

home  
to go\_

## Quartalsmitteilung Q3/25





## HomeToGo meldet starkes Ergebnis für das Q3/2025: IFRS-Umsatzerlöse der Gruppe steigen im Vergleich zum Vorjahr um 23,7% auf 108,1 Mio. €, das bereinigte EBITDA erreicht 43,0 Mio. €.

HomeToGo erzielte in den ersten neun Monaten des Jahres 2025 insgesamt starke Ergebnisse. Das Unternehmen verzeichnete sowohl ein signifikantes Umsatzwachstum im Segment HomeToGo\_PRO als auch eine erfolgreiche strategische Neuausrichtung hin zu höherer Profitabilität im Marktplatz Segment. Besonders hervorzuheben ist das dritte Quartal nach dem erfolgreichen Abschluss der Übernahme von Interhome – Europas zweitgrößtem Spezialisten für die Ferienwohnungsvermietung – am 28. August 2025. Diese Erstkonsolidierung trug ebenfalls zum starken Wachstum der IFRS-Umsatzerlöse des Konzerns bei, die im Vergleich zum Vorjahr um 23,7% auf einen neuen Quartalsrekord von 108,1 Mio. EUR stiegen. In den ersten neun Monaten des Jahres legten die IFRS-Umsatzerlöse im Vergleich zum Vorjahr um 13,9% auf 201,2 Mio. EUR zu. Auch die Profitabilität verbesserte sich deutlich: Das bereinigte EBITDA für 9M/2025 stieg signifikant auf 22,0 Mio. EUR, was einem Anstieg von 30,9% ggü. dem Vorjahreszeitraum und eine bereinigte EBITDA-Marge von 10,9 % (+1,4%-Pkt.) entspricht. Im Q3/2025 erreichte das bereinigte EBITDA mit 43,0 Mio. EUR einen neuen Höchststand, was einem Anstieg von 19,8% ggü. dem Vorjahreszeitraum und einer starken bereinigten EBITDA-Marge von 39,7% (1,3%-Pkt) entspricht. Diese robuste Performance, die auf einem disziplinierten Kostenmanagement und der erfolgreichen strategischen Weiterentwicklung beider Segmente beruht, bestärkt das Vertrauen in die Erreichung der Prognose für das Gesamtjahr 2025.

### Highlights der Geschäftssegmente:

- **Das Segment HomeToGo\_PRO**, das B2B-Software und technologiebasierte Servicelösungen für den gesamten Reisemarkt umfasst, erzielte in den ersten neun Monaten des Jahres 2025 herausragende Ergebnisse. Die IFRS-Umsatzerlöse verzeichneten ein starkes Wachstum von 48,6% ggü. dem Vorjahreszeitraum auf 81,0 Mio. EUR und entsprachen auf pro-forma Basis 64% der gesamten IFRS-Umsatzerlösen des Konzerns. Diese hervorragende Performance wurde primär durch einen Anstieg der volumenbasierten IFRS-Umsatzerlöse um 63,7% ggü. dem Vorjahreszeitraum getragen, die teilweise auf die erstmalige Konsolidierung von Interhome zurückzuführen war. Im Q3/2025 stiegen die IFRS-Umsatzerlöse des Segments HomeToGo\_PRO deutlich um 83,3% ggü. dem Vorjahreszeitraum. Auch die Profitabilität des Segments verbesserte sich deutlich: Das bereinigte EBITDA stieg in den ersten neun Monaten des Jahres 2025 um 13,8% auf 12,0 Mio. EUR. Im Q3/2025 hatte sich das bereinigte EBITDA mehr als verdoppelt und stieg um 109,2% ggü. dem Vorjahreszeitraum auf 13,0 Mio. EUR.
- **Das Marktplatz-Segment**, die KI-gestützte B2C-Plattform von HomeToGo mit der weltweit größten Auswahl an Ferienwohnungen, erzielte ein Umsatzwachstum, das der strategischen Neuausrichtung mit Fokus auf Profitabilität statt Wachstum entsprach. In den ersten neun Monaten des Jahres 2025 sanken die Buchungserlöse leicht um -1,5% ggü. dem Vorjahreszeitraum auf 154,8 Mio. EUR, während die IFRS-Umsatzerlöse um -0,7% ggü. dem Vorjahreszeitraum auf 127,2 Mio. EUR zurückgingen. Diese geringfügigen Rückgänge sind auf eine bewusste Reduzierung der Marketingausgaben zurückzuführen, die der strategischen Entscheidung des Managements folgte, der Profitabilität Vorrang vor dem Umsatzwachstum einzuräumen. Die Wirkung dieser Strategie zeigt sich in der deutlichen Verbesserung der Profitabilität: Das bereinigte EBITDA des Marktplatz-Segments stieg im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 60,0% und erreichte in 9M/2025 10,0 Mio. EUR. Darüber hinaus erreichte die Onsite Take Rate in diesem Zeitraum 13,4 %, ein Plus von +0,6%-Pkt. ggü. dem Vorjahreszeitraum, was die verbesserte Profitabilität unterstreicht.

### Liquiditätsentwicklung:

- **HomeToGo** verfügte zum Ende des Q3/2025 über eine **solide Liquiditätslage** von 115,6 Millionen Euro. Der Rückgang um 37,1 Millionen Euro gegenüber dem Ende des Q2/2025 war hauptsächlich auf die Zahlung des Kaufpreises für die Übernahme von Interhome zurückzuführen.

# HomeToGo auf einen Blick

Kennzahlen	Q3/2025	Q3/2024	Veränderung	9M/2025	9M/2024	Veränderung
<b>HomeToGo-Gruppe</b>						
Buchungserlöse	73.035	62.661	16,6%	226.662	209.834	8,0%
IFRS-Umsatzerlöse	108.090	87.384	23,7%	201.248	176.716	13,9%
Bereinigtes EBITDA	42.961	35.864	19,8%	22.017	16.817	30,9%
Bereinigte EBITDA-Marge	39,7 %	41,0 %	-1,3 %-Pkt.	10,9 %	9,5 %	+1,4 %-Pkt.
Bruttobuchungswert (GBV)	509.149	519.474	-2,0%	1.731.626	1.734.549	-0,2%
Buchungen (Tsd.)	480.213	438.548	9,5%	1.430.868	1.464.318	-2,3%
Periodenergebnis	31.547	25.494	23,7%	-11.393	-7.142	-59,5%
Free Cash Flow (FCF)	-24.495	-882	-2.677,5%	-29.376	-11.225	-161,7%
Eigenkapital (Tsd. EUR) <sup>1</sup>	318.087	234.371	35,7%			
Eigenkapitalquote <sup>3</sup>	45,7 %	61,6 %	-15,9 %-Pkt.			
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zzgl. anderer hochliquider kurzfristiger finanzieller Vermögenswerte (Tsd. EUR) <sup>3,2</sup>	115.567	89.771	28,7%			
Mitarbeiter*innen (zum Ende des Berichtszeitraums) <sup>2</sup>	1.459	795	83,5%			
<b>HomeToGo_PRO</b>	<b>Q3/2025</b>	<b>Q3/2024</b>	<b>Veränderung</b>	<b>9M/2025</b>	<b>9M/2024</b>	<b>Veränderung</b>
Buchungserlöse	34.826	19.933	74,7%	79.834	60.251	32,5%
Subscriptions-Geschäft	6.882	5.395	27,6%	19.040	16.715	13,9%
Volumenbasiertes Geschäft	27.944	14.538	92,2%	60.794	43.536	39,6%
IFRS-Umsatzerlöse	50.941	27.798	83,3%	80.954	54.461	48,6%
Subscriptions-Geschäft	6.826	5.400	26,4%	19.037	16.637	14,4%
Volumenbasiertes Geschäft	44.116	22.398	97,0%	61.917	37.824	63,7%
Bereinigtes EBITDA	12.994	6.212	109,2%	12.032	10.577	13,8%
Bereinigte EBITDA-Marge	25,5 %	22,3 %	+3,2 %-Pkt.	14,9 %	19,4 %	-4,6 %-Pkt.
Buchungen (Tsd.)	126.385	114.024	10,8%	369.497	317.938	16,2%
Volumenbasiertes Geschäft	126.385	114.024	10,8%	369.497	317.938	16,2%
<b>HomeToGo Marktplatz</b>	<b>Q3/2025</b>	<b>Q3/2024</b>	<b>Veränderung</b>	<b>9M/2025</b>	<b>9M/2024</b>	<b>Veränderung</b>
Buchungserlöse	40.414	44.466	-9,1%	154.819	157.112	-1,5%
Buchungsgeschäft (Onsite)	29.008	27.415	5,8%	96.611	94.330	2,4%
Werbegeschäft	11.406	17.051	-33,1%	58.208	62.782	-7,3%
IFRS-Umsatzerlöse	61.769	62.827	-1,7%	127.230	128.076	-0,7%
Buchungsgeschäft (Onsite)	40.941	38.775	5,6%	76.057	74.603	1,9%
Werbegeschäft	20.828	24.052	-13,4%	51.173	53.473	-4,3%
Bereinigtes EBITDA	29.967	29.652	1,1%	9.985	6.240	60,0%
Bereinigte EBITDA-Marge	48,5 %	47,2 %	+1,3 %-Pkt.	7,8 %	4,9 %	+3,0 %-Pkt.
Onsite Take Rate	13,5 %	13,0 %	+0,6 %-Pkt.	13,4 %	12,8 %	+0,6 %-Pkt.
Auftragsbestand der Buchungserlöse	41.283	37.371	10,5%			
Buchungen (Tsd.)	342.269	341.844	0,1%	1.091.108	1.213.563	-10,1%
Buchungsgeschäft (Onsite)	245.383	258.843	-5,2%	774.698	844.317	-8,2%
Werbegeschäft	96.886	83.001	16,7%	316.410	369.246	-14,3%

<sup>1</sup> Zum 30. September 2025 bzw. 31. Dezember 2024

<sup>2</sup> Zum 30. September 2025 einschließlich 9,6 Mio. Euro an verfügbungsbeschränkten Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalente (zum 31. Dezember 2024: 2,4 Millionen Euro).



# Inhalt

## Konzern-Zwischenlagebericht

1.1 Ertragslage	6
1.2 Finanzlage	10
1.3 Vermögenslage	12
1.4 Ausblick und Prognose	13

## Konzern-Zwischenabschluss

2.1 Konzern-Gesamtergebnisrechnung	15
2.2 Konzernbilanz	16
2.3 Konzern-Kapitalflussrechnung	17

## Service

3.1 Glossar	19
3.2 Finanzkalender	23
3.3 Impressum	23

# Wirtschaftsbericht

## 1.1. Ertragslage

Die HomeToGo-Gruppe verzeichnete im Q3/2025 eine starke Geschäftsentwicklung. Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum stiegen die IFRS-Umsatzerlöse im Q3/2025 um 20,7 Millionen Euro auf 108,1 Millionen Euro. Dies stellt einen neuen Höchstwert für ein einzelnes Quartal dar und entspricht einem Anstieg von 23,7% ggü. dem Vorjahreszeitraum. Neben der starken operativen Leistung von HomeToGo wurde dieses Wachstum auch teilweise durch den erfolgreichen Abschluss und die erstmalige Konsolidierung von Interhome, Europas zweitgrößtem Spezialisten für die Ferienwohnungsvermietung, getragen. Die Übernahme wurde am 28. August 2025 vollzogen, sodass Interhome erst ab diesem Datum zu den IFRS-Umsatzerlösen der Gruppe beitrug, während der Großteil der Sommerreisesaison mit Ankünften in den Sommermonaten, der für die Umsatzrealisierung relevant ist, bereits vor dem Abschlussdatum verstrichen war.

Im dritten Quartal 2025 erzielte das Segment HomeToGo\_PRO, das B2B-Software und technologiebasierte Servicelösungen für den Reisemarkt umfasst, IFRS-Umsatzerlöse von 50,9 Mio. EUR. Dies entspricht einem Anstieg von 83,3% ggü. dem Vorjahreszeitraum. Dieses Wachstum wurde hauptsächlich durch die volumenbasierten IFRS-Umsatzerlöse des Segments (97,0% ggü. dem Vorjahreszeitraum) getragen, einschließlich der IFRS-Umsatzerlöse von Interhome nach dem Abschluss der Transaktion. Darüber hinaus verzeichnete das Subscriptions-Geschäft innerhalb von HomeToGo\_PRO im dritten Quartal ein deutliches organisches Wachstum von 26,4% ggü. dem Vorjahreszeitraum.

Im dritten Quartal 2025 erzielte das Marktplatz-Segment, zu dem die B2C-Plattform von HomeToGo für Ferienwohnungen gehört, Buchungserlöse in Höhe von 40,4 Mio. EUR, einen Rückgang von -9,1% ggü. Q3/2024. Der Auftragsbestand der Buchungserlöse erreichte jedoch zum Quartalsende mit 41,3 Mio. EUR einen Rekordwert (10,5% ggü. dem Vorjahreszeitraum) und sichert somit eine sehr gute Umsatzprognose für das restliche Jahr. Die IFRS-Umsatzerlöse des Segments beliefen sich auf 61,8 Mio. EUR, was einem Rückgang von -1,7% ggü. dem Vorjahreszeitraum entspricht. Dieser Rückgang ist primär auf die strategische Entscheidung zurückzuführen, die Profitabilität des Marktplatz-Segments gegenüber dem Umsatzwachstum zu priorisieren und daher die Marketingausgaben zu reduzieren. Die IFRS-Umsatzerlöse aus dem Werbegeschäft innerhalb des Marktplatz-Segments sanken im Q3/2025 gegenüber dem Vorjahreszeitraum um -13,4%. Dies ist auf die Priorisierung des Onsite-Buchungsgeschäfts und die Migration eines Großpartners vom Werbegeschäft zum Onsite-Buchungsgeschäft zurückzuführen. Diese Entwicklung spiegelt sich auch in den Ergebnissen des Buchungsgeschäfts (Onsite) wider, das weiterhin zum Wachstum beitrug und die IFRS-Umsatzerlöse um 5,6% steigerte. Das Wachstum der IFRS-Umsatzerlöse im Buchungsgeschäft (Onsite) wurde zudem durch die Ausweitung der Onsite Take Rate unterstützt, die im Q3/2025 13,5 % erreichte, ein Plus von +0,6%-Pkt. ggü. dem Vorjahreszeitraum.

Im Q3/2025 stieg der durchschnittliche Warenkorb im Vergleich zum Vorjahr um 1,8 %. Dieser Anstieg war auf höhere Durchschnittspreise (Average Daily Rate, ADR) in den meisten Regionen zurückzuführen, trotz einer allgemeinen Verkürzung der Aufenthaltsdauer (Length of Stay, LOS).

Die Profitabilität verbesserte sich ggü. dem Vorjahreszeitraum weiter. Das bereinigte EBITDA des Konzerns stieg im Q3/2025 um 19,8% ggü. dem Vorjahreszeitraum und erreichte mit 43,0 Mio. EUR einen neuen Höchststand. Seit Jahresbeginn verzeichnete das bereinigte EBITDA ein sehr starkes Wachstum von 30,9% ggü. dem Vorjahreszeitraum und erreichte 22,0 Mio. EUR. Diese Verbesserung ist primär auf die kontinuierliche Margenausweitung in beiden Segmenten, die insgesamt hohe Kostendisziplin, höhere Skaleneffekte und die erstmalige Konsolidierung von Interhome im Q3/2025 zurückzuführen. Die Marketingeffizienz verbesserte sich weiter, was zu einer reduzierten Marketing- und Vertriebsaufwandsquote von -33,1 % im Q3/2025 führte (Vorjahr: -38,2 %). Trotz des starken Anstiegs des absoluten bereinigten EBITDA des Konzerns sank die bereinigte EBITDA-Marge im dritten Quartal 2025 aufgrund des Zeitpunkts der erstmaligen Konsolidierung von

Interhome nach der Hauptsaison im Sommer leicht um -1,3%-Pkt. ggü. dem Vorjahreszeitraum auf 39,7 %. Die Rentabilität ist in der Regel im dritten Quartal am höchsten, da der größte Teil des Auftragsbestands der Buchungserlöse in diesem Zeitraum in den IFRS-Umsatzerlösen erfasst wird. Dazu gehören die reiseintensivsten Sommermonate Juli und August.

Auf Segmentebene stieg das bereinigte EBITDA des Marktplatzsegments deutlich um 3,7 Mio. EUR bzw. 60,0% ggü. dem Vorjahreszeitraum und erreichte in 9M/2025 bis 2025 10,0 Mio. EUR. Im gleichen Zeitraum verbesserte auch HomeToGo\_PRO seine Profitabilität und erzielte einen bemerkenswerten Anstieg von 13,8% ggü. dem Vorjahreszeitraum auf 12,0 Mio. EUR.

Sowohl der Marktplatz als auch die volumenbasierten Umsätze des PRO-Segments unterliegen dem saisonalen Muster der IFRS-Umsatzrealisierung mit einem Höhepunkt in den Sommermonaten und den Marketingausgaben in den Winter-/Frühlingsmonaten. Das bereinigte EBITDA des Subscriptions-Geschäfts innerhalb des Segments HomeToGo\_PRO bleibt hingegen über das Jahr hinweg relativ konstant.

### Konzern-Gesamtergebnisrechnung:

(in Tsd. Euro)	Q3/2025	Q3/2024	Veränderung	9M/2025	9M/2024	Veränderung
<b>IFRS-Umsatzerlöse</b>	<b>108.090</b>	<b>87.383</b>	<b>23,7%</b>	<b>201.248</b>	<b>176.716</b>	<b>13,9%</b>
Umsatzkosten	-12.392	-1.977	-526,8%	-17.684	-5.796	-205,1%
<b>Bruttogewinn</b>	<b>95.698</b>	<b>85.406</b>	<b>12,1%</b>	<b>183.564</b>	<b>170.920</b>	<b>7,4%</b>
Produktentwicklung und operativer Betrieb	-11.296	-11.096	-1,8%	-31.080	-31.177	0,3%
Marketing und Vertrieb	-38.461	-34.322	-12,1%	-123.030	-112.938	-8,9%
Allgemeine Verwaltungsaufwendungen	-12.177	-14.001	13,0%	-36.226	-33.497	-8,1%
Sonstige Aufwendungen	-831	-362	-129,6%	-1.955	-830	-135,5%
Sonstige Erträge	364	705	-48,4%	1.984	1.573	26,1%
<b>Betriebsergebnis</b>	<b>33.297</b>	<b>26.330</b>	<b>26,5%</b>	<b>-6.743</b>	<b>-5.948</b>	<b>-13,4%</b>
Finanzerträge	2.609	640	307,4%	4.775	2.709	76,3%
Finanzierungsaufwendungen	-2.480	-409	507,1%	-6.503	-1.604	-305,4%
<b>Ergebnis vor Steuern</b>	<b>33.426</b>	<b>26.561</b>	<b>25,8%</b>	<b>-8.472</b>	<b>-4.844</b>	<b>-74,9%</b>
Ertragsteuern	-1.878	-1.068	-76,0%	-2.922	-2.298	27,1%
<b>Periodenergebnis</b>	<b>31.547</b>	<b>25.494</b>	<b>23,7%</b>	<b>-11.393</b>	<b>-7.142</b>	<b>-59,5%</b>
Sonstiges Ergebnis	-47	-264	82,2%	-90	264	134,2%
<b>Gesamtergebnis*</b>	<b>31.500</b>	<b>25.230</b>	<b>24,9%</b>	<b>-11.484</b>	<b>-6.878</b>	<b>-67,0%</b>
<b>Betriebsergebnis</b>	<b>33.297</b>	<b>26.330</b>	<b>26,5%</b>	<b>-6.743</b>	<b>-5.948</b>	<b>-13,4%</b>
Abschreibungen	4.720	2.311	-104,2%	13.227	7.729	-71,1%
<b>EBITDA</b>	<b>38.017</b>	<b>28.641</b>	<b>32,7%</b>	<b>6.485</b>	<b>1.781</b>	<b>-264,1%</b>
Anteilsbasierte Vergütung	3.479	3.449	-0,9%	10.623	9.820	-8,2%
Einmaleffekte	1.465	3.774	-61,2%	4.909	5.216	5,9%
<b>Bereinigtes EBITDA</b>	<b>42.961</b>	<b>35.864</b>	<b>19,8%</b>	<b>22.017</b>	<b>16.817</b>	<b>30,9%</b>
Bereinigte EBITDA-Marge	39,7%	41,0%	-1,3%-Pkt.	10,9%	9,5%	+1,4%-Pkt.

\* Die vollständige Konzern-Gesamtergebnisrechnung einschließlich der Ergebniszusweisung an Minderheitsgesellschafter finden Sie unter 2.1. Konzern-Gesamtergebnisrechnung.



Überleitung zum bereinigten EBITDA (in Tsd. Euro)	Q3/2025	Q3/2024	Veränderung	9M/2025	9M/2024	Veränderung
<b>Betriebsergebnis</b>	<b>33.297</b>	<b>26.330</b>	<b>26,5%</b>	<b>-6.743</b>	<b>-5.948</b>	<b>-13,4%</b>
Abschreibungen	4.720	2.311	-104,2%	13.227	7.729	-71,1%
<b>EBITDA</b>	<b>38.017</b>	<b>28.641</b>	<b>32,7%</b>	<b>6.485</b>	<b>1.781</b>	<b>-264,1%</b>
Anteilsbasierte Vergütung	3.479	3.449	-0,9%	10.623	9.820	-8,2%
davon:						
Produktentwicklung und operativer Betrieb	775	1.099	29,5%	3.092	3.287	5,9%
Marketing und Vertrieb	257	107	-140,5%	802	343	-133,7%
Allgemeine Verwaltungs- aufwendungen	2.447	2.243	-9,1%	6.728	6.190	-8,7%
Einmaleffekte	1.465	3.774	-61,2%	4.909	5.216	-5,9%
davon:						
Vereinnahmung der Abwertung aus dem beizulegenden Zeitwert von Gutscheinen und erhaltenen Vorauszahlungen	358	—	100,0%	896	—	100,0%
Vereinbarungen über leistungsabhängige Zahlungen mit Dienstbedingungen	—	387	-100,0%	—	1.161	-100,0%
Fusionen und Übernahmen	703	2.990	n.m.	3.011	3.423	n.m.
Reorganisation & Restrukturierung	162	397	59,2%	1.171	465	-151,5%
Sonstige	242	—	-100,0%	-169	166	201,7%
<b>Bereinigtes EBITDA</b>	<b>42.961</b>	<b>35.864</b>	<b>19,8%</b>	<b>22.017</b>	<b>16.817</b>	<b>30,9%</b>
Bereinigte EBITDA-Marge	39,7%	41,0%	-1%-Pkt.	10,9%	9,5%	+1%-Pkt.

Die Umsatzkosten stiegen im Q3/2025 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 10,4 Mio. EUR auf 12,4 Mio. EUR, was zu einem Rückgang der Bruttomarge um 8,7%-Pkt.<sup>3</sup> führte. Der deutliche Anstieg der Umsatzkosten im Vergleich zum Q3/2024 ist primär auf die Übernahme von Interhome im Q3/2025 zurückzuführen. Ähnlich wie Kraushaar bietet Interhome Dienstleistungen im Bereich der Ferienwohnungsverwaltung an, darunter unter anderem Reinigungs- und Wäscheservices. Die entsprechenden Aufwendungen für diese Dienstleistungen sind in den Umsatzkosten mit insgesamt 9,3 Mio. EUR ausgewiesen. Darüber hinaus beinhalten die Umsatzkosten Aufwendungen für Zahlungsdienstleister in Höhe von 0,7 Mio. EUR. Der Anstieg dieser Aufwendungen spiegelt die starke Verbreitung des Produkts HomeToGo Payments durch unsere Partner im Marktplatz-Geschäft wider.<sup>4</sup>

Die Aufwendungen für Produktentwicklung und den operativen Betrieb stiegen leicht um 1,8 % von 11,1 Mio. EUR im Q3/2024 auf 11,3 Mio. EUR im Q3/2025. Dieser Anstieg resultiert aus zwei gegenläufigen Effekten: Zum einen erhöhten sich die Personalkosten aufgrund des erweiterten Konsolidierungsumfangs um 1,9 Mio. EUR. Zum

<sup>3</sup>Um Abschreibungen bereinigt.

<sup>4</sup>Im Zuge der IFRS-Umstellung bei Interhome wurde festgestellt, dass die Aufwendungen für die Ferienwohnungsverwaltung und Zahlungsabwicklung in den Umsatzkosten auszuweisen sind. Daher wurde die Darstellung dieser Kosten im Q3/2025 geändert. Die Aufwendungen für die Ferienwohnungsverwaltung in Höhe von 1,1 Mio. EUR aus dem Vorjahresquartal Q3/2024 wurden unter Produktentwicklung und operativer Betrieb ausgewiesen. Die Aufwendungen für Zahlungsabwicklungsdienstleister in Höhe von 0,2 Mio. EUR aus dem Vorjahresquartal Q3/2024 wurden unter Allgemeine Verwaltungsaufwendungen ausgewiesen.

anderen wurde dieser Anstieg teilweise durch einen Rückgang der Gemeinkosten für die Produkt- und Entwicklungskosten von 5,3 Mio. EUR im Q3/2024 auf 4,3 Mio. EUR im Q3/2025 kompensiert. Dieser Rückgang ist hauptsächlich auf eine geänderte Darstellung der Aufwendungen für die Verwaltung von Ferienwohnungen zurückzuführen, die seit dem Q3/2025 in den Umsatzkosten ausgewiesen werden. Die bereinigte Kostenquote im Verhältnis zu den IFRS-Umsatzerlösen verbesserte sich im Vergleich zum Vorjahreszeitraum leicht um 1,8%-Pkt. auf 9,5 % im Q3/2025.<sup>5</sup>

Die Marketing- und Vertriebsaufwendungen stiegen im Vergleich zum Q3/2024 um 4,1 Mio. EUR infolge der Konsolidierung von Interhome. Obwohl die Aufwendungen für Marketing und Vertrieb absolut gesehen zunahmen, verbesserte sich die Kostenquote deutlich und sank im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 5,1%-Pkt. auf 33,1 % im Q3/2025. Dies ist auf den fortgesetzten Fokus auf Marketingeffizienz sowie die Konsolidierung des Interhome-Geschäfts zurückzuführen, das aufgrund eines starken Stammkundenstamms vergleichsweise geringere Marketing- und Vertriebskosten erfordert.<sup>6</sup>

Die allgemeinen Verwaltungsaufwendungen sanken von 14,0 Mio. EUR im Vorjahreszeitraum auf 12,2 Mio. EUR im Q3/2025. Dieser Rückgang ist auf deutlich niedrigere Beratungskosten im Q3/2025 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum zurückzuführen, der stark durch die M&A-bezogenen Aufwendungen für die Vorbereitung der Übernahme von Interhome beeinflusst war. Der Gesamtrückgang wurde teilweise durch den Anstieg der Personalkosten aufgrund des erweiterten Konsolidierungsumfangs im Berichtszeitraum kompensiert. Die entsprechende bereinigte Kostenquote im Verhältnis zu den IFRS-Umsatzerlösen verbesserte sich im Q3/2025 um 1,4%-Pkt.

## 1.2. Finanzlage

Die Liquidität und die finanzielle Entwicklung von HomeToGo werden in den folgenden verkürzten Kapitalflussrechnungen dargestellt:

### Verkürzte Kapitalflussrechnung

(in Tsd. Euro)	Q3/2025	Q3/2024 <sup>(1)</sup> Angepasst	9M/2025 <sup>(2)</sup>	9M/2024 <sup>(1)</sup> Angepasst
<b>Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zu Beginn des Berichtszeitraums</b>	<b>151.935</b>	<b>79.022</b>	<b>70.790</b>	<b>108.982</b>
Nettomittelzufluss/-abfluss(-) aus operativer Tätigkeit	-21.491	1.159	-20.845	-4.581
Nettomittelzufluss/abfluss(-) aus Investitionstätigkeit	-88.671	-57	-89.436	-18.458
Nettomittelzufluss/abfluss(-) aus Finanzierungstätigkeit	73.747	-1.074	155.108	-6.883
Fremdwährungseffekte	-17	-1.200	-114	-1.209
<b>Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am Ende des Berichtszeitraums<sup>(3)</sup></b>	<b>115.503</b>	<b>77.850</b>	<b>115.503</b>	<b>77.850</b>
Andere hochliquide kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	64	11.921	64	11.921
<b>Finanzmittel<sup>(3)</sup></b>	<b>115.567</b>	<b>89.771</b>	<b>115.567</b>	<b>89.771</b>

(1) Die Darstellung der erhaltenen Zinsen und der gezahlten sonstigen Finanzierungskosten wurde geändert und von der operativen Tätigkeit in die Finanzierungstätigkeit umgegliedert.

(2) Die Rückzahlung des Verkäuferdarlehens im Q1/2025 im Zusammenhang mit dem Erwerb der GetAway-Gruppe wurde vom Nettomittelzufluss/-abfluss aus Finanzierungstätigkeit in den Nettomittelzufluss/-abfluss aus Investitionstätigkeiten umgegliedert.

(3) Zum 30. September 2025 einschließlich 9,6 Mio. Euro an verfügbarsbeschränkten Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalente (zum 31. Dezember 2024: 2,4 Millionen Euro).

<sup>5</sup>Bereinigt um Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütungen und Abschreibungen

<sup>6</sup>Bereinigt um Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütungen und Abschreibungen

Im Q3/2025 führte die operative Tätigkeit von HomeToGo zu einem Nettomittelabfluss von -21,5 Mio. EUR (Q3/2024: 1,2 Mio. EUR). Der Nettomittelabfluss aus operativer Tätigkeit im Q3/2025 war hauptsächlich auf den Zeitpunkt der erstmaligen Konsolidierung von Interhome am 28. August 2025 zurückzuführen. Im Zuge dieser Konsolidierung erwarb der Konzern erhebliche Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen. Diese betrafen Zahlungen, die Reisende Anfang 2025 im Rahmen ihrer Buchungen an Interhome geleistet hatten und die Interhome nach Antritt der Reisen an die Gastgeber weiterleiten musste. Da diese Zahlungen erst nach Abschluss der Konsolidierung erfolgten, wirkten sie sich negativ auf den Mittelfluss aus operativer Tätigkeit im Q3/2025 aus. Der entsprechende Mittelzufluss aus den vorherigen Zahlungen der Reisenden spiegelte sich hauptsächlich in den erworbenen liquiden Mitteln wider, die im Nettomittelabfluss aus Investitionstätigkeiten abzüglich des Kaufpreises für Interhome ausgewiesen werden. Dadurch ergibt sich insgesamt ein Nettomittelabfluss aus Investitionstätigkeiten.

Der Nettomittelabfluss aus Investitionstätigkeiten im Q3/2025 belief sich auf -88,7 Mio. EUR (Q3/2024: -0,1 Mio. EUR) und ist im Wesentlichen auf den Nettomittelabfluss aus der kürzlich erfolgten Übernahme von Interhome in Höhe von -76,0 Mio. EUR zurückzuführen. Der Mittelabfluss für die gezahlte Gegenleistung betrug -156,9 Mio. EUR und wurde abzüglich der erworbenen liquiden Mittel in Höhe von 80,9 Mio. EUR ausgewiesen. Darüber hinaus erfolgte im Q3/2025 eine Zahlung für die aufgeschobene Gegenleistung (Verkäuferdarlehen) in Höhe von -7,0 Mio. EUR im Zusammenhang mit der Übernahme der GetAway-Gruppe im Jahr 2024 sowie Zahlungen für den Erwerb der verbleibenden Minderheitsbeteiligungen an Kraushaar und timwork in Höhe von -2,8 Mio. EUR.

Im dritten Quartal 2025 belief sich der Nettomittelzufluss aus Finanzierungstätigkeiten auf 73,7 Mio. EUR (Q3/2024: -1,1 Mio. EUR). Darin enthalten waren im Wesentlichen Mittelzuflüsse in Höhe von 75,0 Mio. EUR aus der Inanspruchnahme eines Darlehens im Zusammenhang mit der Übernahme von Interhome. Die Mittelabflüsse im Q3/2025 bestanden hauptsächlich aus Tilgungszahlungen für Leasingverbindlichkeiten in Höhe von -0,6 Mio. EUR sowie Nettozinsabflüssen in Höhe von -0,8 Mio. EUR.

Insgesamt verringerte sich unsere Liquiditätsposition (bestehend aus Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten sowie anderen kurzfristigen, hochliquiden finanziellen Vermögensgegenständen) im Q3/2025 um -36,4 Mio. EUR, hauptsächlich aufgrund der Übernahme von Interhome. Der Buchwert belief sich zum 30. September 2025 auf 115,6 Mio. EUR. Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie sonstige Forderungen betrugen zum 30. September 2025 43,3 Mio. EUR (zum 31. Dezember 2024: 18,1 Mio. EUR), was im Q4/2025 zu einer höheren erwarteten Umwandlung der Forderungen in liquide Mittel führen dürfte.



### 1.3. Vermögenslage

Die Vermögenslage der Gruppe ist aus der folgenden verkürzten Bilanz ersichtlich:

(in Tsd. Euro)	30. September 2025		31. Dezember 2024		Veränderung	
Langfristige Vermögenswerte	519.871	75%	265.089	70%	+254.782	+96%
Kurzfristige Vermögenswerte	176.762	25%	115.677	30%	+61.086	+53%
<b>Summe Aktiva</b>	<b>696.633</b>	<b>100%</b>	<b>380.765</b>	<b>100%</b>	<b>+315.868</b>	<b>+83%</b>
Eigenkapital	351.104	50%	267.223	70%	+83.882	+31%
Langfristige Schulden	161.768	23%	39.908	10%	+121.861	+305%
Kurzfristige Schulden	183.761	26%	73.635	19%	+110.126	+150%
<b>Summe Passiva</b>	<b>696.633</b>	<b>100%</b>	<b>380.765</b>	<b>100%</b>	<b>+315.868</b>	<b>+83%</b>

Der Anstieg der langfristigen Vermögenswerte der Gruppe zum Ende des Q3/2025 im Vergleich zum Jahresende 2024 ist primär auf den Anstieg der immateriellen Vermögenswerte, insbesondere auf einen signifikanten Anstieg des Firmenwerts infolge der Übernahme von Interhome, zurückzuführen. Die Kaufpreisallokation für die Übernahme wird zum Zeitpunkt dieses Berichts noch vorbereitet, weshalb der Betrag von 235,9 Mio. EUR vorläufig vollständig dem Firmenwert zugeordnet wurde. Darüber hinaus stiegen die Sachanlagen von 12,4 Mio. EUR zum 31. Dezember 2024 auf 32,0 Mio. EUR in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2025. Dieser Anstieg ist hauptsächlich auf einen Anstieg der Nutzungsrechte auf 28,3 Mio. EUR zum 30. September 2025 (31. Dezember 2024: 10,1 Mio. EUR) zurückzuführen, der sich aus der Übernahme von Interhome ergibt und hauptsächlich Mietverträge für die von Interhome betriebenen lokalen Servicebüros betrifft.

Die kurzfristigen Vermögenswerte zum 30. September 2025 stieg gegenüber dem 31. Dezember 2024. Dies ist hauptsächlich auf einen Anstieg der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie sonstiger Forderungen um 25,2 Mio. EUR in den ersten neun Monaten des Jahres 2025 zurückzuführen. Dieser Anstieg resultierte aus der Konsolidierung von Interhome (mit einem Beitrag von 9,2 Mio. EUR zum 30. September 2025) sowie der Saisonalität unseres Geschäfts, die typischerweise nach der Reisesaison zum Ende des dritten Quartals zu den höchsten ausstehenden Forderungen führt. Darüber hinaus erhöhte sich die Liquidität des Konzerns (bestehend aus Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten sowie anderen kurzfristigen, hochliquiden finanziellen Vermögenswerten) von 102,1 Mio. EUR zum 31. Dezember 2024 auf 115,6 Mio. EUR zum 30. September 2025. Einzelheiten zu den wesentlichen Effekten, die zum Anstieg der Liquidität des Konzerns führten, finden Sie in Abschnitt 1.2 „Finanzlage“.

Die langfristigen Schulden des Konzerns stiegen zum 30. September 2025 auf 161,8 Mio. EUR, gegenüber 39,9 Mio. EUR zum 31. Dezember 2024. Dies ist hauptsächlich auf den Anstieg der sonstigen finanziellen Verbindlichkeiten von 18,9 Mio. EUR zum 31. Dezember 2024 auf 90,0 Mio. EUR zum 30. September 2025 zurückzuführen, bedingt durch die aufgeschobene Kaufpreiszahlung für Interhome. Der langfristige Anteil der aufgeschobenen Kaufpreiszahlung belief sich zum 30. September 2025 auf 71,2 Mio. EUR. Darüber hinaus erhöhten sich die Verbindlichkeiten in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2025 um 49,0 Mio. EUR, was auf die Inanspruchnahme der Kreditlinie zur Finanzierung der Übernahme von Interhome zurückzuführen ist.

Die kurzfristigen Schulden stiegen von 73,6 Mio. EUR zum 31. Dezember 2024 auf 183,8 Mio. EUR in den ersten neun Monaten des Jahres 2025. Dies war hauptsächlich auf einen Anstieg der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie sonstiger Verbindlichkeiten zurückzuführen, vorwiegend bedingt durch die Konsolidierung von Interhome (40,4 Mio. EUR zum 30. September 2025). Der kurzfristige Teil der oben beschriebenen Kreditfazilität führte zu einer Erhöhung der Fremdmittel um 22,7 Mio. EUR. Darüber hinaus erhöhten sich die sonstigen Verbindlichkeiten in den ersten neun Monaten des Jahres 2025 um 24,5 Mio. EUR.

auf 46,9 Mio. EUR, hauptsächlich bedingt durch die Konsolidierung von Interhome (32,1 Mio. EUR zum 30. September 2025). Des Weiteren stiegen die Ertragsteuerverbindlichkeiten um 8,7 Mio. EUR auf 13,5 Mio. EUR, ebenfalls hauptsächlich bedingt durch die Konsolidierung von Interhome (6,8 Mio. EUR zum 30. September 2025). Die sonstigen finanziellen Verbindlichkeiten sanken in den neun Monaten bis zum 30. September 2025 um -1,3 Mio. EUR auf 25,5 Mio. EUR. Dies ist auf folgende wesentliche gegenläufige Effekte zurückzuführen: Eine Verringerung um 14,0 Mio. EUR aufgrund der Rückzahlung der Verkäuferdarlehen für den Erwerb der GetAway-Gruppe im Jahr 2024, eine Erhöhung um 5,4 Mio. EUR aufgrund der Erfassung des kurzfristigen Anteils der aufgeschobenen Kaufpreiszahlung im Zusammenhang mit dem Erwerb von Interhome, ein Anstieg der an Hausbesitzer zu zahlenden Vorauszahlungen von Reisenden von 11,0 Mio. EUR zum 31. Dezember 2024 auf 15,0 Mio. EUR zum 30. September 2025 sowie ein Anstieg der Leasingverbindlichkeiten um 2,8 Mio. EUR auf 3,6 Mio. EUR, der hauptsächlich auf den Erwerb von Interhome zurückzuführen ist.

## Gesamtbeurteilung

Der Vorstand bewertet die Geschäftsentwicklung in den ersten neun Monaten des Jahres 2025 positiv. HomeToGo erzielte durch das signifikante Wachstum des Segments HomeToGo\_PRO deutliche Steigerungen der IFRS-Umsatzerlöse. Das bereinigte EBITDA von HomeToGo verbesserte sich im Vergleich zum Vorjahreszeitraum erheblich, was auf die Fokussierung auf Marketingeffizienz und akquisitionsbedingte Gewinnsteigerungen zurückzuführen ist.

## 1.4. Ausblick und Prognose

Wie bereits am 14. Oktober 2025 angekündigt, erwartet der Konzern auf Pro-forma-Basis, wenn Interhome zum 1. Januar 2025 konsolidiert worden wäre (jedoch ohne Berücksichtigung tatsächlicher oder potenzieller Synergien), für das Geschäftsjahr 2025 IFRS-Umsatzerlöse von ca. 400 Millionen Euro, ein bereinigtes EBITDA von ca. 40 Millionen Euro und einen positiven Free Cash Flow.

Auf gesetzlicher Basis, die die Konsolidierung von Interhome zum tatsächlichen Abschlussstichtag berücksichtigt, d. h. nur für den Zeitraum vom 28. August 2025 bis zum 31. Dezember 2025, erwartet HomeToGo IFRS-Umsatzerlöse von über 260 Mio. EUR (zuvor über 230 Mio. EUR auf Einzelbasis, d. h. ohne Berücksichtigung des Beitrags von Interhome) und ein bereinigtes EBITDA von über 11 Mio. EUR (zuvor über 19 Mio. EUR auf Einzelbasis, d. h. ohne Berücksichtigung des Einflusses von Interhome). Die negative Abweichung zwischen der neuen Prognose für das bereinigte EBITDA von über 11 Mio. EUR und der vorherigen Prognose von über 19 Mio. EUR ist darauf zurückzuführen, dass Interhome aufgrund der Saisonalität seiner Geschäftstätigkeit im vierten Quartal jedes Jahres ein negatives bereinigtes EBITDA auswies, obwohl das Unternehmen auf Jahresbasis hochprofitabel war.

Da der Abschluss der Interhome-Transaktion gegen Ende der Hauptreisezeit erfolgte, wird für den fusionierten Konzern im Geschäftsjahr 2025 voraussichtlich kein positiver Free Cash Flow auf gesetzlicher Basis erwartet (weder wie zuvor auf Einzelbasis noch nun auf Pro-forma-Basis angenommen). Dies ist auf die Saisonalität des Geschäftsmodells von Interhome zurückzuführen, das hohe Zahlungen an Gastgeber nach der Hauptreisezeit vorsieht. Diese Zahlungen reduzieren den Kassenbestand von Interhome zum Jahresende 2025 im Vergleich zum Kassenbestand zum Zeitpunkt des Abschlusses, der sich auf rund 80 Millionen Euro belief.

Das Unternehmen wird keine Prognosen mehr für die Buchungserlöse abgeben (bisher mehr als 270 Millionen Euro auf Einzelbasis). Dies spiegelt die strategische Neuausrichtung hin zum B2B-orientierten Segment HomeToGo\_PRO nach der Übernahme von Interhome wider.

## Ausblick

	Neue Prognose für das Geschäftsjahr 2025	Alte Prognose für das Geschäftsjahr 2025
<b>Buchungserlöse</b>	Nicht mehr erhältlich	EUR >270 Millionen
Veränderung vs. Vorjahr in %	Nicht mehr erhältlich	+4 %
<b>IFRS-Umsatzerlöse</b>	EUR >260 Millionen	EUR >230 Millionen
Veränderung vs. Vorjahr in %	+22 %	+8 %
<b>Bereinigtes EBITDA</b>	EUR >11 Millionen	EUR >19 Millionen
Veränderung vs. Vorjahr in %	-14%	+48 %
<b>Free Cash Flow</b>	Negativ	Positiv

HomeToGo ist weiterhin fest von seinem mittelfristigen Wachstumskurs und dem Synergiepotenzial nach der Konsolidierung von Interhome überzeugt. Um diese Ziele zu erreichen, werden wir uns weiterhin auf skalierbare Wachstumschancen, operative Exzellenz und die zügige Integration von Interhome konzentrieren, um das erwartete Synergiepotenzial voll auszuschöpfen.

Insgesamt zeigen die Finanzkennzahlen und die Finanzlage, dass die wirtschaftliche Situation des Konzerns zum Zeitpunkt der Erstellung des Neunmonatsberichts für das Geschäftsjahr 2025 weiterhin gut ist.

Luxemburg, 12. November 2025

Vorstand von HomeToGo SE

Dr. Patrick Andrae  
Mitgründer & CEO

Wolfgang Heigl  
Mitgründer & CSO

Valentin Gruber  
COO

Sebastian Bielski  
CFO



# Verkürzter Konzern-Zwischenabschluss

## 2.1. Konzern-Gesamtergebnisrechnung

(in Tsd. Euro)	Q3/2025	Q3/2024	9M/2025	9M/2024
IFRS-Umsatzerlöse	108.090	87.383	201.248	176.716
Umsatzkosten	-12.392	-1.977	-17.684	-5.796
<b>Bruttogewinn</b>	<b>95.698</b>	<b>85.406</b>	<b>183.564</b>	<b>170.920</b>
Produktentwicklung und operativer Betrieb	-11.296	-11.096	-31.080	-31.177
Marketing und Vertrieb	-38.461	-34.322	-123.030	-112.938
Allgemeine Verwaltungsaufwendungen	-12.177	-14.001	-36.226	-33.497
Sonstige Aufwendungen	-831	-362	-1.955	-830
Sonstige Erträge	364	705	1.984	1.573
<b>Betriebsergebnis</b>	<b>33.297</b>	<b>26.330</b>	<b>-6.743</b>	<b>-5.948</b>
Finanzerträge	2.609	640	4.775	2.709
Finanzierungsaufwendungen	-2.480	-409	-6.503	-1.604
Finanzergebnis, netto	129	231	-1.728	1.105
<b>Ergebnis vor Steuern</b>	<b>33.426</b>	<b>26.561</b>	<b>-8.472</b>	<b>-4.844</b>
Ertragsteuer	-1.878	-1.068	-2.922	-2.298
<b>Periodenergebnis</b>	<b>31.547</b>	<b>25.494</b>	<b>-11.393</b>	<b>-7.142</b>
Sonstiges Ergebnis	-47	-264	-90	264
<b>Gesamtergebnis</b>	<b>31.500</b>	<b>25.230</b>	<b>-11.484</b>	<b>-6.878</b>
<b>Zurechenbares Periodenergebnis:</b>				
Aktionär*innen von HomeToGo SE	31.081	23.836	-11.541	-10.005
Minderheitsgesellschafter	466	1.658	148	2.863
<b>Zurechenbares Gesamtergebnis:</b>				
Aktionär*innen von HomeToGo SE	31.034	23.572	-11.632	-9.741
Minderheitsgesellschafter	466	1.658	148	2.863

## 2.2. Konzernbilanz

(in Tsd. Euro)	30. September 2025	31. Dezember 2024
<b>Aktiva</b>		
<b>Langfristige Vermögenswerte</b>		
Immaterielle Vermögenswerte	474.977	241.522
Sachanlagen	32.036	12.377
Sonstige Forderungen (langfristig)	1.658	—
Ertragsteuerforderungen (langfristig)	74	113
Sonstige finanzielle Vermögenswerte (langfristig)	10.067	10.708
Sonstige Vermögenswerte (langfristig)	866	169
Latente Steueransprüche	192	200
<b>Summe langfristiger Vermögenswerte</b>	<b>519.871</b>	<b>265.089</b>
<b>kurzfristige Vermögenswerte</b>		
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Forderungen (kurzfristig)	43.322	18.143
Ertragsteuerforderungen (kurzfristig)	4.670	4.112
Sonstige Finanzanlagen (kurzfristig)	2.016	16.381
Sonstige finanzielle Vermögenswerte (kurzfristig)	11.251	6.251
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	115.503	70.790
<b>Summe kurzfristiger Vermögenswerte</b>	<b>176.762</b>	<b>115.677</b>
<b>Summe Aktiva</b>	<b>696.633</b>	<b>380.765</b>
<b>Passiva</b>		
<b>Eigenkapital</b>		
Gezeichnetes Kapital	3.461	2.441
Kapitalrücklage	614.333	528.002
Rücklage aus Währungsumrechnung	-727	-637
Rücklage für anteilsbasierte Vergütungen	114.812	106.815
Verlustvortrag	-413.791	-402.250
<b>HomeToGo-Aktionär*innen zurechenbares Eigenkapital</b>	<b>318.087</b>	<b>234.371</b>
Minderheitsgesellschafter	33.017	32.852
<b>Summe Eigenkapital</b>	<b>351.104</b>	<b>267.223</b>
Fremdkapitalaufnahme (langfristig)	49.060	68
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten (langfristig)	90.027	18.926
Rückstellungen (langfristig)	1.450	550
Sonstige Verbindlichkeiten (langfristig)	947	886
Ertragsteuerverbindlichkeiten (langfristig)	3.284	—
Latente Steuerschulden	16.999	19.477
<b>Langfristige Verbindlichkeiten</b>	<b>161.768</b>	<b>39.908</b>
Fremdkapitalaufnahme (kurzfristig)	22.821	109
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen(kurzfristig)	73.188	18.107
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten (kurzfristig)	25.496	26.809
Rückstellungen (kurzfristig)	1.778	1.340
Sonstige Verbindlichkeiten (kurzfristig)	46.938	22.474
Ertragsteuerverbindlichkeiten (kurzfristig)	13.540	4.796
<b>Kurzfristige Schulden</b>	<b>183.761</b>	<b>73.635</b>
<b>Summe Schulden</b>	<b>345.529</b>	<b>113.543</b>
<b>Summe Passiva</b>	<b>696.633</b>	<b>380.765</b>

## 2.3. Konzern-Kapitalflussrechnung

(in Tsd. Euro)	Q3/2025	Q3/2024 (bereinigt) <sup>7</sup>	9M/2025 <sup>8</sup>	9M/2024 (angepasst) <sup>8</sup>
<b>Ergebnis vor Ertragsteuern</b>	<b>33.425</b>	<b>26.561</b>	<b>-8.472</b>	<b>-4.844</b>
Anpassungen aufgrund von:				
Abschreibungen	4.902	2.311	13.795	7.729
Zahlungsunwirksamer Aufwand für Leistungen an Arbeitnehmer*innen – anteilsbasierte Vergütungen	3.481	3.449	10.620	9.820
Steueraufwand aus der Ausübung der virtuellen Optionen	—	—	—	-637
Barausgleich an Begünstigte aus dem virtuellen Aktienoptionsprogramm	—	—	—	-20
Tilgungskosten	-3.842	—	-3.842	—
Gewinn / Verlust aus der Veräußerung von Sachanlagen	-2	—	-3	—
Finanzergebnis, netto	-128	-232	1.729	-1.105
Nettoumrechnungsdifferenzen	124	14	74	-329
<b>Veränderung der betrieblichen Vermögenswerte und Verbindlichkeiten</b>				
Zunahme(-)/Abnahme der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstiger Forderungen	-2.396	-12.951	-5.225	-25.118
Zunahme(-)/Abnahme der sonstigen finanziellen Vermögenswerte	3.143	-18	3.507	-2.646
Zunahme(-)/Abnahme der sonstigen Vermögenswerte	1.713	3.374	-144	7.168
Zunahme/Abnahme(-) der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstiger Verbindlichkeiten	-20.240	2.025	-19.041	10.650
Zunahme/Abnahme(-) der sonstigen finanziellen Verbindlichkeiten	-23.020	-16.622	264	7.663
Zunahme/Abnahme(-) der sonstigen Verbindlichkeiten	-19.252	-5.323	-11.261	-9.050
Sonstige nicht zahlungswirksame Veränderungen der Forderungen und Verbindlichkeiten	-862	—	-896	—
Zunahme/Abnahme(-) der Rückstellungen	-263	140	175	-982
<b>Cashflow aus operativer Tätigkeit</b>	<b>-23.216</b>	<b>2.730</b>	<b>-18.717</b>	<b>-1.699</b>
Gezahlte(-)/erhaltene Ertragsteuern	1.725	-1.571	-2.128	-2.882
<b>Nettomittelzufluss/-abfluss(-) aus operativer Tätigkeit</b>	<b>-21.491</b>	<b>1.159</b>	<b>-20.845</b>	<b>-4.581</b>
Erlöse aus der Veräußerung von Grundstücken, Anlagen und Ausrüstungen sowie immateriellen Vermögenswerten	55	—	88	—
Auszahlungen für erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete finanzielle Vermögenswerte	—	5.000	11.890	20.000
Auszahlungen für den Erwerb von Tochtergesellschaften, abzüglich erworbener Zahlungsmittel	-85.795	-2.458	-92.795	-31.256
Veräußerung/Erwerb (-) von Beteiligungen	—	-558	—	-558
Auszahlungen für Sachanlagen	-303	-85	-637	-252
Auszahlungen für immaterielle Vermögenswerte	-20	-125	-583	-766
Auszahlungen für selbst erstellte immaterielle Vermögenswerte	-2.610	-1.836	-7.402	-5.629
Ein-/Auszahlungen (-) aus der Veräußerung von Sachanlagen	2	5	3	3
<b>Nettomittelzufluss/-abfluss(-) aus Investitionstätigkeit</b>	<b>-88.671</b>	<b>-57</b>	<b>-89.436</b>	<b>-18.458</b>
Einzahlungen aus Krediten und Wandeldarlehen	75.203	—	75.177	—
Erhöhung des Eigenkapitals der Aktionär*innen der Muttergesellschaft	-6	—	82.617	—
Rückzahlung von Fremdkapital	-51	-670	-103	-2.342
Gezahlte Zinsen und sonstige Finanzierungskosten (-)	-753	247	-1.332	697
Tilgungsanteile der Leasingzahlungen	-645	-330	-1.252	-1.006
Auszahlungen für Aktienrückkäufe	—	-321	—	-4.232
<b>Nettomittelzufluss/-abfluss(-) aus Finanzierungstätigkeit</b>	<b>73.747</b>	<b>-1.074</b>	<b>155.108</b>	<b>-6.883</b>

<sup>7</sup>Die gezahlten Zinsen und sonstigen Finanzierungskosten wurden von der operativen Tätigkeit in die Finanzierungstätigkeit umgegliedert.

<sup>8</sup>Die Rückzahlung des Verkäuferdarlehens im Q1/2025 im Zusammenhang mit der Übernahme der GetAway-Gruppe wurde von Finanzierungstätigkeiten in Investitionstätigkeiten umgegliedert.



(in Tsd. Euro)	Q3/2025	Q3/2024 (bereinigt) <sup>9</sup>	9M/2025 <sup>10</sup>	9M/2024 (angepasst) <sup>8</sup>
Nettozunahme/-abnahme der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-36.415	28	44.827	-29.923
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zu Beginn des Berichtszeitraums	151.935	79.022	70.790	108.982
Auswirkungen von Wechselkursänderungen auf Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-17	-1.200	-114	-1.209
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am Ende des Berichtszeitraums	115.503	77.850	115.503	77.850

<sup>9</sup>Die gezahlten Zinsen und sonstigen Finanzierungskosten wurden von der operativen Tätigkeit in die Finanzierungstätigkeit umgegliedert.

<sup>10</sup>Die Rückzahlung des Verkäuferdarlehens im Q1/2025 im Zusammenhang mit der Übernahme der GetAway-Gruppe wurde von Finanzierungstätigkeiten in Investitionstätigkeiten umgegliedert.

# Service

## 3.1. Glossar

### Finanzielle Haupt-Steuerungskennzahlen (KPIs)

#### IFRS-Umsatzerlöse

Umsatzerlöse gemäß IFRS-Bilanzierung. IFRS-Umsatzerlöse aus dem buchungsbasierten Geschäft werden zum Check-in-Datum erfasst, während Umsatzerlöse aus dem nicht buchungsbasierten Geschäft bei Erbringung der Dienstleistungen erfasst werden (Klick- oder Vermittlungsdatum). IFRS-Umsatzerlöse aus dem Subscriptions-Geschäft werden über einen bestimmten Zeitraum erfasst.

#### Bereinigtes EBITDA

Periodenergebnis vor

- (i) Ertragsteuern,
  - (ii) Finanzerträgen, Finanzierungsaufwendungen,
  - (iii) Abschreibungen,
- bereinigt um
- (iv) Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütung und
  - (v) Einmaleffekte. Bei den Einmaleffekten handelt es sich um einmalige und somit nicht wiederkehrende Aufwendungen und Erträge, die außerhalb des normalen Geschäftsbetriebs anfallen. Dazu zählen beispielsweise Erträge und Aufwendungen aus Unternehmenszusammenschlüssen und sonstigen M&A-Aktivitäten, Rechtsstreitigkeiten, Umstrukturierungen, Zuwendungen der öffentlichen Hand sowie andere unregelmäßig wiederkehrende Posten, die eine Vergleichbarkeit der zugrunde liegenden Geschäftsentwicklung zwischen den Berichtszeiträumen erschweren.

#### Free Cash Flow (FCF)

Free Cash Flow ist definiert als Nettomittelzufluss/-abfluss aus operativer Tätigkeit zuzüglich Netto-Zinsergebnis und abzüglich Investitionsausgaben, die als Nettoinvestitionen in Sachanlagen, immaterielle und selbst erstellte immaterielle Vermögenswerte definiert sind.

### Berichtssegmente und damit verbundene Umsatzaktivitäten

#### Marktplatz

Unser Berichtssegment Marktplatz umfasst alle Geschäftsmodelle und Umsatzaktivitäten, bei denen Reisende als unsere Kund\*innen im Mittelpunkt stehen. Dabei werden Umsatzerlöse meist nicht

direkt über die Reisenden erwirtschaftet, sondern indirekt über unsere Partner. Es handelt sich um Umsatzaktivitäten aus dem Buchungsgeschäft (Onsite) und dem Werbegeschäft.

#### Buchungsgeschäft (Onsite)

Umsatzerlöse aus dem Buchungsgeschäft (Onsite) werden erwirtschaftet, wenn die Buchung der Reisenden vollständig über eine Website des HomeToGo Marktplatzes getätigt wird. Das Buchungsgeschäft (Onsite) ist weitgehend mit dem ehemaligen CPA-Onsite-Geschäft vergleichbar.

#### Werbegeschäft

Umsatzerlöse aus dem Werbegeschäft werden mit allen Aktivitäten erwirtschaftet, bei denen der (Buchungs-)Vorgang der Reisenden nicht vollständig über eine Website des HomeToGo Marktplatzes getätigt wird. Das Werbegeschäft ist weitestgehend mit dem ehemaligen CPA-Offsite- und CPC-Geschäft vergleichbar.

#### HomeToGo\_PRO

Unser Berichtssegment HomeToGo\_PRO umfasst alle Geschäftsmodelle und Umsatzaktivitäten, bei denen die Anbieter\*innen der Ferienunterkünfte (Gastgeber\*innen, Ferienhaus-Vermietungsagenturen, Reiseziele und andere) oder andere (Reise-)Unternehmen, die gerne Ferienunterkünfte anbieten wollen, im Mittelpunkt stehen. Hier werden Umsatzerlöse berücksichtigt, die durch volumenbasierte Services sowie das Subscriptions-Geschäft erwirtschaftet werden, wobei diese Dienstleistungen darauf ausgerichtet sind, die direkten Anbieter\*innen oder andere Dritte am Markt für Ferienunterkünfte erfolgreicher zu machen. Die Ferienunterkünfte, die von unserem Segment HomeToGo\_PRO bedient werden, werden teilweise auf unserem Marktplatz beworben und generieren dort Erlöse. Umsatzerlöse und Aufwendungen zwischen den Segmenten werden in unserem KPI-Cockpit unter „HomeToGo-Gruppe“ im Posten „Konsolidierung“ ausgewiesen.

#### Subscriptions-Geschäft

Umsatzerlöse aus dem Subscriptions-Geschäft werden durch Software-as-a-Service („SaaS“) und Online-Werbedienstleistungen für direkte Anbieter\*innen von Ferienunterkünften erwirtschaftet, die diese Services über einen bestimmten Zeitraum in Anspruch nehmen können – unabhängig von der Anzahl der Buchungen. Die

Umsatzerlöse werden somit über einen bestimmten Zeitraum erfasst.

#### **Volumenbasiertes Geschäft**

Umsatzerlöse aus dem volumenbasierten Geschäft ergeben sich aus verbrauchsabhängigen Nutzungsentgelten für Software und andere Dienstleistungen, die im Wesentlichen mit der Anzahl der Buchungen und den Dienstleistungen für die direkten Anbieter\*innen der Ferienunterkünfte oder andere Dritte in Verbindung stehen.

#### **Weitere finanzielle KPIs (Nicht-GAAP)**

##### **Buchungserlöse**

Buchungserlöse sind eine operative, nicht nach Rechnungslegungsgrundsätzen bestimmte Leistungskennzahl zur Messung der Performance, die wir als Nettowert der Buchungen in Euro definieren, der innerhalb eines Berichtszeitraums durch Transaktionen auf den HomeToGo-Plattformen ohne Berücksichtigung von Stornierungen erzielt wird. Buchungserlöse entsprechen nicht den nach IFRS erfassten Umsatzerlösen und sind nicht als deren Alternative oder Ersatz anzusehen. Anders als IFRS-Umsatzerlöse werden Buchungserlöse zum Zeitpunkt der Buchung erfasst. Umsatzerlöse aus dem nicht buchungsbasierten Geschäft wie die Erlöse aus dem Werbegeschäft oder Umsatzerlöse aus dem Subscriptions-Geschäft werden ohne Unterschied in den Buchungserlösen und den Umsatzerlösen nach IFRS erfasst, um die Darstellung der Umsätze zu vervollständigen.

##### **Bruttobuchungswert (GBV)**

Der GBV ist der in Euro ausgewiesene Bruttowert, der in einem Berichtszeitraum durch Buchungen auf unserer Plattform erzielt wird (wie von unseren Partnern übermittelt). Der GBV wird zum Zeitpunkt der Buchung erfasst und nicht um Stornierungen oder nach der Buchung vorgenommene Änderungen bereinigt. Bei Onsite- und volumenbasierten Transaktionen berücksichtigt der GBV das Buchungsvolumen, wie es in der Buchungsbestätigung an die Reisenden angegeben wird. Bei Transaktionen im Werbegeschäft wird der GBV teilweise von den Anbieter\*innen der Unterkunft angegeben und teilweise geschätzt. Im Subscriptions-Geschäft wird der GBV ebenfalls geschätzt. Die Schätzungen basieren auf Seitenaufrufen oder der Anzahl von Anfragen, erwarteten Konversionsraten, der nachverfolgten

Aufenthaltsdauer sowie dem nachverfolgten Preis pro Nacht. Multipliziert man die letzten beiden Zahlen miteinander, erhält man den Buchungswert.

##### **Onsite Take Rate**

Die Onsite Take Rate ist die realisierte Marge aus dem Bruttobuchungswert auf dem Marktplatz und wird definiert als der Quotient aus Buchungserlösen aus dem Buchungsgeschäft (Onsite) und dem Bruttobuchungswert aus dem Buchungsgeschäft (Onsite).

##### **Onsite-Anteil**

Der Onsite-Anteil gibt die Durchdringung unseres Onsite-Produktes bei unseren Partnern an. Der Onsite-Anteil errechnet sich als das Verhältnis der Buchungserlöse des Buchungsgeschäfts (Onsite) gemessen an den Buchungserlösen des Marktplatzes.

##### **Auftragsbestand der Buchungserlöse**

Der Auftragsbestand der Buchungserlöse umfasst Buchungserlöse vor Stornierung, die im Berichtszeitraum oder davor generiert wurden, wobei die IFRS-Umsatzrealisierung auf der Basis des Check-in-Datums nach dem Berichtszeitraum erfolgt.

##### **Stornierungsrate**

Die Stornierungsrate gibt Auskunft über den Anteil der Buchungserlöse, der nach einer Buchung storniert wird, jedoch bevor IFRS-Umsatzerlöse erfasst werden. Dieser Indikator wird auf fortlaufender Basis überwacht und zur Erstellung von Prognosen und Budgets genutzt.

#### **Nichtfinanzielle KPIs**

##### **Buchungen**

Diese Kennzahl stellt die Anzahl der Buchungen dar, die von Reisenden generiert wurden, die den Marktplatz und die Dienstleistungen von HomeToGo\_PRO nutzen.

##### **Buchungswert pro Buchung**

Der Buchungswert pro Buchung wird definiert als Bruttobuchungswert pro Buchung vor Stornierungen; er umfasst Onsite-Buchungen, Buchungen auf externen Websites (Werbegeschäft) sowie die Services von HomeToGo\_PRO. Der Buchungswert pro Buchung ist das Produkt des durchschnittlichen Übernachtungspreises mit der durchschnittlichen Aufenthaltsdauer.

## Weitere definierte Begriffe

### Partner

Unternehmen (wie Online-Reiseagenturen (OTAs), Reiseveranstaltungsgesellschaften, Ferienhaus-Vermietungsagenturen, andere Anbieter\*innen von Unterkünften, Softwarepartner) oder Privatpersonen, die Unterkünfte vertreiben, verwalten oder besitzen, die sie direkt oder indirekt über Plattformen der HomeToGo-Gruppe anbieten.

### Wiederkehrende Buchungserlöse

Buchungserlöse, die durch Bestandskund\*innen generiert werden, d. h. Nutzer\*innen unserer Plattform, die schon mindestens einmal bei uns gebucht haben.

### Wiederkehrende Besucher\*innen

Z. B. durch Cookies oder Login eindeutig identifizierbare Nutzer\*innen, die auf eine Website der HomeToGo-Gruppe zurückkehren. Diese Nutzer\*innen wurden zuvor also bereits mindestens einmal auf einer Website der Gruppe erfasst; Agriturismo, AMIVAC, e-domizil, EscapadaRural, SECRA, Kurz Mal Weg und Kurzurlaub werden in den Daten nicht berücksichtigt.

### Campaign Builder

Eines der besten Beispiele für einen HomeToGo-eigenen Werbe-Tech-Stack, mit dem sich Marketingkampagnen über viele Märkte und Marken effizient skalieren lassen. Mit Campaign Builder lassen sich viele Kampagnen gleichzeitig und automatisiert darstellen. Der Tech-Stack erfasst und erkennt die Suchnachfrage anhand Millionen von Suchbegriffen. So erhalten Reisende genau den Inhalt, den sie suchen.

### HomeToGo Designsystem und White-Label-Lösung

Eine intern entwickelte modulare technische Plattform, die für verschiedene HomeToGo Marken und externe Marken verwendet wird.

### NIST Cybersecurity

Leitfaden für die Cybersicherheit, der Branchenstandards und Best-Practice-Ansätze zur Steuerung von Informationssicherheitsrisiken in sich vereint.

### HomeToGo Payments

HomeToGo's eigene Zahlungslösung, die in Zusammenarbeit mit weltmarktführenden Zahlungsanbietern entwickelt wurde.

### HomeToGo Add-ons

Zusätzliche Dienstleistungen, die auf unserer Plattform angeboten werden, um ein vollumfängliches und unkompliziertes Erlebnis zu bieten, wie z. B. der Zugang zu Stornierungsschutz und umfassender Reiseversicherung.

### SaaS

Software-as-a-Service.

### AMIVAC

Bietet Subscription-basierte Dienste sowohl für Gastgeber\*innen als auch für professionelle Agenturen an. AMIVAC SAS (Paris, Frankreich) ist eine unmittelbare 100%ige Tochtergesellschaft der HomeToGo GmbH.

### e-domizil

Spezialist für Ferienhausvermietungen mit den Marken e-domizil, e-domizil CH, atraveo und tourist-online.de. Die e-domizil GmbH (Frankfurt am Main, Deutschland) ist eine unmittelbare 100%ige Tochtergesellschaft der HomeToGo GmbH und hat zwei Tochtergesellschaften: die e-domizil AG (Zürich, Schweiz) und die Atraveo GmbH (Düsseldorf, Deutschland).

### GetAway (Kurz Mal Weg und Kurzurlaub)

Zwei deutsche branchenführende Spezialanbieter von Themenreisen und Hotelangeboten für Kurztrips. Die GetAway Travel GmbH (Leipzig, Germany), die Super Urlaub GmbH (Schwerin, Deutschland) und ihre österreichische Tochtergesellschaft, die Kurzurlaub SHBC GmbH (Wien, Österreich), sind mittelbare Tochtergesellschaften (Beteiligung von 51 %) der HomeToGo GmbH.

### Interhome

ist ein führender Spezialist für Ferienwohnungen und unterstützt Hausbesitzer bei der Vermietung und Betreuung ihrer Ferienwohnungen. Interhome ist vor Ort an den Reisezielen für Gäste und Hausbesitzer verfügbar. Die Holding des Interhome Teilkonzerns, die HDD AG (Glattburg, Schweiz), ist eine direkte (hundertprozentige) Tochtergesellschaft der HomeToGo GmbH.

#### **Kraushaar & timwork**

sind Spezialisten für Ferienhausvermietungen und -verwaltung mit dem Fokus auf Ferienunterkünfte im Norden von Deutschland. Kraushaar Ferienwohnungen GmbH (Hamburg, Deutschland) und timwork GmbH (Grube, Deutschland) sind eine mittelbare Tochtergesellschaft (beides Beteiligung von 100%) der HomeToGo GmbH.

#### **SECRA**

bietet Software für Gastgeber\*innen, Vermietungsagenturen und Destinationen an, die eine durchgängige Verwaltung und Vermarktung von Ferienunterkünften ermöglicht. SECRA Bookings GmbH (Sierksdorf, Deutschland) ist eine direkte (100%ige) Tochtergesellschaft der HomeToGo GmbH.

#### **Smoobu**

SaaS-Komplettlösung, die eigenständige Gastgeber\*innen einfacher mit passenden Partnern verbindet. Die Smoobu GmbH (Berlin) ist eine direkte (100%ige) Tochtergesellschaft der HomeToGo GmbH.



## 3.2. Finanzkalender

Veranstaltung	Termin
Deutsches Eigenkapitalforum, Frankfurt	November 24/25, 2025
Finanzergebnisse 2025 und Q4/2025 sowie Veröffentlichung des Geschäftsberichts 2025	März 19, 2026

## 3.3. Impressum

### Kontakt

HomeToGo SE

9, rue de Bitbourg

L-1273 Luxemburg

ir.hometogo.de

[press@hometogo.com](mailto:press@hometogo.com)

### Investor Relations

Sebastian Grabert, CFA

Carsten Fricke, CFA

IR@hometogo.com