





# HomeToGo erzielt im Q3/23 Rekordwerte und ist auf dem besten Weg, im Geschäftsjahr 2023 beim bereinigten EBITDA den Break-even zu erreichen. Angepasste Prognose für die Umsatzerlöse aufgrund von schwächerer Nachfrage in der Hochsaison.

Trotz der im Juli und August temporär andauernden Nachfrageschwäche zeigte sich HomeToGo im Q3/23 äußerst robust und verzeichnete sogar die bislang beste Q3-Performance in der Geschichte der Gruppe. Die Buchungserlöse stiegen ggü. dem Vorjahreszeitraum um 6,6 % und der Auftragsbestand der Buchungserlöse<sup>1</sup> stand zum Quartalsende so hoch wie noch nie in einem dritten Quartal, nämlich bei 12,4 Mio. Euro. Das bereinigte EBITDA im Q3/23 kletterte auf ein neues Allzeithoch von 28,1 Mio. Euro, was einer bereinigten EBITDA-Marge von 38,0 % entspricht.

## Die Highlights aus Q3/23:

- **Neues Allzeithoch beim bereinigten EBITDA** von 28,1 Mio. Euro, was einer bereinigten EBITDA-Marge von 38,0 % (+3,4 %-Pkt. ggü. dem Vorjahreszeitraum) entspricht. Dies ist vor allem auf eine deutlich höhere Marketingeffizienz zurückzuführen, welche sich in einer verbesserten Marketing- und Vertriebskostenquote<sup>2</sup> von 42,1 % (ggü. 48,6 % in Q3/22) widerspiegelt. Mithilfe dieses Spitzenwertes erreicht HomeToGo ein positives bereinigtes EBITDA von 4,7 Mio. Euro in 9M/23 (ggü. -4,6 Mio. Euro in 9M/22)
- **Robustes Wachstum der IFRS-Umsatzerlöse führte zu einem neuen absoluten Quartalsrekordwert** von 73,9 Mio. Euro (6,0 % ggü. dem Vorjahreszeitraum). Wegen geringerer Nachfrage in der Hochsaison und der anhaltenden Nachfrageschwäche bei Buchungen mit Check-in-Datum im Jahr 2023 passte HomeToGo seine bestehende Prognose der IFRS-Umsatzerlöse für das GJ/23 von 165 - 175 Mio. Euro auf 158 - 162 Mio. Euro an. Das Unternehmen ist weiterhin sehr zuversichtlich, den Break-even beim bereinigten EBITDA als Mittelwert der Prognose zu erreichen und engt die Prognose für das bereinigte EBITDA auf eine Spanne zwischen -1,0 - 1,0 Mio. Euro für das Geschäftsjahr 2023 (von zuvor -2,5 - 2,5 Mio. Euro) ein
- **Robustes Wachstum der Buchungserlöse** ggü. Vorjahreszeitraum um 6,6 % auf 45,3 Mio. Euro, angetrieben durch das starke CPA-Geschäft, welches mit einer CPA-Take-Rate von 11,6 % (+1,9 %-Pkt. ggü. dem Vorjahreszeitraum) einen neuen Rekordwert erreichte. Der Auftragsbestand der Buchungserlöse<sup>1</sup> wuchs stark um 28,8 % ggü. dem Vorjahreszeitraum auf einen Rekordwert von 12,4 Mio. Euro zum Ende des dritten Quartals
- **Subscriptions & Services erzielen das bisher beste Quartal** mit IFRS-Umsatzerlösen von 12,0 Mio. Euro (41,9 % ggü. dem Vorjahreszeitraum) und machen damit 19,5 % der gesamten 9M/23 IFRS-Umsatzerlöse der HomeToGo-Gruppe aus
- **Komfortable Liquiditätsposition zum Ende** des dritten Quartals von 135,7 Mio. Euro. Weitere Zuflüsse aus Kundenforderungen werden während Q4/23 erwartet

Anpassung der bestehenden Prognose der IFRS-Umsatzerlöse auf eine Spanne zwischen 158 - 162 Mio. Euro (von zuvor 165 - 175 Mio. Euro), Buchungserlöse in einer Spanne zwischen 180 - 190 Mio. Euro (von zuvor 185 - 205 Mio. Euro) sowie einen Onsite-Anteil der Buchungserlöse zwischen 52 - 56 % (von zuvor 56 - 61 %). Der Vorstand erwartet aufgrund bewusster Kostendisziplin weiterhin den Break-even beim bereinigten EBITDA als Mittelwert der Prognose für das Geschäftsjahr 2023 zu erreichen und engt die Prognose für das bereinigte EBITDA auf eine Spanne zwischen -1,0 - 1,0 Mio. Euro ein (von zuvor -2,5 - 2,5 Mio. Euro).

<sup>1</sup> Buchungserlöse, die bis zum 30. September 2023 generiert wurden, mit IFRS-Umsatzrealisierung im Geschäftsjahr 2023 basierend auf dem Check-In-Datum in Q4/23.

<sup>2</sup> Marketing- und Vertriebskosten bereinigt um anteilsbasierte Vergütung, Abschreibungen sowie nicht-operative Einmaleffekte im Verhältnis zu den IFRS-Umsatzerlösen.

# HomeToGo auf einen Blick

Kennzahlen	Q3/23	Q3/22	vs. Vorjahr	9M/23	9M/22	vs. Vorjahr
<b>Buchungserlöse<sup>(1)</sup> (Tsd. Euro)</b>	<b>45.333</b>	<b>42.523</b>	<b>6,6 %</b>	<b>160.833</b>	<b>131.043</b>	<b>22,7 %</b>
CPA Onsite	18.159	16.310	11,3 %	70.794	60.851	16,3 %
CPA Offsite	11.336	8.849	28,1 %	41.199	26.869	53,3 %
CPC + CPL	6.011	10.778	-44,2 %	19.471	28.845	-32,5 %
Subscriptions & Services	9.826	6.586	49,2 %	29.369	14.479	102,8 %
<b>Onsite-Anteil an Buchungserlösen<sup>(2)</sup></b>	<b>51,1 %</b>	<b>45,4 %</b>	<b>+5,7 %-Pkt.</b>	<b>53,9 %</b>	<b>52,2 %</b>	<b>+1,7 %-Pkt.</b>
<b>IFRS-Umsatzerlöse<sup>(3)</sup> (Tsd. Euro)</b>	<b>73.860</b>	<b>69.679</b>	<b>6,0 %</b>	<b>138.528</b>	<b>126.181</b>	<b>9,8 %</b>
CPA Onsite	38.863	39.173	-0,8 %	60.998	60.114	1,5 %
CPA Offsite	16.981	11.278	50,6 %	31.112	20.811	49,5 %
CPC + CPL	5.991	10.751	-44,3 %	19.446	28.690	-32,2 %
Subscriptions & Services	12.025	8.477	41,9 %	26.973	16.566	62,8 %
<b>Bereinigtes EBITDA<sup>(4)</sup> (Tsd. Euro)</b>	<b>28.096</b>	<b>24.148</b>	<b>16,3 %</b>	<b>4.688</b>	<b>-4.601</b>	<b>&gt;100%</b>
Bereinigte EBITDA-Marge	38,0%	34,7%	+3,4 %-Pkt.	3,4%	-3,6%	+7,0 %-Pkt.
Bereinigte Einmaleffekte <sup>(5)</sup>	1.406	1.072	-31,2 %	2.737	2.238	-22,3 %
<b>Periodenergebnis</b>	<b>21.362</b>	<b>21.984</b>	<b>-2,8 %</b>	<b>-18.720</b>	<b>-26.965</b>	<b>30,6 %</b>
<b>Bruttobuchungswert (GBV)<sup>(6)</sup> (Tsd. Euro)</b>	<b>401.192</b>	<b>421.481</b>	<b>-4,8 %</b>	<b>1.445.402</b>	<b>1.345.440</b>	<b>7,4 %</b>
GBV CPA	253.515	278.027	-8,8 %	1.019.475	931.210	9,5 %
<b>Buchungen (Anzahl)</b>	<b>233.914</b>	<b>239.564</b>	<b>-2,4 %</b>	<b>846.684</b>	<b>823.202</b>	<b>2,9 %</b>
CPA Onsite	153.921	169.224	-9,0 %	555.785	593.351	-6,3 %
CPA Offsite	79.993	70.340	13,7 %	290.899	229.851	26,6 %
<b>CPA-Buchungswert pro Buchung<sup>(7)</sup> (Euro)</b>	<b>1.084</b>	<b>1.109</b>	<b>-2,3 %</b>	<b>1.204</b>	<b>1.103</b>	<b>9,2 %</b>
<b>CPA-Take-Rate<sup>(8)</sup></b>	<b>11,6 %</b>	<b>9,7 %</b>	<b>+1,9 %-Pkt.</b>	<b>10,2 %</b>	<b>9,4 %</b>	<b>+0,8 %-Pkt.</b>
<b>Stornierungen (Tsd. Euro)</b>	<b>-6.181</b>	<b>-4.994</b>	<b>-23,8 %</b>	<b>-22.603</b>	<b>-17.697</b>	<b>-27,7 %</b>
Stornierungsrate	13,6 %	11,7 %	-1,9 %-Pkt.	14,1 %	13,5 %	-0,6 %-Pkt.
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zzgl. anderer hochliquider kurzfristiger finanzieller Vermögenswerte <sup>(9)(10)</sup> (Tsd. Euro)	135.671	161.557	-16,0 %			
Eigenkapital <sup>(9)</sup> (Tsd. Euro)	257.055	263.697	-2,5 %			
Eigenkapitalquote <sup>(9)</sup>	77,4 %	76,5 %	+0,9 %-Pkt.			
Mitarbeiter*innen (zum Ende des Berichtszeitraums) <sup>(9)</sup>	644	650	-0,9 %			

(1) Buchungserlöse sind eine operative, nicht nach Rechnungslegungsgrundsätzen bestimmte Leistungskennzahl zur Messung der Performance, die wir als Nettowerk in Euro definieren, der innerhalb eines bestimmten Zeitraums durch Transaktionen auf unserer Plattform ohne Berücksichtigung von Stornierungen erzielt wird (CPA, CPC, CPL usw.). Buchungserlöse entsprechen nicht den nach IFRS erfassten Umsatzerlösen und sind nicht als deren Alternative oder Ersatz anzusehen.

(2) Buchungserlöse ohne Subscriptions & Services.

(3) Zum Check-in-Datum erfasste CPA-Umsatzerlöse nach IFRS. Nur diese Kennzahl wird zum Zeitpunkt der Umsatzrealisierung nach IFRS ausgewiesen (Check-in-Datum für Buchungen); alle anderen Kennzahlen richten sich nach dem Leistungs- bzw. Buchungszeitpunkt. Die Quartalszahlen sind ungeprüft.

(4) Ergebnis vor (i) Ertragsteuern, (ii) Finanzerträgen, Finanzierungsaufwendungen, (iii) Abschreibungen; bereinigt um Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütung und Einmaleffekte.

(5) Bei den Einmaleffekten handelt es sich um einmalige und somit nicht wiederkehrende Erträge und Aufwendungen, die außerhalb des normalen Geschäftsbetriebs anfallen.

(6) Der Bruttobuchungswert („GBV“) ist der in Euro ausgewiesene Bruttowerk, der in einem Berichtszeitraum durch Buchungen auf unserer Plattform erzielt wird (einschließlich aller Buchungsbestandteile ohne Mehrwertsteuer). Der Bruttobuchungswert wird zum Zeitpunkt der Buchung erfasst und nicht um Stornierungen oder nach der Buchung vorgenommene Änderungen bereinigt. Für CPA-Transaktionen umfasst der Bruttobuchungswert das Buchungsvolumen, wie es vom Partner gemeldet wird. Für CPC wird der Bruttobuchungswert durch Multiplikation des Gesamtklickwertes mit der erwarteten Konversionsrate geschätzt. Der Gesamtklickwert entspricht der Anzahl der Tage in dem Zeitraum der Suche multipliziert mit dem Preis pro Nacht des angeklickten Angebots. Dieser Gesamtklickwert wird mit der durchschnittlichen Konversionsrate der Mikrokonversionsquelle für CPA-Partner im jeweiligen Monat multipliziert.

(7) Der CPA-Buchungswert pro Buchung wird definiert als CPA-Bruttobuchungswert pro Buchung vor Stornierungen.

(8) Die CPA-Take-Rate ist die realisierte Marge aus dem Bruttobuchungsbetrag und wird definiert als der Quotient aus CPA-Buchungserlösen und Bruttobuchungswert aus CPA-Buchungserlösen.

(9) Zum 30. September 2023 bzw. 31. Dezember 2022.

(10) Einschließlich 0,5 Mio. Euro an verfügbaren Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten zum 30. September 2023 (zum 30. September 2022: 2,3 Mio. Euro).

# Inhalt

## Wirtschaftsbericht

1.1. Ertragslage	5
1.2. Finanzlage	8
1.3. Vermögenslage	8
1.4. Ausblick und Prognose	9

## Ausgewählte Finanzinformationen

2.1. Konzern-Gesamtergebnisrechnung	11
2.2. Konzernbilanz	12
2.3. Konzern-Kapitalflussrechnung	13

## Service

3.1. Glossar	14
3.2. Finanzkalender	17
3.3. Impressum	17

# Wirtschaftsbericht

## 1.1. Ertragslage

Ungeachtet der fortdauernden gesamtwirtschaftlichen Unwägbarkeiten, in deren Folge sich die Nachfrage im Juli und August 2023 vorübergehend abschwächte, war die Geschäftsentwicklung von HomeToGo im Q3/23 insgesamt robust. Bei den Buchungserlösen stellte das Unternehmen einen neuen Q3-Rekord auf, IFRS-Umsatzerlöse und bereinigtes EBITDA waren so hoch wie noch nie in einem Quartal. Konkret legten Buchungserlöse und IFRS-Umsatzerlöse um 6,6 % bzw. 6,0 % ggü. dem Vorjahreszeitraum zu. Insbesondere der Bereich Subscriptions & Services wuchs mit einem Anstieg der IFRS-Umsatzerlöse von 41,9 % ggü. dem Vorjahreszeitraum auf 12,0 Mio. Euro weiter kräftig. Die Buchungserlöse stiegen sogar um 49,2 % auf 9,8 Mio. Euro. Die CPA Onsite Buchungserlöse stiegen um 11,3 % gegenüber dem Vorjahreszeitraum an, während im selben Zeitraum die CPA Onsite IFRS-Umsatzerlöse aufgrund der gedämpften Nachfrage während der Hauptreisezeit um (0,8) % leicht zurück gingen. Überdurchschnittlich stark entwickelte sich das CPA-Offsite-Geschäft. Hier stiegen die Buchungserlöse um 28,1 %, die IFRS-Umsatzerlöse gar um 50,6 % ggü. dem Vorjahreszeitraum. Grund hierfür war erneut die hohe Nachfrage in Nordamerika. Die kommerziellen Eckdaten unserer CPC- und CPL-Transaktionen entwickelten sich hingegen schwächer als unsere CPA-Produkte, sodass die IFRS-Umsatzerlöse hier um -44,3 % ggü. dem Vorjahreszeitraum zurückgingen.

Das bereinigte EBITDA erreichte im Q3/23 ein Allzeithoch von 28,1 Mio. Euro. Die deutliche Steigerung um 3,9 Mio. Euro bzw. 16,3 % ggü. dem Vorjahreszeitraum war erwartet worden, da neben einer starken Kostendisziplin sowie einer weiter verbesserten Marketingeffizienz auch ein großer Teil der IFRS-Umsatzerlöse im Q3/23 realisiert werden konnte. Dementsprechend verbesserte sich auch die bereinigte EBITDA-Marge um 3,4 Prozentpunkte auf 38,0 %. Der Auftragsbestand der Buchungserlöse lag am Ende des Q3/23 um 28,8 % über dem Wert des Vorjahreszeitraums. Es wurden 12,4 Mio. Euro ausgewiesen – mehr als jemals zuvor in einem dritten Quartal.

## Entwicklung von Bruttobuchungswert, Buchungserlösen und IFRS-Umsatzerlösen im Berichtsquartal

Der Bruttobuchungswert sank im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um -20,3 Mio. Euro auf 401,2 Mio. Euro im Q3/23. Das entspricht einem Minus von -4,8 %. Die Anzahl der Buchungen verringerte sich leicht um -2,4 % ggü. dem Vorjahreszeitraum. Der CPA-Buchungswert pro Buchung ging um -2,3 % zurück. Dieser Rückgang – und damit auch der des Bruttobuchungswerts – ist teilweise auf den etwas höheren Anteil der Buchungen aus Europa zurückzuführen, denn hier ist der durchschnittliche CPA-Buchungswert pro Buchung in der Regel niedriger als im Nordamerikageschäft.

Im Q3/23 stiegen die Buchungserlöse um 6,6 % bzw. 2,8 Mio. Euro ggü. dem Vorjahreszeitraum auf den höchsten bislang in einem dritten Quartal erzielten Wert von 45,3 Mio. Euro. Zu verdanken ist dieser Rekord einer ebenfalls höheren CPA-Take-Rate, die um 1,9 Prozentpunkte ggü. dem Vorjahreszeitraum auf 11,6 % zulegte und damit höher ist als jemals zuvor in einem Quartal. Diese attraktiven kommerziellen Konditionen führten zu einem Anstieg des Onsite-Anteils an Buchungserlösen um 5,7 Prozentpunkte auf 51,1 % sowie dem höchsten Auftragsbestand der Buchungserlöse, den HomeToGo am Ende eines dritten Quartals bisher jemals verzeichnen konnte.

Die IFRS-Umsatzerlöse stiegen im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 6,0 % bzw. 4,2 Mio. Euro auf einen neuen Quartalsrekord von 73,9 Mio. Euro. Dabei wurde ein Großteil des per Ende Q3/22 ausgewiesenen Auftragsbestand der Buchungserlöse im Q3/23 erfasst, was auf unser Geschäftsmodell und die zeitversetzte Erfassung von IFRS-Umsatzerlösen und Buchungserlösen im internen Berichtswesen zurückzuführen ist. Reisende planen ihren Urlaub in der Regel Monate im Voraus, was unseren hohen Auftragsbestand an Buchungserlösen am Ende von Q1 und Q2 erklärt.

## Konzern-Gesamtergebnisrechnung:

(in Tsd. Euro)	Q3/23	Q3/22	vs. Vorjahr	9M/23	9M/22	vs. Vorjahr
<b>IFRS-Umsatzerlöse</b>	<b>73.860</b>	<b>69.679</b>	<b>6,0 %</b>	<b>138.528</b>	<b>126.181</b>	<b>9,8 %</b>
Umsatzkosten	-1.760	-3.565	50,6 %	-6.884	-9.196	25,1 %
<b>Bruttoergebnis</b>	<b>72.099</b>	<b>66.114</b>	<b>9,1 %</b>	<b>131.645</b>	<b>116.984</b>	<b>12,5 %</b>
Produktentwicklung und operativer Betrieb	-9.718	-7.360	-32,0 %	-25.890	-20.764	-24,7 %
Marketing und Vertrieb	-32.731	-35.564	8,0 %	-98.873	-103.174	4,2 %
Allgemeine Verwaltungsaufwendungen	-9.385	-11.618	19,2 %	-27.295	-31.640	13,7 %
Sonstige Aufwendungen	-700	-322	<-100 %	-1.692	-493	<-100 %
Sonstige Erträge	358	1.789	-80,0 %	1.073	3.877	-72,3 %
<b>Gewinn/Verlust aus operativer Tätigkeit</b>	<b>19.924</b>	<b>13.040</b>	<b>52,8 %</b>	<b>-21.032</b>	<b>-35.210</b>	<b>40,3 %</b>
Finanzerträge	1.163	9.479	>100 %	2.051	9.705	>100 %
Finanzierungsaufwendungen	409	-474	>100 %	-561	-1.661	-66,2 %
<b>Gewinn/Verlust vor Steuern</b>	<b>21.496</b>	<b>22.045</b>	<b>-2,5 %</b>	<b>-19.541</b>	<b>-27.166</b>	<b>28,1 %</b>
Ertragsteuern	-134	-62	<-100 %	821	200	>100 %
<b>Periodenergebnis</b>	<b>21.362</b>	<b>21.984</b>	<b>-2,8 %</b>	<b>-18.720</b>	<b>-26.965</b>	<b>30,6 %</b>
Sonstiges Ergebnis	-207	-389	46,7 %	-308	-59	<-100 %
<b>Gesamtergebnis</b>	<b>21.154</b>	<b>21.595</b>	<b>-2,0 %</b>	<b>-19.028</b>	<b>-27.025</b>	<b>29,6 %</b>
<b>Gewinn/Verlust aus operativer Tätigkeit</b>	<b>19.924</b>	<b>13.040</b>	<b>52,8 %</b>	<b>-21.032</b>	<b>-35.210</b>	<b>40,3 %</b>
Abschreibungen	2.468	3.924	37,1 %	9.254	9.399	-1,5 %
<b>EBITDA</b>	<b>22.392</b>	<b>16.965</b>	<b>32,0 %</b>	<b>-11.778</b>	<b>-25.810</b>	<b>54,4 %</b>
Anteilsbasierte Vergütung	4.297	6.112	29,7 %	13.730	18.971	-27,6 %
Einmaleffekte	1.406	1.072	31,2 %	2.737	2.238	22,3 %
<b>Bereinigtes EBITDA</b>	<b>28.096</b>	<b>24.148</b>	<b>16,3 %</b>	<b>4.688</b>	<b>-4.601</b>	<b>&gt;100 %</b>
Bereinigte EBITDA-Marge	38,0 %	34,7 %	+3,4 %-Pkt.	3,4 %	-3,6 %	+7,0 %-Pkt.

Die Umsatzkosten sanken im Wesentlichen aufgrund des Wegfalls der Aufwendungen für die Abschreibung des Auftragsbestands an Buchungserlösen von e-domizil um 1,8 Mio. Euro auf 1,8 Mio. Euro. Die Abschreibung erfolgte über die Laufzeit von einem Jahr nach dem Erwerbszeitpunkt im April 2022..

Die Marketing- und Vertriebsaufwandsquote<sup>3</sup> von 42,1 % verbesserte sich um 6,4 Prozentpunkte ggü. dem Vorjahreszeitraum. Grund hierfür war ein effizienteres Marketing, das zudem für eine Erhöhung des Auftragsbestands an Buchungserlösen auf 12,4 Mio. Euro zum Ende des Berichtsquartals sorgte (28,8 % ggü. dem Vorjahreszeitraum). In absoluten Zahlen sind aufgrund der verbesserten Marketingeffizienz die Marketing- und Vertriebsaufwendungen im Q3/23 ggü. dem Vorjahreszeitraum um 2,8 Mio. Euro auf 32,7 Mio. Euro gesunken.

Die Aufwendungen für Produktentwicklung und operativen Betrieb legten im Berichtsquartal auf 9,7 Mio. Euro zu (Q3/22: 7,4 Mio. Euro). Die entsprechende Aufwandsquote<sup>3</sup> auf Basis der IFRS-Umsatzerlöse verschlechterte sich aufgrund höherer Lizenzaufwendungen und personalbezogener Aufwendungen um 2,5 Prozentpunkte ggü. dem Vorjahreszeitraum.

Die allgemeinen Verwaltungsaufwendungen sanken im Berichtsquartal auf 9,4 Mio. Euro (Q3/22: 11,6 Mio. Euro). Der Rückgang in Höhe von 2,2 Mio. Euro lässt sich auf die im Berichtsquartal im Zusammenhang mit der anteilsbasierten Vergütung gesunkenen Aufwendungen zurückführen. Ein weiterer Grund sind die ggü. dem Vorjahr rückläufigen Beratungsaufwendungen. Insgesamt verbesserte sich das Verhältnis der allgemeinen Verwaltungsaufwendungen zu den IFRS-Umsatzerlösen um 4,0 Prozentpunkte.

<sup>3</sup> Bereinigt um Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütung und Abschreibungen.

Während sich das bereinigte EBITDA der Gruppe im Berichtsquartal um 16,3 % bzw. 3,9 Mio. Euro ggü. dem Vorjahreszeitraum verbesserte, sank das Periodenergebnis im selben Zeitraum um -2,8 % bzw. 0,6 Mio. Euro. Grund hierfür ist hauptsächlich die während des Vergleichszeitraums erfolgte Neubewertung der Optionsscheine der Klasse A und Klasse B zum beizulegenden Zeitwert. Dadurch ergaben sich deutlich höhere Finanzerträge ggü. dem Vorjahreszeitraum. Für weitere Einzelheiten zu den Optionsscheinen des Konzerns verweisen wir auf Anhangangabe 33 des Konzernabschlusses für das zum 31. Dezember 2022 endende Geschäftsjahr.

## Entwicklung des bereinigten EBITDA im Berichtsquartal

Die HomeToGo-Gruppe wies im Berichtsquartal ein bereinigtes EBITDA von 28,1 Mio. Euro aus – höher als jemals zuvor (Q3/22: 24,1 Mio. Euro). Die bereinigte EBITDA-Marge betrug 38,0 %. Dank eines effizienteren Marketings verbesserte sich die bereinigte EBITDA-Marge um 3,4 Prozentpunkte.

Die Profitabilität ist in der Regel im dritten Quartal eines Geschäftsjahres am höchsten, da der Auftragsbestand der Buchungserlöse überwiegend in diesem Zeitraum erfasst wird. Das Check-in-Datum der meisten Urlaubsbuchungen liegt in der zweiten Jahreshälfte, insbesondere in der Hauptreisezeit von Juli bis einschließlich September.

### Überleitung zum bereinigten EBITDA

(in Tsd. Euro)	Q3/23	Q3/22	vs. Vorjahr	9M/23	9M/22	vs. Vorjahr
<b>Gewinn/Verlust aus operativer Tätigkeit</b>	<b>19.924</b>	<b>13.040</b>	<b>52,8 %</b>	<b>-21.032</b>	<b>-35.210</b>	<b>40,3 %</b>
Abschreibungen	2.468	3.924	37,1 %	9.254	9.399	1,5 %
<b>EBITDA</b>	<b>22.392</b>	<b>16.965</b>	<b>32,0 %</b>	<b>-11.778</b>	<b>-25.810</b>	<b>54,4 %</b>
Anteilsbasierte Vergütung	4.297	6.112	29,7 %	13.730	18.971	27,6 %
davon:						
Produktentwicklung und operativer Betrieb	1.361	1.219	-11,7 %	4.235	3.856	-9,8 %
Marketing und Vertrieb	193	371	48,0 %	579	1.355	57,2 %
Allgemeine Verwaltungsaufwendungen	2.743	4.522	39,3 %	8.915	13.761	35,2 %
Einmaleffekte	1.406	1.072	-31,2 %	2.737	2.238	-22,3 %
davon:						
Vereinbarungen über leistungsabhängige Zahlungen mit Dienstbedingungen	387	—	n.m.	1.161	—	n.m.
Fusionen & Übernahmen	21	96	77,8 %	21	914	97,7 %
Reorganisation & Restrukturierung	949	590	-61,0 %	1.235	752	-64,3 %
Sonstige	49	648	92,5 %	319	834	61,8 %
Erträge aus Zuwendungen der öffentlichen Hand	—	-262	n.m.	—	-262	n.m.
<b>Bereinigtes EBITDA</b>	<b>28.096</b>	<b>24.148</b>	<b>16,3 %</b>	<b>4.688</b>	<b>-4.601</b>	<b>&gt;100 %</b>
Bereinigte EBITDA-Marge	38,0 %	34,7 %	+3,4 %-Pkt.	3,4 %	-3,6 %	+7,0 %-Pkt.

## 1.2. Finanzlage

Die Liquidität und die finanzielle Entwicklung von HomeToGo sind in der folgenden verkürzten Kapitalflussrechnung dargestellt:

### Verkürzte Kapitalflussrechnung

(in Tsd. Euro)	Q3/23	Q3/22	9M/23	9M/22
<b>Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zu Beginn des Berichtszeitraums</b>	<b>95.086</b>	<b>87.833</b>	<b>112.050</b>	<b>152.944</b>
Cashflow aus operativer Tätigkeit	-8.326	-17.703	-18.694	-33.372
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-1.733	49.011	-4.091	2.504
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-1.279	-1.293	-3.953	-4.382
Fremdwährungseffekte	1.273	208	-290	362
<b>Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am Ende des Berichtszeitraums<sup>(1)</sup></b>	<b>85.022</b>	<b>118.057</b>	<b>85.022</b>	<b>118.057</b>
Andere hochliquide kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	50.650	49.507	50.650	49.507
<b>Finanzmittel</b>	<b>135.671</b>	<b>161.557</b>	<b>135.671</b>	<b>161.557</b>

(1) Einschließlich 0,5 Mio. Euro an verfügbungsbeschränkten Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten zum 30. September 2023 (zum 30. September 2022: 2,3 Mio. Euro).

HomeToGo erfasste im Berichtsquartal einen Mittelabfluss aus operativer Tätigkeit in Höhe von -8,3 Mio. Euro (Vorjahreszeitraum: Mittelabfluss von -17,7 Mio. Euro). Der negative Cashflow aus operativer Tätigkeit im Berichtsquartal ist auf Reisevorauszahlungen in Höhe von -23,6 Mio. Euro zurückzuführen (Vorjahr: -19,9 Mio. Euro), die im Rahmen von Inkassodienstleistungen an die jeweiligen Gastgeber\*innen geleistet wurden. Der Cashflow aus operativer Tätigkeit verbesserte sich in Q3/23 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum aufgrund der verbesserten Marketingeffizienz und der starken Kostendisziplin der Gruppe.

Der Cashflow aus Investitionstätigkeit betrug im Berichtsquartal -1,7 Mio. Euro und berücksichtigt insbesondere aktivierte Softwareentwicklungsaufwendungen für Lösungen, die unserer Kundschaft ein benutzerfreundlicheres Buchungserlebnis ermöglichen sollen. Im Vorjahr entfiel der Betrag hauptsächlich auf Erlöse aus der Veräußerung eines Teils unserer Anlagen in Geldmarktfonds in Höhe von 50,0 Mio. Euro.

Der Cashflow aus Finanzierungstätigkeit belief sich im abgelaufenen Berichtszeitraum auf -1,3 Mio. Euro; er enthält Zahlungen für den Tilgungsanteil von Leasingverbindlichkeiten und regelmäßige Tilgungen für ausstehende Darlehen.

Alles in allem ging der Finanzmittelbestand<sup>4</sup> im Berichtsquartal um 9,6 Mio. Euro zurück, woraus sich zum 30. September 2023 ein Buchwert von 135,7 Mio. Euro. ergab. Der nach wie vor hohe Finanzmittelbestand ermöglicht es uns, über den gesamten Zyklus hinweg Investitionen zu tätigen und das Wachstum unseres Geschäfts sowohl auf organischem als auch auf anorganischem Wege flexibel zu finanzieren.

## 1.3. Vermögenslage

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

<sup>4</sup> Bestehend aus Zahlungsmitteln, Zahlungsmitteläquivalenten und Finanzinvestitionen sowie anderen hochliquiden kurzfristigen finanziellen Vermögenswerten.



(in Tsd. Euro)	Sep 30, 2023		Dez 31, 2022		Veränderung	
Langfristige Vermögenswerte	154.378	46 %	159.169	24 %	-4.791	-3 %
Kurzfristige Vermögenswerte	177.786	54 %	185.448	76 %	-7.662	-4 %
<b>Summe Aktiva</b>	<b>332.164</b>	<b>100 %</b>	<b>344.618</b>	<b>100 %</b>	<b>-12.454</b>	<b>-4 %</b>
Eigenkapital	257.055	77 %	263.697	82 %	-6.641	-3 %
Langfristige Schulden	22.753	7 %	30.014	8 %	-7.261	-24 %
Kurzfristige Schulden	52.356	16 %	50.907	10 %	1.449	3 %
<b>Summe Passiva</b>	<b>332.164</b>	<b>100 %</b>	<b>344.618</b>	<b>100 %</b>	<b>-12.454</b>	<b>-4 %</b>

Der Rückgang der langfristigen Vermögenswerte zum Ende des Berichtsquartals im Vergleich zum Jahresende 2022 lässt sich hauptsächlich auf die Abschreibung immaterieller Vermögenswerte, bestehend aus Kundenbeziehungen, Auftragsbestand, Markenrechten und Software, zurückführen. Diese beziehen sich auf den Erwerb von e-domizil, SECRA und AMIVAC im Jahr 2022.

Der Rückgang der kurzfristigen Vermögenswerte zum 30. September 2023 im Vergleich zum 31. Dezember 2022 war auf den deutlichen Rückgang des Finanzmittelbestands von 163,8 Mio. Euro auf 135,7 Mio. Euro zurückzuführen. Gegenläufig wirkte sich der Anstieg der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen von 14,5 Mio. Euro zum 31. Dezember 2022 auf 35,7 Mio. Euro zum 30. September 2023 (30. September 2022: 27,1 Mio. Euro) aus. Der Anstieg der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen ist hauptsächlich auf die Saisonalität unseres Geschäftsbetriebs zurückzuführen, in deren Folge der Bestand an offenen Forderungen am Ende des dritten Quartals am höchsten ist.

Die langfristigen Schulden sanken zum 30. September 2023 im Vergleich zum Bilanzstichtag 2022 aufgrund der Rückzahlung von Fremdkapital von 5,6 Mio. Euro auf 2,8 Mio. Euro. Die sonstigen finanziellen Verbindlichkeiten gingen zum Quartalsende von 15,5 Mio. Euro auf 13,0 Mio. Euro zurück. Grund hierfür war eine Earn-out-Zahlung in Höhe von 1,3 Mio. Euro.

Die kurzfristigen Schulden haben sich im Berichtszeitraum erhöht. Grund hierfür waren vor allem ein Anstieg der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen von 12,5 Mio. Euro auf 14,7 Mio. Euro zum 30. September 2023 sowie ein Anstieg der Vertragsverbindlichkeiten von 4,4 Mio. Euro auf 10,8 Mio. Euro, der wiederum auf höhere Subscriptions innerhalb von Subscriptions & Services zurückzuführen war.

## Gesamtbeurteilung

Der Vorstand schätzt die Geschäftsentwicklung im Q3/23 als grundsätzlich positiv ein vor dem Hintergrund der Rekordwerte bei den Buchungserlösen, dem Auftragsbestand der Buchungserlöse und den IFRS-Umsatzerlösen sowie dank des Allzeithochs bei der CPA-Take-Rate und dem bereinigten EBITDA. Insbesondere ist es HomeToGo gelungen, neue Kund\*innen zu gewinnen, bestehende Kund\*innen an sich zu binden und damit die IFRS-Umsatzerlöse weiter zu steigern. Dank eines immer effizienteren Marketings erhöhte sich auch die bereinigte EBITDA-Marge im Q3/23 ggü. dem Vorjahreszeitraum.

## 1.4. Ausblick und Prognose

HomeToGo passt seine Prognose für das Gesamtjahr 2023 an. Die Anpassung erfolgt vor dem Hintergrund des anhaltenden Drucks auf die Nachfrage nach Buchungen mit Check-in-Daten im Jahr 2023, welcher durch die schwierigeren wirtschaftlichen Rahmenbedingungen in den Kernmärkten von HomeToGo bedingt ist. Das Unternehmen erwartet nun IFRS-Umsatzerlöse in einer Spanne zwischen 158 - 162 Mio. Euro (zuvor 165 - 175 Mio. Euro), Buchungserlöse in einer Spanne zwischen 180 - 190 Mio. Euro (zuvor 185 - 205 Mio. Euro) sowie einen Onsite-Anteil der Buchungserlöse zwischen 52 - 56 % (zuvor 56 - 61 %). Der Vorstand erwartet weiterhin, dass aufgrund bewusster Kostendisziplin der Break-even beim bereinigten EBITDA als Mittelwert der Prognose für das Geschäftsjahr 2023 erreicht wird und engt die Prognose für das bereinigte EBITDA auf eine Spanne zwischen -1,0 - 1,0 Mio. Euro ein (zuvor -2,5 - 2,5 Mio. Euro).

## Ausblick

	Neue Prognose	Alte Prognose
<b>Buchungserlöse</b>	<b>180 bis 190 Mio. Euro</b>	<b>185 bis 205 Mio. Euro</b>
Veränderung vs. Vorjahr in %	10 % bis 16 %	13 % bis 25 %
<b>Onsite-Anteil der Buchungserlöse</b>	<b>52 % bis 56 %</b>	<b>56 % bis 61 %</b>
Veränderung vs. Vorjahr in %	-2 bis 2 %-Pkt.	2 bis 7 %-Pkt.
<b>IFRS-Umsatzerlöse</b>	<b>158 bis 162 Mio. Euro</b>	<b>165 bis 175 Mio. Euro</b>
Veränderung vs. Vorjahr in %	8 % bis 10 %	13 % bis 19 %
<b>Bereinigtes EBITDA</b>	<b>-1,0 bis 1,0 Mio. Euro</b>	<b>-2,5 bis 2,5 Mio. Euro</b>
Marge in %	-1 % bis 1 %	-2 % bis 2 %

Ein genauerer Blick auf das Jahr 2023 zeigt, dass sich gewisse Restunsicherheiten angesichts der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung und der allgemeinen Verbraucherpreisinflation nicht ignorieren lassen. Während sich das Geschäftssegment der Ferienunterkünfte nicht gänzlich von diesen gesamtwirtschaftlichen Entwicklungen wird abkoppeln können, was sich bereits während der Hauptreisezeit bis zum heutigen Tage gezeigt hat, vertrauen wir auf die relative Widerstandsfähigkeit unserer Branche, die sie bereits während der Covid-19-Pandemie und der globalen Finanzkrise ab 2007 unter Beweis gestellt hat. Denn Reisende entscheiden sich bei ihrer Urlaubsplanung nach wie vor gern für Ferienwohnungen oder Ferienhäuser. Die Gründe sind vielfältig: Zunächst erfreut sich mobiles Arbeiten zunehmender Beliebtheit und harmonisiert hervorragend mit längeren Reisen. Zudem sind Ferienunterkünfte eine kostengünstige Option und bieten praktische Annehmlichkeiten (zum Beispiel die Selbstverpflegung in der eigenen Küche). Darüber hinaus schaffen große Ferienhäuser mehr Freiräume für Reisen in großen Gruppen. An der Reiselust und den Reiseplänen der Menschen hat sich Umfragen zufolge im Wesentlichen nichts geändert.<sup>5,6</sup>

Auch im Falle herausfordernder gesamtwirtschaftlicher Entwicklungen werden wir unsere Strategie nach wie vor unbeirrt umsetzen, damit wir das Wertpotenzial unseres hybriden Marktplatzmodells ausschöpfen und unsere Wachstums- und Rentabilitätsziele erreichen können. Um unsere Wachstumsambitionen auf kurze und mittelfristige Sicht realisieren und aufrechterhalten zu können, werden wir weiterhin über den gesamten Zyklus hinweg Investitionen tätigen und unsere Vision verwirklichen, einzigartige Unterkünfte für alle leicht zugänglich zu machen.

Luxemburg, den 8. November 2023

Vorstand der HomeToGo SE

**Dr. Patrick Andrae**

Mitgründer & CEO

**Wolfgang Heigl**

Mitgründer & CSO

**Valentin Gruber**

COO

**Steffen Schneider**

CFO

<sup>5</sup> Morgan Stanley: „AlphaWise Shows Travel Demand Still Holding Up and Why it Matters for UBER, GOOGL, and OTAs“, 6. Juni 2022.

<sup>6</sup> McKinsey & Company: „Germany consumer pulse survey“, 31. Oktober 2022.

# Ausgewählte Finanzinformationen

## 2.1. Konzern-Gesamtergebnisrechnung

	1. Jan. - 30. Sep. 2023	1. Jan. - 30. Sep. 2022 (angepasst)*
<b>(in Tsd. Euro)</b>		
IFRS-Umsatzerlöse	138.528	126.181
Umsatzkosten	-6.884	-9.196
<b>Bruttoergebnis</b>	<b>131.645</b>	<b>116.984</b>
Produktentwicklung und operativer Betrieb	-25.890	-20.764
Marketing und Vertrieb	-98.873	-103.174
Allgemeine Verwaltungsaufwendungen	-27.295	-31.640
Sonstige Aufwendungen	-1.692	-493
Sonstige Erträge	1.073	3.877
<b>Verlust aus der operativen Tätigkeit</b>	<b>-21.032</b>	<b>-35.210</b>
Finanzerträge	2.051	9.705
Finanzierungsaufwendungen	-561	-1.661
Finanzergebnis, netto	1.491	8.044
<b>Verlust vor Steuern</b>	<b>-19.541</b>	<b>-27.166</b>
Ertragsteuern	821	200
<b>Periodenergebnis</b>	<b>-18.720</b>	<b>-26.965</b>
Sonstiges Ergebnis	-308	-59
<b>Gesamtergebnis</b>	<b>-19.028</b>	<b>-27.025</b>

\*) Siehe Anhangangabe 35 des Konzernabschlusses von HomeToGo für das Geschäftsjahr zum 31. Dezember 2022 zu den Effekten, die sich aus der Umgliederung von Optionsscheinen aus dem Eigenkapital in die Verbindlichkeiten ergeben.

## 2.2. Konzernbilanz

(in Tsd. Euro)	30. Sep. 2023	31. Dez. 2022
<b>Aktiva</b>		
<b>Langfristige Vermögenswerte</b>		
Immaterielle Vermögenswerte	134.623	138.404
Sachanlagen	13.885	15.023
Ertragsteuerforderungen (langfristig)	54	95
Sonstige finanzielle Vermögenswerte (langfristig)	5.702	5.504
Sonstige Vermögenswerte (langfristig)	114	143
<b>Summe langfristiger Vermögenswerte</b>	<b>154.378</b>	<b>159.169</b>
<b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>		
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Forderungen (kurzfristig)	35.667	14.466
Ertragsteuerforderungen (kurzfristig)	1.628	1.622
Sonstige finanzielle Vermögenswerte (kurzfristig)	51.994	51.778
Sonstige Vermögenswerte (kurzfristig)	3.474	5.533
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	85.022	112.050
<b>Summe kurzfristiger Vermögenswerte</b>	<b>177.786</b>	<b>185.448</b>
<b>Summe Aktiva</b>	<b>332.164</b>	<b>344.618</b>
<b>Passiva</b>		
<b>Eigenkapital</b>		
Gezeichnetes Kapital	2.441	2.441
Kapitalrücklage	523.399	519.032
Rücklage aus der Währungsumrechnung	-548	-240
Rücklage für anteilsbasierte Vergütungen	93.681	85.638
Gewinnrücklagen	-361.918	-343.174
<b>Summe Eigenkapital</b>	<b>257.055</b>	<b>263.697</b>
<b>Langfristige Schulden</b>		
Fremdkapitalaufnahme (langfristig)	2.797	5.631
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten (langfristig)	13.029	15.517
Rückstellungen (langfristig)	514	518
Sonstige Verbindlichkeiten (langfristig)	469	404
Ertragsteuerverbindlichkeiten (langfristig)	0	13
Latente Steuerschulden	5.944	7.930
<b>Summe langfristiger Schulden</b>	<b>22.753</b>	<b>30.014</b>
<b>Kurzfristige Schulden</b>		
Fremdkapitalaufnahme (kurzfristig)	2.738	2.844
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen (kurzfristig)	14.691	12.544
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten (kurzfristig)	8.281	10.057
Rückstellungen (kurzfristig)	2.649	1.645
Sonstige Verbindlichkeiten (kurzfristig)	20.866	19.824
Ertragsteuerverbindlichkeiten (kurzfristig)	3.132	3.993
<b>Summe kurzfristiger Schulden</b>	<b>52.356</b>	<b>50.907</b>
<b>Summe Schulden</b>	<b>75.109</b>	<b>80.921</b>
<b>Summe Passiva</b>	<b>332.164</b>	<b>344.618</b>



## 2.3. Konzern-Kapitalflussrechnung

(in Tsd. Euro)	1. Jan. - 30. Sep. 2023	1. Jan. - 30. Sep. 2022 (angepasst)*
<b>Verlust vor Ertragsteuern</b>	<b>-19.541</b>	<b>-27.166</b>
Anpassungen aufgrund von:		
Abschreibungen	9.254	9.400
Zahlungsunwirksamer Aufwand für Leistungen an	13.730	18.971
Steueraufwand aus der Ausübung der virtuellen Optionen	-384	-797
Barausgleich an Begünstigte aus dem virtuellen	-55	-64
Finanzergebnis, netto	-1.491	-8.044
Nettoumrechnungsdifferenzen	301	-2.234
<b>Veränderung der betrieblichen Vermögenswerte und</b>		
Zunahme(-)/Abnahme der Forderungen aus Lieferungen und	-21.201	-7.468
Zunahme(-)/Abnahme der sonstigen finanziellen	-415	-1.627
Zunahme(-)/Abnahme der sonstigen Vermögenswerte	2.221	4.654
Zunahme/Abnahme(-) der Verbindlichkeiten aus Lieferungen	1.906	-7.479
Zunahme/Abnahme(-) der sonstigen finanziellen	-3.892	2.341
Zunahme/Abnahme(-) der sonstigen Verbindlichkeiten	1.106	-12.273
Zunahme/Abnahme(-) der Rückstellungen	1.000	-778
<b>Cashflow aus operativer Tätigkeit</b>	<b>-17.462</b>	<b>-32.562</b>
Gezahlte Zinsen und sonstige Finanzierungsaufwendungen	-572	-795
Gezahlte/erhaltene Ertragsteuern	-660	-15
<b>Nettomittelabfluss aus operativer Tätigkeit</b>	<b>-18.694</b>	<b>-33.372</b>
Auszahlungen für erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert	—	50.000
Auszahlungen für den Erwerb von Tochtergesellschaften,	307	-45.836
Auszahlungen für Sachanlagen	-208	-102
Auszahlungen für immaterielle Vermögenswerte	-178	-1
Auszahlungen für selbst erstellte immaterielle	-4.010	-1.556
<b>Nettomittelabfluss aus Investitionstätigkeit</b>	<b>-4.091</b>	<b>2.504</b>
Rückzahlung von Fremdkapital	-3.141	-3.732
Tilgungsanteile der Leasingzahlungen	-811	-650
<b>Nettomittelzufluss aus Finanzierungstätigkeit</b>	<b>-3.953</b>	<b>-4.382</b>
<b>Nettozunahme/-abnahme der Zahlungsmittel und</b>	<b>-26.738</b>	<b>-35.250</b>
<b>Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zu Beginn des</b>	<b>112.050</b>	<b>152.944</b>
Auswirkungen von Wechselkursänderungen auf	-290	362
<b>Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am Ende des</b>	<b>85.022</b>	<b>118.057</b>

\*) Siehe Anhangangabe 35 des Konzernabschlusses von HomeToGo für das Geschäftsjahr zum 31. Dezember 2022 zu den Effekten, die sich aus der Umgliederung von Optionsscheinen aus dem Eigenkapital in die Verbindlichkeiten ergeben.

# Service

## 3.1. Glossar

### Finanzielle Haupt- Steuerungskennzahlen (KPIs)

#### 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 (CPA, CPC, CPL sowie Subscriptions & Services). 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 Subscriptions & Services werden ohne Unterschied in den Buchungserlösen und den Umsatzerlösen nach IFRS erfasst, um die Darstellung der Umsätze zu vervollständigen.

#### Onsite-Buchungserlöse und Onsite-Anteil

Die Onsite-Buchungserlöse sind eine Teilmenge der Buchungserlöse. Onsite-Buchungen sind Transaktionen, die vollständig über die HomeToGo-Domains laufen. Der Onsite-Anteil wird definiert als das Verhältnis von CPA-Onsite-Buchungserlösen zu den gesamten Buchungserlösen abzüglich der Erlöse aus Subscriptions & Services. Der Onsite-Anteil gibt die Durchdringung unseres Onsite-Produkt bei unseren Partnern an. Mit Onsite-Buchungserlösen kann die Gruppe eine höhere Take Rate realisieren und eine engere Bindung mit den Nutzer\*innen der Plattform eingehen, was sich mit der Zeit in niedrigeren Marketingaufwendungen niederschlägt. Beides stärkt die Rentabilität der Gruppe.

#### IFRS-Umsatzerlöse

Umsatzerlöse gemäß IFRS-Bilanzierung. Die CPA-Erlöse nach IFRS werden zum Check-in-Datum erfasst, während CPC- und CPL-Erlöse zum Buchungs- oder Klick-Datum erfasst werden. IFRS-Umsatzerlöse aus Subscriptions & Services werden über einen bestimmten Zeitraum bzw. bei Erbringung der Dienstleistungen erfasst. HomeToGo erwirtschaftet Umsatzerlöse über folgende wesentliche Umsatzkategorien:

#### Cost per Action („CPA“)

CPA-Transaktionen liefern den höchsten Umsatzbeitrag; HomeToGo erhält hierbei eine prozentuale Provision für die erfolgreiche Vermittlung von Onsite- oder Offsite-Buchungen, d. h. für Buchungen, welche in einem Aufenthalt resultieren. Abhängig von den Vertragsbedingungen mit dem jeweiligen Partner werden die Umsatzerlöse für HomeToGo entweder als Prozentsatz der Provision oder als Prozentsatz des Buchungswerts berechnet (auch als Umsatzbeteiligung bezeichnet).

#### Cost per Click („CPC“)

HomeToGo erhält eine feste Provision für jeden erfolgreichen Vermittlungsklick.

#### Cost per Lead („CPL“)

HomeToGo erhält eine feste Provision für jede erfolgreiche Kundenanfrage („Lead“).

#### Subscriptions & Services

Subscriptions & Services umfasst subskriptionsbasierte Umsatzerlöse von Partnern, die die Plattform nutzen können, um dort ihre Unterkünfte über einen festgelegten Zeitraum anzubieten und

Softwaredienstleistungen mit volumen- und subskriptionsbasierten Umsätzen.

### **Bereinigtes EBITDA**

Periodenergebnis vor

- (i) Ertragsteuern,
- (ii) Finanzerträgen,  
Finanzierungsaufwendungen,
- (iii) Abschreibungen und Amortisierungen,  
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.

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

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

Der GBV ist der in Euro ausgewiesene Bruttowert, der in einem Berichtszeitraum durch Buchungen auf unserer Plattform erzielt wird (einschließlich aller Buchungsbestandteile ohne Mehrwertsteuer). Der GBV wird zum Zeitpunkt der Buchung erfasst und nicht um Stornierungen oder nach der Buchung vorgenommene Änderungen bereinigt. Für CPA-Transaktionen umfasst der GBV das Buchungsvolumen, wie es vom Partner gemeldet wird. Für CPC wird der GBV durch Multiplikation des Gesamtklickwertes mit der erwarteten Konversionsrate geschätzt. Der Gesamtklickwert entspricht der Anzahl der Tage in dem Zeitraum der Suche multipliziert mit dem Preis pro Nacht des angeklickten Angebots. Dieser Gesamtklickwert wird mit der durchschnittlichen Konversionsrate der Mikrokonversionsquelle für CPA-Partner im jeweiligen Monat multipliziert.

#### **CPA-Take-Rate**

Die CPA-Take-Rate ist die realisierte Marge aus dem Bruttobuchungsbetrag und wird definiert als der Quotient aus CPA-Buchungserlösen und GBV aus CPA-Buchungserlösen.

#### **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 nicht aktiv genutzt, um die Gruppe zu steuern, aber auf fortlaufender Basis überwacht und zur Erstellung von Prognosen und Budgets genutzt.

### **Nicht-finanzielle KPIs**

#### **Buchungen**

Diese Kennzahl stellt die Anzahl der Buchungen dar, die von Nutzer\*innen auf den HomeToGo-Plattformen generiert wurden.

#### **CPA-Buchungswert pro Buchung**

Der CPA-Buchungswert pro Buchung wird definiert als CPA-Bruttobuchungswert pro Buchung vor Stornierungen.

### **Weitere definierte Begriffe**

#### **Onsite-Geschäft**

Onsite-CPA-Transaktionen, die vollständig über die HomeToGo-Domains laufen – von der Kundenakquise bis zum Buchungsabschluss.

#### **Partners**

Unternehmen (wie Online-Reiseagenturen (OTAs), Reiseveranstalter\*innen, Ferienhaus-Vermietungsagenturen, andere Anbieter von Unterkünften, Softwarepartner) oder Privatpersonen, die eigene Unterkünfte vertreiben, verwalten oder besitzen, die sie direkt oder indirekt über Plattformen der HomeToGo-Gruppe anbieten. Verträge mit unseren kommerziellen Partnern haben in der Regel keine feste Laufzeit. Gibt es doch eine Laufzeit, verlängert sich diese in der Regel automatisch.

### **Wiederkehrende Buchungserlöse**

Buchungserlöse, die von bestehenden Kund\*innen stammen, d.h. von Nutzer\*innen unserer Plattform, die bereits mindestens eine Buchung getätigt haben.

### **Wiederkehrende\*r Nutzer\*in**

Eindeutig identifizierbarer Nutzer\*in, z.B. über Cookie oder Login, der auf eine der HomeToGo Group-Websites zurückkehrt. Der Nutzer\*in hatte also mindestens einen vorherigen Besuch auf Lebenszeit. Daten ohne Agriturismo, AMIVAC, e-domizil, EscapadaRural und SECRA..

### **AMIVAC**

AMIVAC bietet subskriptionsbasierte Dienste sowohl für Hausbesitzer\*innen als auch für professionelle Agenturen in Frankreich an. AMIVAC SAS (Paris, Frankreich) ist eine direkte (hundertprozentige) 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 direkte (hundertprozentige) Tochtergesellschaft der HomeToGo GmbH und hält die beiden Tochtergesellschaften e-domizil AG (Zürich, Schweiz) und Atraveo GmbH (Düsseldorf, Deutschland).

### **SECRA**

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 (hundertprozentige) Tochtergesellschaft der HomeToGo GmbH.



## 3.2. Finanzkalender 2023

<b>Veranstaltung</b>	<b>Termin</b>
Münchener Kapitalmarkt Konferenz	15.–16. November 2023
Morgan Stanley European TMT Conference	15.–16. November 2023
Deutsches Eigenkapitalforum 2023	27.–28. November 2023
Roadshow Luxemburg	4. Dezember 2023
Capital Markets Day 2023	12. Dezember 2023
Virtuelle Roadshow Europa	13.–15. Dezember 2023
Virtuelle Roadshow USA	14.–15. Dezember 2023

## 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  
[IR@hometogo.com](mailto:IR@hometogo.com)