



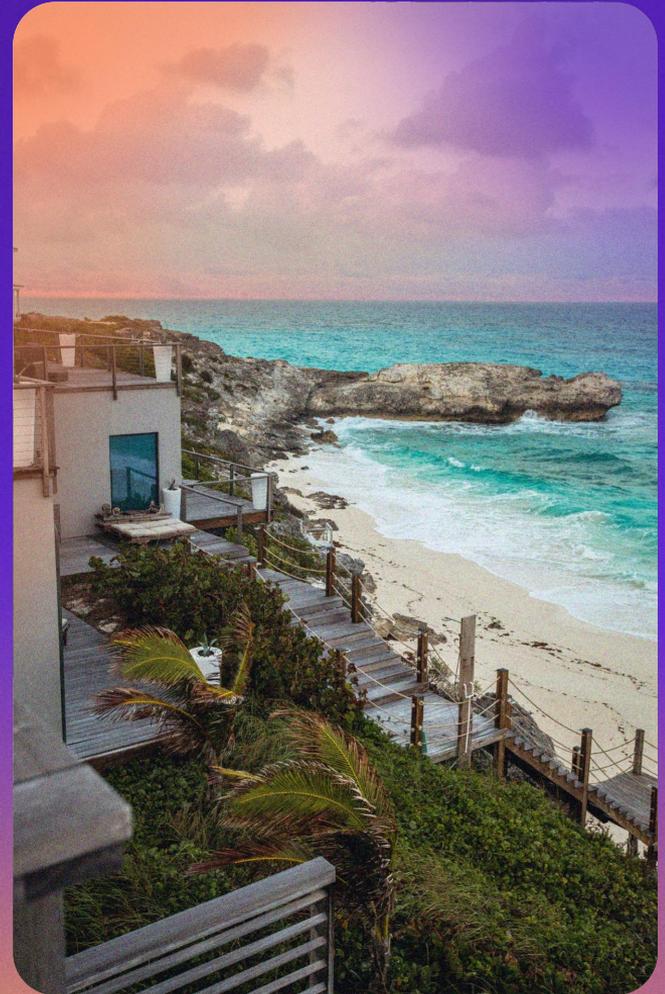
# HomeToGo SE

## Unternehmenspräsentation

**Steffen Schneider**, CFO

20. Juni 2022

SdK – Schutzgemeinschaft der Kapitalanleger e.V.



# HomeToGo auf einen Blick

Gegründet

**2014**

von Dr Patrick Andrae, Wolfgang  
Heigl & Nils Regge

**>15 Mio.** Angebote

Weltweit größte Auswahl an  
Ferienunterkünften

**1,6**

Mrd EUR in GJ/2021

Buchungsvolumen

Bis zu

**55 Mio.**

Seitenaufrufe pro Monat

**~40%**

Buchungen via App

**>500**

Mitarbeiter weltweit

**>45 Tsd.** Partner

Online-Reiseagenturen,  
Objektverwalter & Hauseigentümer

**25**

Märkte weltweit

An aerial photograph of a swimming pool with clear, rippling water. In the upper left, a person is partially visible at the edge. In the center, a man and a woman are swimming together. In the lower center, a child is swimming. The pool is surrounded by palm trees and a concrete deck. The overall scene is bright and sunny.

Unsere Vision:

**Einzigartige Unterkünfte für alle  
leicht zugänglich machen**

# Gründergeführtes Management



**Dr. Patrick Andrä**  
Mitgründer &  
Vorstandsvorsitzender



**Wolfgang Heigl**  
Mitgründer & CSO



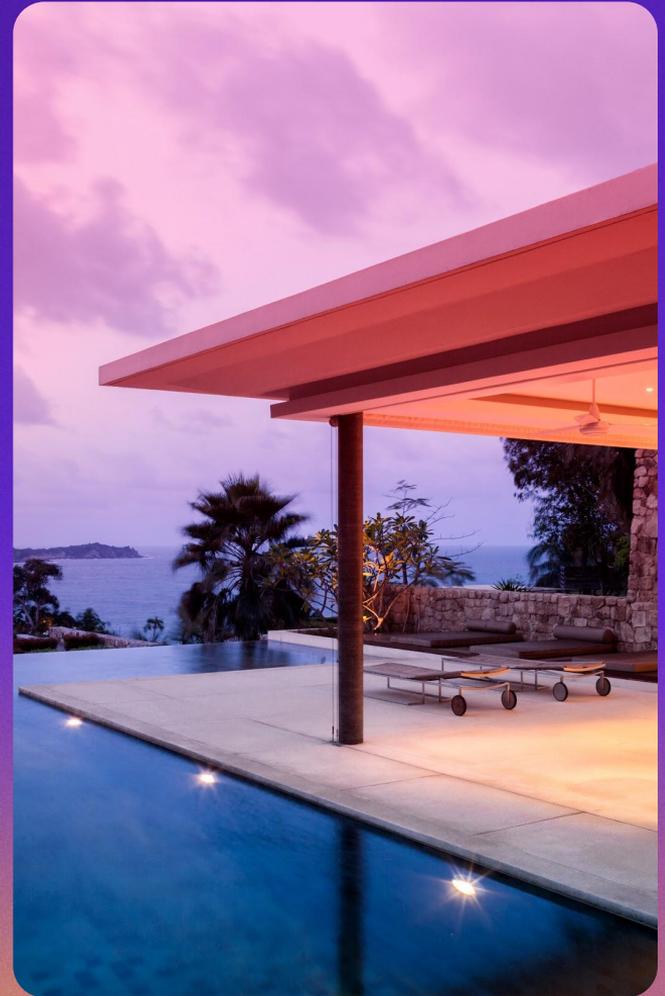
**Valentin Gruber**  
COO



**Steffen Schneider**  
Finanzvorstand (CFO)

home  
to go\_

# Strategie & Geschäftsmodell



# HomeToGo betreibt einen vollintegrierten Marktplatz und Software Lösungen

Mehr Services = Höhere Take-Rate

## Weltweit führende Metasearch Plattform

- Größte Auswahl an Ferienunterkünften
- Enorme Kundenreichweite & stark skalierende Nachfrage

▶ **Markteintritt 2015**

## Vollintegrierter Marktplatz für Ferienunterkünfte

- Fokus auf eigenes Onsite-Geschäft (d.h., HomeToGo wird selbst zu einem OTA)
- Verspricht höhere Kommission & Kundennähe

▶ **Fokus seit 2017**

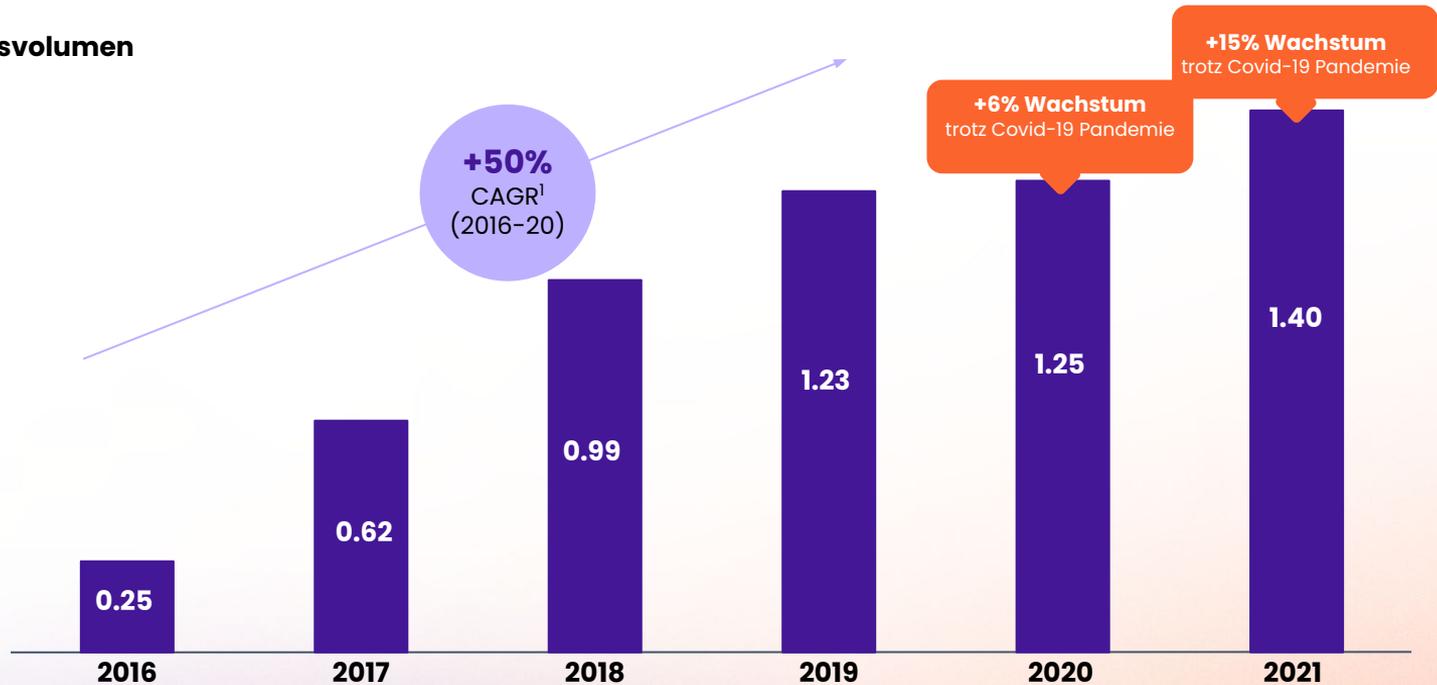
## Betriebssystem für unsere Industrie

- SaaS Plattform Lösungen für Partner
- Bezahlösungen
- Drittpartner-Angebote

▶ **Fokus seit 2020**

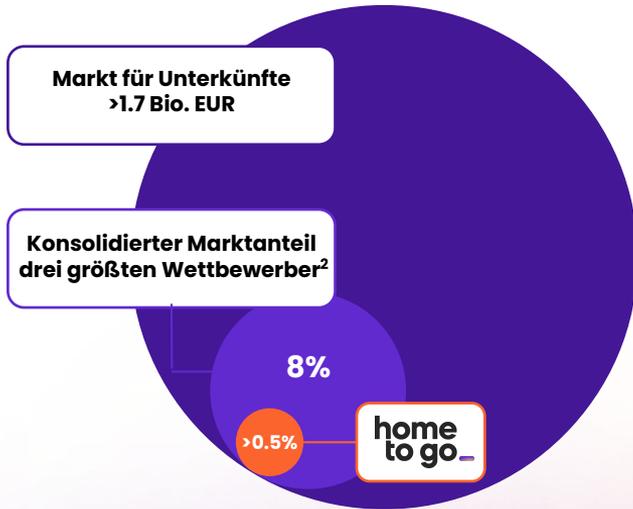
# Resilientes Geschäft – auch während der Covid-19 Pandemie

**Buchungsvolumen**  
EUR Mrd.

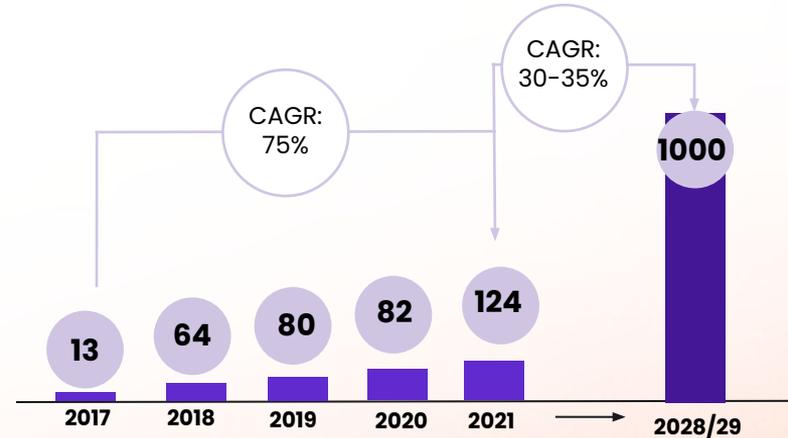


# Alternative Unterkünfte der neue Zeitgeist: Langfristiges Wachstumspotenzial

Attraktives Marktpotenzial<sup>1</sup>,...  
in Bio. EUR GBV



...lässt uns nach 1 Mrd EUR Buchungsumsätze streben  
in Mio. EUR



Wir **wachsen**  
**schneller als Markt**  
in Kernmärkten



Aktives  
Management  
**Onsite-Geschäft**



Wachstum durch  
**Akquisitionen**

(1) Quelle: Broker Research  
(2) Gemäß Gross Booking Value GJ/20 von Booking.com, Expedia/VRBO und Airbnb



ein neuer zeitgeist



## Alternative Unterkünfte – ein struktureller Trend, welcher durch Covid-19 beschleunigt wurde

### Sicherheit ist das Nr. 1 Kriterium

Ein eigenes Haus gewinnt ggü einem vollen Hotel

### “Workation”

“Home Office” kann überall sein

### “Boomende Nachfrage nach Ferienunterkünften, welche nicht mehr zurückgeht”

Glenn Fogel, CEO Booking.com, Skift, März2021

# Unsere Prioritäten für Wachstum & Profitabilität



1

## Reisende

Innovationen unseres Kundenprodukts zur Steigerung der Kundenloyalität



2

## Inventar

Global wachsendes und diversifiziertes Inventar & M&A



3

## Technologie

Entwicklung innovativer Software-Lösungen für unsere Industrie

Unsere Vision

**Einzigartige Unterkünfte für alle leicht zugänglich gemacht**

# Wir wollen die erste Anlaufstelle für Ferienunterkünfte sein

1

Wir bieten Reisenden eine **umfassende** und bestens kuratierte Auswahl an Ferienunterkünften mit dem Ziel **die erste Anlaufstelle für Ferienunterkünfte zu werden**.



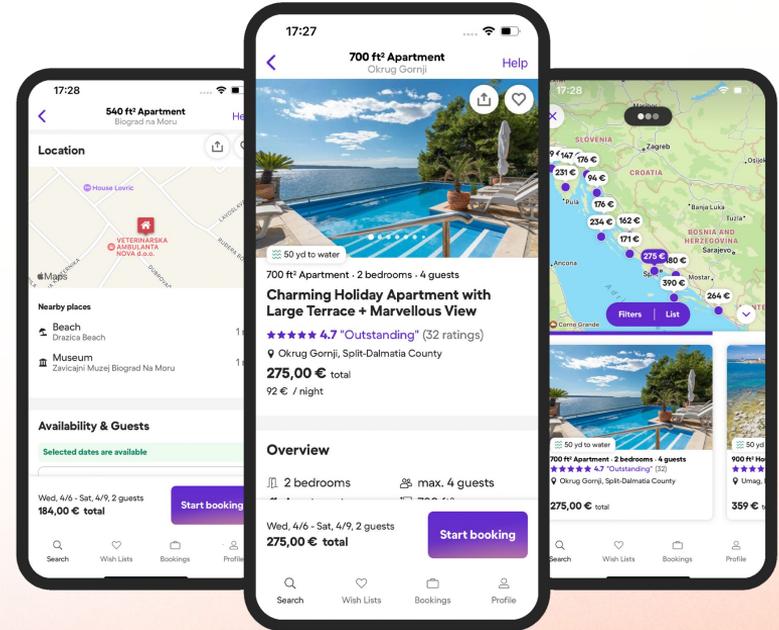
**Weltweit größte Auswahl an Ferienunterkünften**



**Bestens kuratiertes Angebot unter zuhilfenahme maschinellen Lernens**



**Bequeme Bezahloptionen**



# Stetige Verbesserungen und Innovationen an unserem Kundenprodukt führt zu einer besseren Kundenbindung...

1

## Nutzerzentriert



Design, Technologie und Daten zur Produktoptimierung

## Anpassungsfähigkeit



Flexible Technologien um schnell auf sich ändernde Kundenbedürfnisse zu reagieren

## Maschinelles Lernen

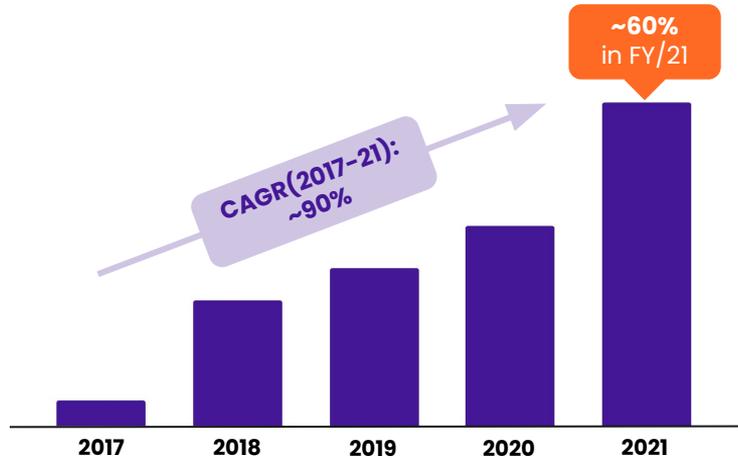


Maschinelles Lernen und Infrastruktur um Kunden und Partner zusammen zu bringen

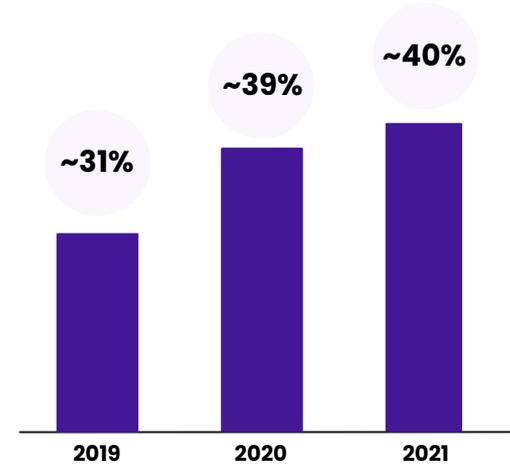
**Ansprechende und personalisierte Benutzererfahrung, durch Kombination von Daten und Insights auf Angebots- und Nachfrageseite**

# ...entsprechend verzeichnen wir einen kontinuierlichen Anstieg Wiederkehrenden Seitenbesuchern und von Buchungen über unsere App

**Buchungsumsätze von wiederkehrenden Seitenbesuchern**  
in Mio. EUR

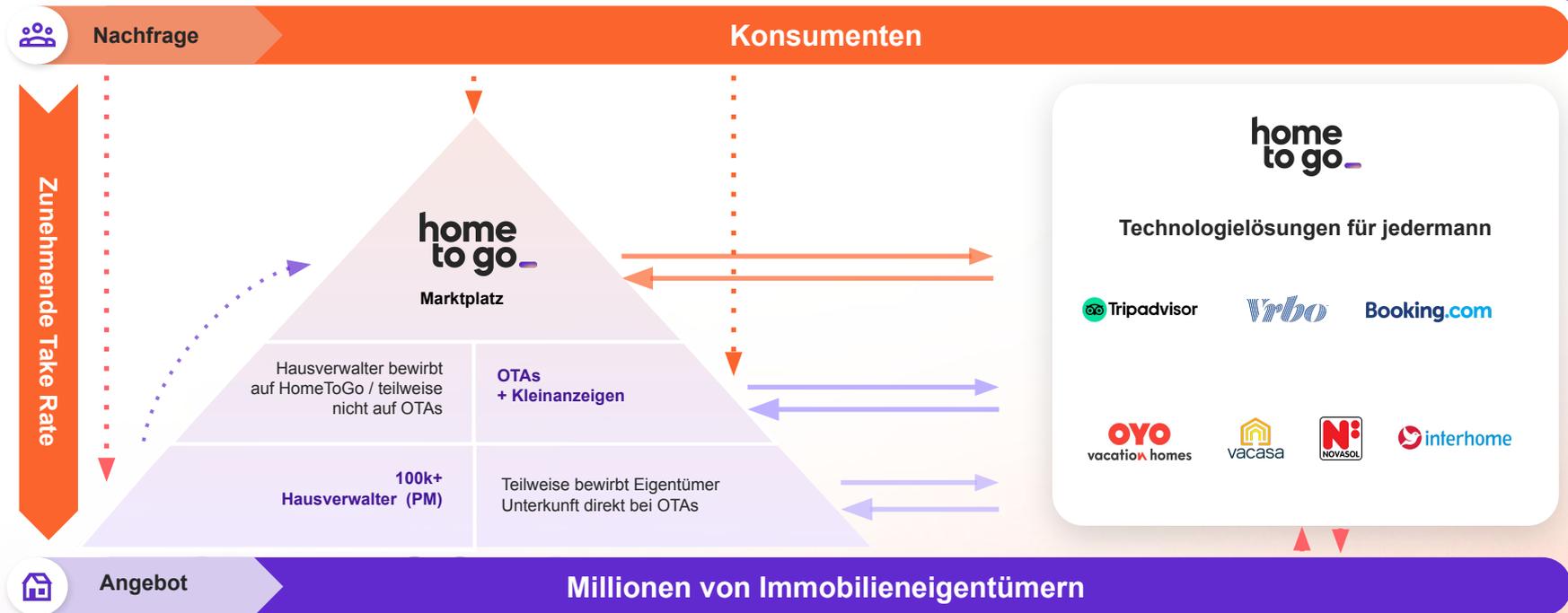


**Buchungsumsätze via App<sup>1</sup>**  
in % of der gesamten Buchungsumsätze



# Der Markt für Ferienunterkünfte ist stark fragmentiert

2



# Für jeden unserer Partner die passende Lösung

2

## Online Reiseagenturen (OTA)



**Qualifizierte Nachfrage und zusätzliche Umsatzströme**



**Attraktives Anreizmodell**, wobei Mehrheit der OTAs lediglich eine Kommission je Buchung zahlt



**Neue und innovative Softwarelösungen (SaaS)**, welche zusätzliches Angebot und Daten für OTAs bereitstellt

## Hausverwalter (PM)



**Reichweiten-Expansion**, über traditionelle Marketingkanäle hinaus

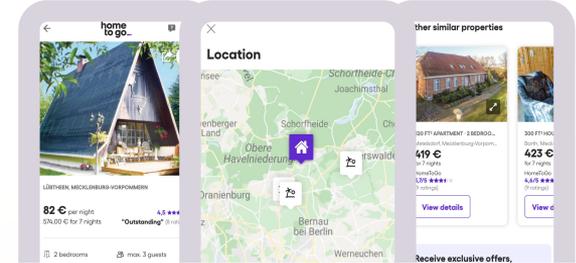


**Zugang zu Funktionen und Infrastruktur**, wie bspw. Bezahlösungen, Bildaufbereitung-Tools und Kundenservice-Teams



**Diversifizierung der Vertriebskanäle** und Reduktion von Abhängigkeiten

## Eigentümer



**Erstellen eines Inserats**, das **automatisch** auf mehreren Vermietungsplattformen **live geschaltet** und **synchronisiert** werden kann.



**Option zur Sofortbuchung**, die die Verfügbarkeiten auf den verschiedenen Plattformen aktualisiert



**Daten und Marktinsights**, wie dynamische Preisgestaltung (zukünftig)

# Für viele Partner bietet unser Onsite-Geschäft greifbare Vorteile, in Form von Buchungszuwächsen, an

2

# Buchungen<sup>(1)</sup>

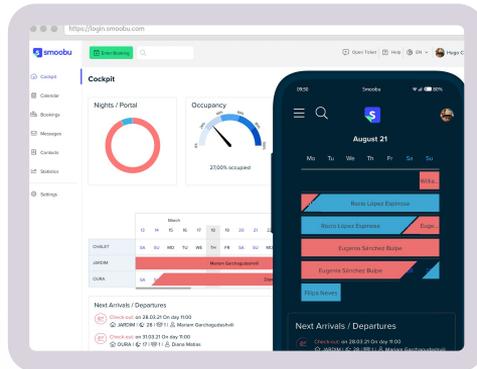


Partner sah einen Anstieg der Buchungen um 60x nach Umstieg auf Onsite

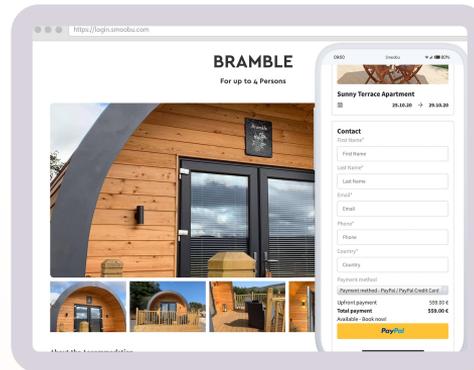
# Shopify-ähnliches All-in-one-SaaS Angebot: Leicht zu nutzende Softwarelösungen für unsere Partner

3

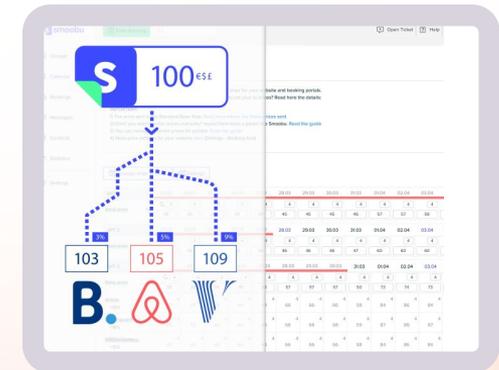
## Übersicht über zentrales Cockpit inkl. Gästekommunikation



## Erstellung eigener Website inkl. Gästekommunikation



## Synchronisation von Daten (bspw. Preise & Verfügbarkeit)



**Nutzung externer Dienste über offene Schnittstelle,  
sowie die direkte Anbindung an die Datenintelligenz von HomeToGo  
zur Verbesserung der Bestandsattraktivität, Yield Management etc.**



(1) As of 1<sup>st</sup> June 2021  
sdK - Unternehmenspräsentation

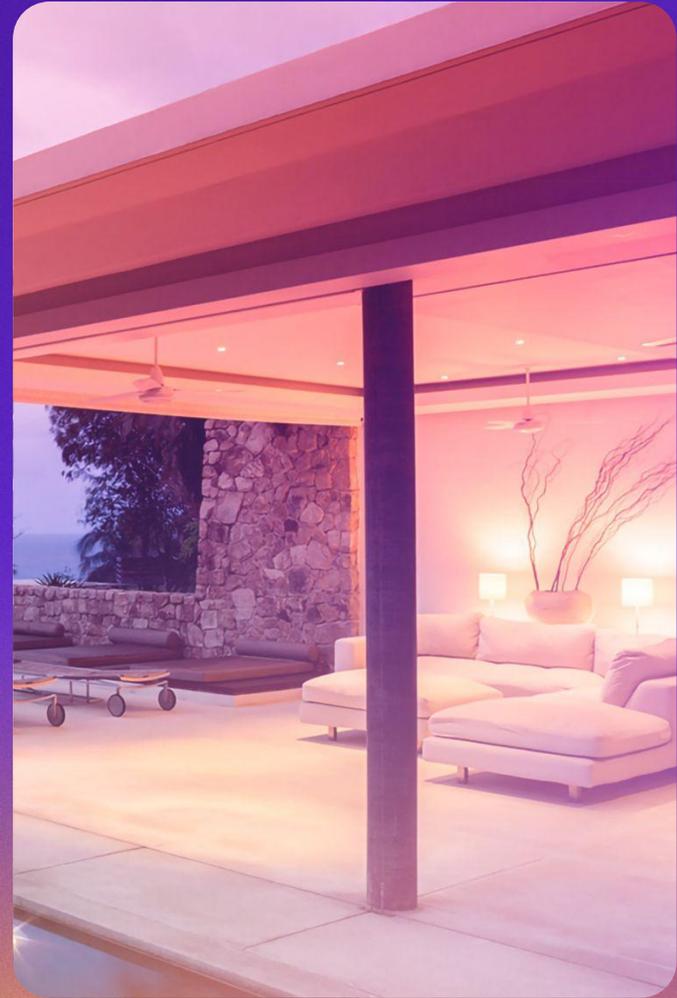


★★★★★ 4.6/5

Highly rated by users

home  
to go\_

# Weg zur Profitabilität

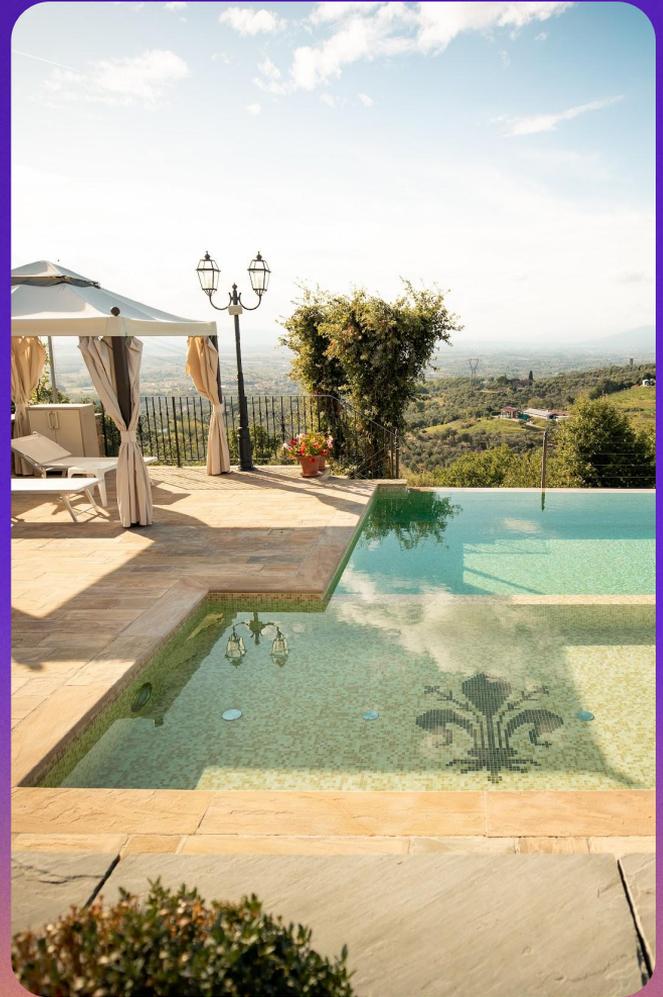


# Wir schaffen ein attraktives Margenprofil

Ziel-Marge				
In % des IFRS Umsatzes	GJ/21	EBITDA Break-even 2023/24	Langfristig	Kommentar
<b>Bruttomarge</b>	95.4%			Skalieren unser Bezahlösungen wiegt auf BM, steigert jedoch Umsatz
<b>Marketing</b>	(94.7%)			Zunehmende Loyalität & 'wiederkehrende' Umsätze
<b>Produktentwicklung</b>	(16.3%)			Fokus auf Overhead-Effizienzen und sog. Economies of Scale
<b>Admin</b>	(13.5%)			
<b>Ber. EBITDA Marge</b>	<b>(22%)</b>	<b>~(0)%</b>	<b>~35%</b>	Unsere Margenambitionen sind eine Funktion von Skaleneffekten und eines skalierenden Onsite-Geschäfts

home  
to go\_

# HomeToGo in Zahlen



# 2021 war ein erfolgreiches Jahr, trotz anhaltender Pandemie

Onsite GBV:  
>2x J/J

Buchungsvolumen in EUR

**1.4bn**

+15% J/J    +17% J/J

Onsite  
Buchungsumsätze  
>2.1x J/J

Buchungsumsätze in EUR

**124m**

+51% J/J    +55% J/2J

Onsite  
IFRS Umsätze  
>2.2x J/J

IFRS Umsätze in EUR

**95m**

+43% J/J    +36% J/2J

Marge  
-18pp J/J

Bereinigtes EBITDA<sup>1</sup> in EUR

**(21)m**

-22.2% ber EBITDA Marge

Gezielter Marketing 'push'  
um Nachfragepotenzial  
vollständig abzuschöpfen

# Starker Auftakt in das Jahr 2022

Onsite GBV:  
2.5x J/J

Buchungsvolumen in EUR

**458m**

+6% J/J

Onsite  
Buchungsumsätze  
>2.8x J/J

Buchungsumsätze in EUR

**43.4m**

+39% J/J

Onsite  
IFRS Umsätze  
>5x J/J

IFRS Umsätze in EUR

**18.9m**

+98% J/J

Margin Improvement  
+49pp YoY

Bereinigtes EBITDA<sup>1</sup> in EUR

**(22)m**

(118.3)% ber. EBITDA Marge

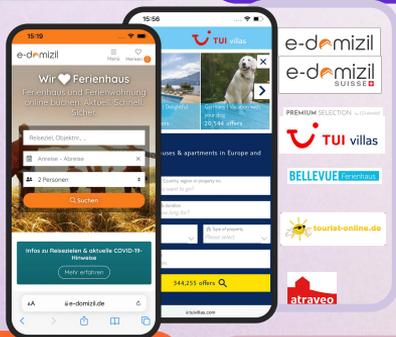
Hohe Marketingaufwendungen üblicherweise in Q1, um Buchungen zu generieren, während IFRS Umsätze und folglich Profite meist mit Verzögerung, v.a. in Q3 erzielt werden.

# Mit e-domizil und SECRA konnten wir zwei strategisch wichtige Marken für unsere Plattform akquirieren

## e-domizil

**edomizil GmbH** mit führender Position in der DACH-Region

**IFRS Umsätze**  
>20 Mio. EUR in GJ/21



**Bereits profitabel** mit zweistelliger Marge

**Überdurchschnittliche 'Take-Rates'** im Vgl. zu HomeToGo

## SECRA

**Spezialsoftware** für Eigentümer, Agenturen und regionaler Tourismusbüros

**IFRS Umsätze**  
im hohen einstelligen Mio. EUR Bereich



**Bereits profitabel** mit zweistelliger Marge



**>7000 Angebote** an deutscher Ostseeküste

# Ausblick 2022

Alte Prognose GJ/22 (exkl. e-domizil)

IFRS Umsätze

**+27% – +32%**

120–125m EUR

Bereinigtes EBITDA<sup>1</sup>

**(20%) – (29%)** Marge

(25)–(35)m EUR

Neu Prognose GJ/22 (incl. e-domizil)

IFRS Umsätze

**+40% – +50%**

133–143m EUR

Bereinigtes EBITDA<sup>1</sup>

**(15%) – (24%)** Marge

(22)–(32)m EUR

1) Bereinigt um aktienbasierte Vergütung und Einmaleffekte im GJ/2022

**Vielen Dank!**

# HomeToGo Investor Relations Kontakt

**Jan  
Edelmann**



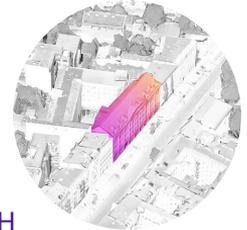
Investor Relations  
[jan.edelmann@hometogo.com](mailto:jan.edelmann@hometogo.com)

## **Team Contact**

T: +49 157 501 63731  
HomeToGo SE | 9, rue de Bitbourg,  
L-1273 Luxembourg

[IR@hometogo.com](mailto:IR@hometogo.com)  
<https://ir.hometogo.de/>

## **Office Location**



HomeToGo GmbH  
Pappelallee 78/79  
10437 Berlin

[IR@hometogo.com](mailto:IR@hometogo.com)  
<https://ir.hometogo.de/>

# Disclaimer

## Zukunftsgerichtete Aussagen

Diese Präsentation enthält bestimmte zukunftsgerichtete Aussagen, einschließlich Aussagen über die zukünftige Geschäfts- und Finanzleistung von HomeToGo. Diese zukunftsgerichteten Aussagen sind im Allgemeinen durch die Wörter „glauben“, „prognostizieren“, „erwarten“, „antizipieren“, „schätzen“, „beabsichtigen“, „Strategie“, „Zukunft“, „Gelegenheit“, „planen“, „planen“, „können“, „sollten“, „werden“, „würden“, „werden fortgesetzt“, „werden wahrscheinlich resultieren“ und ähnliche Ausdrücke. Diese zukunftsgerichteten Aussagen spiegeln die Überzeugungen, Absichten und aktuellen Ziele/Ziele von HomeToGo zum Zeitpunkt ihrer Veröffentlichung wider, die unter anderem die Betriebsergebnisse, die Finanzlage, die Liquidität, die Aussichten, das Wachstum und die Strategien von HomeToGo betreffen. Zukunftsgerichtete Aussagen beinhalten Aussagen über: Zielsetzungen, Ziele, Strategien, Aussichten und Wachstumsaussichten; zukünftige Pläne, Ereignisse oder Leistungen und Potenzial für zukünftiges Wachstum; Liquidität, Kapitalressourcen und Kapitalausgaben; Wirtschaftsaussichten und Branchentrends; Entwicklungen der HomeToGo-Märkte; die Auswirkungen von Regulierungsinitiativen; und die Stärke der Wettbewerber von HomeToGo. Zukunftsgerichtete Aussagen beinhalten Risiken und Ungewissheiten, da sie sich auf Ereignisse beziehen und von Umständen abhängen, die in der Zukunft eintreten können oder nicht. Die zukunftsgerichteten Aussagen in der Präsentation basieren auf verschiedenen Annahmen, von denen viele wiederum auf weiteren Annahmen beruhen, einschließlich, aber nicht beschränkt auf die Untersuchung historischer Betriebstrends durch das Management, in den Aufzeichnungen von HomeToGo enthaltene Daten und andere von Dritten verfügbare Daten. Obwohl HomeToGo der Ansicht ist, dass diese Annahmen zum Zeitpunkt ihrer Erstellung angemessen waren, unterliegen diese Annahmen von Natur aus erheblichen bekannten und unbekanntem Risiken, Ungewissheiten, Eventualitäten und anderen wichtigen Faktoren, die schwer oder unmöglich vorherzusagen sind und außerhalb der Kontrolle von HomeToGo liegen. Zukunftsgerichtete Aussagen sind keine Garantien für zukünftige Leistungen, und solche Risiken, Ungewissheiten, Unwägbarkeiten und andere wichtige Faktoren können dazu führen, dass die tatsächlichen Ergebnisse und Betriebsergebnisse, die Finanzlage und die Liquidität von HomeToGo oder der Branche wesentlich von den ausdrücklich oder implizit ausgedrückten Ergebnissen abweichen in der Präsentation durch solche zukunftsgerichteten Aussagen. Es wird keine Zusicherung oder Gewährleistung gegeben, dass diese zukunftsgerichteten Aussagen oder Prognosen eintreffen oder dass prognostizierte Ergebnisse erzielt werden. Auf zukunftsgerichtete Aussagen sollte kein unangemessener Einfluss ausgeübt werden, und es sollte kein Vertrauen auf diese gesetzt werden. Keine Aussage in der Präsentation ist als Gewinnprognose gedacht und darf nicht als solche ausgelegt werden. Es obliegt dem Empfänger, seine eigene Beurteilung der Gültigkeit von zukunftsgerichteten Aussagen und Annahmen vorzunehmen. HomeToGo oder Vertreter von HomeToGo oder andere Personen übernehmen keinerlei Haftung in Bezug auf das Erreichen solcher zukunftsgerichteten Aussagen und Annahmen.

## Verwendung von Nicht-IFRS-Kennzahlen

Die Präsentation enthält bestimmte Finanzkennzahlen (auch auf zukunftsgerichteter Basis), die nicht in Übereinstimmung mit den International Financial Reporting Standards erstellt wurden, wie sie vom International Accounting Standards Board („IFRS“) übernommen wurden. Diese Nicht-IFRS-Kennzahlen sind eine Ergänzung und kein Ersatz oder Vorrang gegenüber gemäß IFRS erstellten Kennzahlen zur finanziellen Leistung und sollten nicht als Alternative zum Nettogewinn, Betriebsergebnis oder anderen gemäß IFRS abgeleiteten Leistungskennzahlen betrachtet werden. HomeToGo ist der Ansicht, dass diese Nicht-IFRS-Kennzahlen für Finanzergebnisse (einschließlich auf zukunftsgerichteter Basis) Investoren nützliche ergänzende Informationen über HomeToGo liefern. Diese Prognosen dienen der Veranschaulichung und sollten nicht unbedingt als Hinweis auf zukünftige Ergebnisse angesehen werden. Metriken, die als Nicht-IFRS-Finanzkennzahlen gelten, werden auf Nicht-IFRS-Basis ohne Abstimmungen solcher zukunftsgerichteten Nicht-IFRS-Kennzahlen dargestellt, da es schwierig ist, bestimmte Beträge zu prognostizieren und zu quantifizieren, die für eine solche Abstimmung erforderlich sind. Sie unterliegen inhärenten Beschränkungen, da sie die Ermessensausübung des Managements darüber widerspiegeln, welche Aufwendungen und Erträge ausgeschlossen sind und in die Bestimmung dieser Nicht-IFRS-Finanzkennzahlen einbezogen werden. Um diese Einschränkungen auszugleichen, stellt das Management Non-IFRS-Finanzkennzahlen in Verbindung mit IFRS-Ergebnissen vor. Darüber hinaus können andere Unternehmen Nicht-IFRS-Kennzahlen anders berechnen oder andere Kennzahlen verwenden, um ihre finanzielle Leistung zu berechnen, und daher sind die Nicht-IFRS-Kennzahlen von HomeToGo möglicherweise nicht direkt mit ähnlich bezeichneten Kennzahlen anderer Unternehmen vergleichbar.

## Finanzinformationen

Diese Präsentation enthält ungeprüfte Finanzinformationen für HomeToGo, die Änderungen unterliegen können

**home  
to go.** 