten im Wesentlichen aus einem zu unseren Gunsten entschiedenen Rechtsstreit (TEUR 109).

Der Materialaufwand, im Wesentlichen Aufwendungen für Onlinemarketing in Höhe von TEUR 1.046 hat sich gegenüber der Vorjahresperiode um 10 Prozent erhöht (i.V.: TEUR 952). 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. Die erhöhten Aufwendungen entfallen fast ausschließlich auf den Bereich Suchmaschinenmarketing.

Die Aufwendungen für Leistungen an Arbeitnehmer stiegen im Berichtszeitraum bei deutlich mehr Mitarbeitern um 30 Prozent auf TEUR 2.630 (i.V.: TEUR 2.025). Wesentlicher Grund für diesen Anstieg ist die Übernahme von Tätigkeiten in den Bereichen Produktentwicklung und Customer Success durch neue Mitarbeiter. Diese Tätigkeiten wurden in der Vergangenheit extern durchgeführt bzw. wurden neu etabliert.

Im Berichtszeitraum wurden planmäßige Abschreibungen in Höhe von TEUR 161 (i.V.: TEUR 238) auf immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen verrechnet.

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen reduzierten sich gegenüber dem Vorjahr um 21 Prozent auf TEUR 2.164 (i.V.: TEUR 2.744). Die wesentlichen Aufwandspositionen in diesem Bereich sind Aufwendungen für Fremdarbeiten in Höhe von TEUR 957 (i.V.: TEUR 1.221), IT-Kosten für Serverhosting in Höhe von TEUR 321 (i.V.: TEUR 321), Raumkosten in Höhe von TEUR 306 (i.V.: TEUR 368), sowie Rechts- und Beratungskosten in Höhe von TEUR 147 (i.V.: TEUR 300). Der Rückgang bei den Aufwendungen für Fremdarbeiten um TEUR 264 ist darauf zurückzuführen, dass Tätigkeiten intern übernommen wurden die im Vorjahr noch extern durchgeführt worden sind.

Positiv zu vermerken ist der weiterhin kontinuierliche und nachhaltige Rückgang des Aufwands bei den Wertberichtigungen auf Forderungen. Diese reduzierten sich im Vergleich zum Vorjahresvergleichszeitraum von TEUR 224 auf TEUR 199. Bezogen auf den Umsatz des Berichtszeitraums entspricht das einer Quote von 3 Prozent (i.V.: 5 Prozent). Hier zeigen sich die Vorteile unseres derzeitigen Paketmodells. Durch die monatliche Zahlung von 19,90 Euro für das Starter-Paket erhalten wir frühzeitig wichtige Indikatoren zum zukünftigen Zahlverhalten unserer neuen Kunden und kündigen den Starterpaketkunden mit negativen Zahlungsmerkmalen aktiv das Paket bzw. lassen sie nicht in die regulären Laufzeitpakete wechseln. Wir erwarten daher auch in den folgenden Quartalen keinen signifikanten Anstieg unserer Wertberichtigungsquote.

Das Betriebsergebnis hat sich im Vorjahresvergleich von TEUR -1.058 auf TEUR 285 verbessert und ist nun das dritte Quartal in Folge positiv.

Das Finanzergebnis lag mit TEUR -295 unter Vorjahresniveau (i.V.: TEUR -248) und bestand im Wesentlichen aus dem Zinsaufwand aus bedingten finanziellen Verbindlichkeiten in Höhe von TEUR -277 (i.V.: TEUR -230).

Das in den ersten neun Monaten des laufenden Geschäftsjahres mit TEUR -11 erzielte Konzernergebnis stellt eine deutliche Verbesserung gegenüber dem Vorjahresergebnis dar (i.V.: TEUR -1.306). Das unverwässerte Ergebnis je Aktie beträgt in der Berichtsperiode 2015 EUR 0,015.

2. Vermögenlage

Die langfristigen Vermögenswerte haben sich zum Zwischenbilanzstichtag im Vergleich zum 31.12.2014 um TEUR 118 auf TEUR 199 reduziert, was auf reguläre Abschreibungen zurückzuführen ist. Der Anteil der langfristigen Vermögenswerte am Gesamtvermögen beträgt 7 Prozent.

Die kurzfristigen Vermögenswerte blieben mit TEUR 2.610 auf Vorjahresniveau. Im Wesentlichen handelt es sich hierbei um die liquiden Mittel mit TEUR 2.146 (31.12.2014: TEUR 2.002) und die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen mit TEUR 357 (31.12.2014: TEUR 218).

Insgesamt hat sich die Bilanzsumme zum Stichtag gegenüber dem 31.12.2014 um TEUR 117 oder 4 Prozent auf TEUR 2.810 verringert.

Das Eigenkapital blieb nahezu unverändert bei TEUR -2.216 (31.12.2014: TEUR -2.206). Dies ist auf den Fehlbetrag für die ersten neun Monate 2015 in Höhe von TEUR -10 (i.V.: TEUR -1.306) zurückzuführen.

Die Kapitalstruktur des Konzerns besteht im Wesentlichen aus Eigenkapital und Gesellschafterdarlehen. Die bilanzielle Eigenkapitalquote beträgt zum Stichtag -79 Prozent (31.12.2014: -75 Prozent).

Die bedingten finanziellen Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen (Darlehensverzicht gegen Besserschein) in Höhe von TEUR 2.378 (31.12.2014: 2.100) werden als temporäres Eigenkapital behandelt, da sie ausschließlich aus dem vertraglich definierten Überschuss von mehr als TEUR 2.000 zurückgezahlt werden müssen. Sie betreffen Darlehensverbindlichkeiten gegenüber der Holtzbrinck Digital GmbH. Die langfristigen Verbindlichkeiten haben sich insgesamt auf TEUR 2.923 erhöht und betreffen im Wesentlichen Darlehensverbindlichkeiten gegenüber der Holtzbrinck Digital GmbH.

Die kurzfristigen Verbindlichkeiten reduzierten sich im Berichtszeitraum insgesamt um TEUR 385 auf TEUR 2.103. Im Wesentlichen handelt es sich dabei um die Reduzierung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen i.H.v. TEUR 240 und die Reduzierung der sonstigen finanziellen Verbindlichkeiten i.H.v. TEUR 143.

Die sonstigen Verbindlichkeiten blieben mit TEUR 1.221 im Vergleich zum 31.12.2014 nahezu unverändert.

3. Finanzlage

In den ersten neun Monaten 2015 betrug der Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit des MyHammer Konzerns TEUR 186. Gegenüber dem Vergleichszeitraum 2014 verbesserte sich der Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit damit um TEUR 1.332. Dies ist im Wesentlichen auf das im Vergleich zum Vorjahr um TEUR 1.295 verbesserte Gesamtergebnis zurückzuführen. Der Effekt auf den operativen Cashflow aus der Veränderung des Working Capital betrug in den ersten neun Monaten 2015 TEUR -241, gegenüber einem Effekt in Höhe von TEUR -309 in der Vergleichsperiode 2014.

Der Cashflow aus Investitionstätigkeiten erhöhte sich um TEUR 33 auf TEUR -42 (i.V.: TEUR -10) und resultiert im Wesentlichen aus Ersatzinvestitionen für Arbeitsplatzausstattungen.

In der Berichtsperiode 2015 gab es wie schon in der Vergleichsperiode keine Mittelzuflüsse aus der Finanzierungstätigkeit.

Die liquiden Mittel erhöhten sich im Berichtszeitraum um TEUR 144 auf TEUR 2.146.

IV. Nachtragsbericht

Nach Ablauf des Berichtszeitraumes sind keine berichtspflichtigen Ereignisse eingetreten, die für die MyHammer Holding AG von wesentlicher Bedeutung waren.

V. Risiko- und Chancenbericht

Seit Beginn des Geschäftsjahres haben sich bei der 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 2014 (Geschäftsbericht 2014, S. 55 ff.) entnommen werden. Der Geschäftsbericht kann im Internet unter www.myhammer-holding.de im Bereich Investor Relations/Finanzpublikationen heruntergeladen werden.

VI. Prognosebericht

Wie bereits im Geschäftsjahresbericht 2014 dargestellt, ist MyHammer als bekannteste Auftrags- und Bewertungsplattform im deutschsprachigen Handwerksmarkt gut positioniert. In Verbindung mit den von uns angebotenen Services und Mehrwerten für unsere Handwerker und Dienstleister wie für die privaten Auftraggeber ergibt sich dadurch eine gute Ausgangsbasis für profitables Wachstum. Der Fokus des Managements liegt unverändert auf der Gewinnung von Neukunden, der Verbesserung der nachhaltigen Kundenbindung und der Ertragssituation. Erreicht werden soll diese Steigerung durch die weitere Verbesserung der Produkte, die Optimierung der Verkaufs- und Kundenbetreuungsprozesse sowie eines rigiden Kostenmanagements. Das Management arbeitet daran, Chancen und Möglichkeiten zur Umsatzsteigerung und Verbesserung des operativen Ergebnisses (EBIT) zu erkennen und zu nutzen, wobei im laufenden Geschäftsjahr die Verbesserung des operativen Ergebnisses im Vordergrund steht.

Auf der Basis der Entwicklung der Umsatzerlöse und des Konzernergebnisses in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2015 geht die MyHammer Holding AG nunmehr davon aus, das ursprünglich für das Geschäftsjahr 2015 prognostizierte ausgeglichene bis leicht positive operative Ergebnis (EBIT, ohne einmalige Sondereffekte) zu übertreffen und erwartet jetzt ein operatives Ergebnis (EBIT, ohne einmalige Sondereffekte) im mittleren sechsstelligen Bereich.

Das Umsatzwachstum wird zum Geschäftsjahresende unverändert in der Bandbreite von 18 Prozent bis 24 Prozent gegenüber dem Vorjahr erwartet.

Der Vorstand der MyHammer Gruppe sieht die Finanzierung und Liquidität des Konzerns auch weiterhin auf einer gesicherten Basis. Auf der Grundlage der genannten Ergebnisse und Prognosen sieht der Vorstand den in 2013 eingeschlagenen Kurs, um eine nachhaltige und profitable Umsatzentwicklung zu erreichen, bestätigt. Für das Jahr 2016 erwartet der Vorstand eine weiterhin positive Umsatz- und Ergebnisentwicklung, wenngleich diese noch nicht quantifiziert werden kann.

Den Prognosen liegt die gegenwärtige Geschäftsausrichtung von MyHammer zugrunde, die im Kapitel „Geschäft und Strategie“ 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 2015

Claudia Frese
Vorstand (Vorsitz)

Thomas Bruns
Vorstand



MyHammer Holding AG
Mauerstraße 79
10117 Berlin
myhammer-holding.de