



HomeToGo hat im Q1/23 mit einer Steigerung der Buchungserlöse von 50,3 % ggü. dem Vorjahreszeitraum, einem Rekordauftragsbestand der Buchungserlöse (69,5 Mio. Euro) und einer CPA-Take-Rate für das 1. Quartal von erstmals über 10 % eine herausragende Performance verzeichnet. Ein beeindruckendes Wachstum wurde auch bei Subscriptions & Services erreicht – die Umsatzerlöse nach IFRS stiegen hier um 16,0 % ggü. dem Vorjahreszeitraum. HomeToGo befindet sich auf dem besten Weg, im Geschäftsjahr 2023 beim bereinigten EBITDA den Break-even zu erreichen.

Q1/23 war von einer nach wie vor sehr starken Geschäftsentwicklung bei HomeToGo geprägt. Die hohe Nachfrage sorgte für ein erneut überragendes Wachstum der Buchungserlöse ggü. dem Vorjahreszeitraum und für einen Rekordauftragsbestand an Buchungserlösen¹ von 69,5 Mio. Euro. Das bereinigte EBITDA betrug im Q1/23 -24,8 Mio. Euro, was einer bereinigten EBITDA-Marge von -113,4 % entspricht.

Die Highlights aus Q1/23:

- **Starkes Wachstum der Buchungserlöse von 50,3 %** ggü. dem Vorjahreszeitraum dank CPA-Transaktionen – dadurch haben wir bei den Buchungserlösen ein neues Rekordniveau für ein Quartal von 65,3 Mio. Euro und den höchsten Onsite-Anteil an Buchungserlösen in einem Q1 erzielt (58,0 % bzw. +3,0 Prozentpunkte ggü. dem Vorjahreszeitraum).
- **Überragender Anstieg des Auftragsbestands an Buchungserlösen von 79,9 % ggü. dem Vorjahreszeitraum** auf ein Allzeithoch von 69,5 Mio. Euro – aus diesem Auftragsbestand werden im weiteren Jahresverlauf IFRS-Umsatzerlöse realisiert, weshalb er eine hohe Visibilität auf den Geschäftsjahresverlauf 2023 gibt.
- **Robustes Wachstum der IFRS-Umsatzerlöse von 16,0 % ggü. dem Vorjahreszeitraum** – mit 21,9 Mio. Euro ist dieser Wert höher als jemals zuvor in einem ersten Quartal und entspricht den Erwartungen eines zweistelligen IFRS-Umsatzwachstums im laufenden Jahr.
- **Bereinigtes EBITDA von -24,8 Mio. Euro** – angesichts des hohen CPA-Anteils entspricht auch diese Entwicklung den Erwartungen und impliziert eine Marge von -113,4 % bzw. eine Margensteigerung von +4,9 Prozentpunkte ggü. dem Vorjahreszeitraum. Die Verbesserung resultiert weitgehend aus einer deutlich höheren Marketingeffizienz, die sich in einer ggü. dem Vorjahreszeitraum um +15,3 Prozentpunkte verbesserten Marketing- und Vertriebsaufwandsquote² niedergeschlagen hat.
- **Finanzmittelbestand von 140,0 Mio. Euro** – bleibt zum Ende von Q1/23 stabil und spiegelt den steigenden Auftragsbestand an Buchungserlösen wider. In der zweiten Jahreshälfte werden erhebliche Zahlungseingänge erwartet, insbesondere nach der Hauptreisezeit von Juli bis September.

¹ Buchungserlöse vor Stornierungen, die bis zum 31. März 2023 generiert wurden und auf Basis eines Check-in-Datum nach dem Reportingstichtag noch innerhalb von 2023 als IFRS-Umsatzerlöse realisiert werden.

² Bereinigt um Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütung und Abschreibungen.

Die wichtigsten Einflussfaktoren auf unsere Ertragslage im Q1/23:

- Die CPA-Take-Rate erreichte im ersten Quartal 2023 ein Rekordniveau von 10,6 % (+1,2 Prozentpunkte ggü. dem Vorjahreszeitraum). Grund hierfür war ein ausgeprägtes CPA-Onsite-Geschäft (+43,8 % ggü. dem Vorjahreszeitraum), das den Onsite-Anteil an Buchungserlösen auf 58,0 % steigerte (+3,0 Prozentpunkte ggü. dem Vorjahreszeitraum). Günstig wirkte sich zudem ein starkes US-Geschäft aus.
- Der Bereich Subscriptions & Services generierte im Berichtszeitraum IFRS-Umsatzerlöse in Höhe von 5,9 Mio. Euro (+84,0 % ggü. dem Vorjahreszeitraum) – und damit den höchsten jemals in einem ersten Quartal erzielten Wert.

Prognose für das Geschäftsjahr 2023 bestätigt: Nach einem starken Wachstum der Buchungserlöse und einem entsprechenden Rekordauftragsbestand an Buchungserlösen zum Ende des ersten Quartals 2023 rechnet HomeToGo 2023 weiterhin mit einer Steigerung der Buchungserlöse von 13 % bis 25 %. In absoluten Zahlen wird ein Wert von 185 bis 205 Mio. Euro erwartet. Es wird erwartet, dass der Onsite-Anteil an Buchungserlösen um 2 bis 7 Prozentpunkte auf 56 % bis 61 % zulegen wird. Bei den IFRS-Umsatzerlösen wird ein Anstieg von 13 % bis 19 % auf 165 bis 175 Mio. Euro erwartet. HomeToGo bekräftigt voller Zuversicht seinen Prognosemittelwert eines Break-even beim bereinigten EBITDA 2023.

HomeToGo auf einen Blick

Kennzahlen	Q1/23	Q1/22	vs. Vorjahr
Buchungserlöse⁽¹⁾ (Tsd. Euro)	65.288	43.438	50,3 %
CPA Onsite	32.008	22.264	43,8 %
CPA Offsite	17.558	10.059	74,6 %
CPC + CPL	5.423	7.920	-31,5 %
Subscriptions & Services	10.298	3.195	222,3 %
Onsite-Anteil an Buchungserlösen⁽²⁾	58,0 %	55,0 %	+3pp
IFRS-Umsatzerlöse⁽³⁾ (Tsd. Euro)	21.883	18.864	16,0 %
CPA Onsite	5.601	3.695	51,6 %
CPA Offsite	4.983	4.096	21,6 %
CPC + CPL	5.420	7.877	-31,2 %
Subscriptions & Services	5.880	3.195	84,0 %
Bereinigtes EBITDA⁽⁴⁾ (Tsd. Euro)	-24.816	-22.318	-11,2 %
Bereinigte EBITDA-Marge	-113,4 %	-118,3 %	+4,9pp
Bereinigte Einmaleffekte ⁽⁵⁾	682	775	-12,0 %
Periodenergebnis	-34.312	-30.227	-13,5 %
Bruttobuchungswert (GBV)⁽⁶⁾ (Tsd. Euro)	604.760	458.496	31,9 %
GBV CPA	467.449	343.869	35,9 %
Buchungen (Anzahl)	353.012	289.616	21,9 %
CPA Onsite	234.689	199.384	17,7 %
CPA Offsite	118.323	90.232	31,1 %
CPA-Buchungswert pro Buchung⁽⁷⁾ (Euro)	1.324	1.187	11,5 %
CPA-Take-Rate⁽⁸⁾	10,6 %	9,4 %	+1,2pp
Stornierungen (Tsd. Euro)	-9.871	-6.824	44,6 %
Stornierungsrate	15,0 %	16,0 %	-1,0 %
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zzgl. anderer hochliquider kurzfristiger finanzieller Vermögenswerte ⁽⁹⁾⁽¹⁰⁾ (Tsd. Euro)	139.984	161.557	-13,4 %
Eigenkapital ⁽⁹⁾ (Tsd. Euro)	233.959	263.697	-11,3 %
Eigenkapitalquote ⁽⁹⁾	72,2 %	76,5 %	-4pp
Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (zum Ende des Berichtszeitraums) ⁽⁹⁾	648	650	-0,3 %

(1) Buchungserlöse sind eine operative, nicht nach Rechnungslegungsgrundsätzen bestimmte Leistungskennzahl zur Messung der Performance, die wir als Nettowert 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 Bruttowert, 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 31. März 2023 bzw. 31. Dezember 2022.

(10) Zum 31. März 2023 einschließlich 0,8 Mio. Euro an verfügbungsbeschränkten Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten (31. März 2022: null).

Inhalt

Konzern-Zwischenlagebericht

1.1. Ertragslage	6
1.2. Finanzlage	9
1.3. Vermögenslage	10
1.4. Ausblick und Prognose	10

Ausgewählte Finanzinformationen

2.1. Konzern-Gesamtergebnisrechnung	12
2.2. Konzernbilanz	13
2.3. Konzern-Kapitalflussrechnung	14

Service

3.1. Glossar	15
3.2. Finanzkalender	18
3.3. Impressum	18

Konzern-Zwischenlagebericht

1.1. Ertragslage

Die Geschäftsentwicklung blieb im ersten Quartal 2023 durchweg positiv. Buchungserlöse und Umsatzerlöse nach IFRS stiegen um 50,3 % bzw. 16,0 % ggü. dem Vorjahreszeitraum. Insbesondere der Bereich Subscriptions & Services verzeichnete einen sprunghaften Anstieg der IFRS-Umsatzerlöse von 84,0 % ggü. dem Vorjahreszeitraum auf 5,9 Mio. Euro und auch die Buchungserlöse stiegen hier deutlich um 222,3 % auf 10,3 Mio. Euro. Mit einer Verbesserung der Buchungserlöse um 43,8 % und der IFRS-Umsatzerlöse um 51,6 % ggü. dem Vorjahreszeitraum legte auch das CPA-Onsite-Geschäft weiter zu. Regional betrachtet trug vor allem das Geschäft in den USA aufgrund stärkerer Aktivität zum Umsatzwachstum bei. CPC- und CPL-Transaktionen hingegen entwickelten sich etwas schwächer als im Vorjahreszeitraum, sodass die IFRS-Umsatzerlöse hier um 31,2 % zurückgingen. Der Grund für diese Entwicklung waren die besseren kommerziellen Eckdaten unseres CPA-Produkts.

Das bereinigte EBITDA betrug im ersten Quartal 2023 -24,8 Mio. Euro, was in absoluten Zahlen einem Rückgang um 2,5 Mio. Euro ggü. dem Vorjahreszeitraum entspricht. Aufgrund des hohen Anteils an CPA-Buchungserlösen, bei denen die entsprechenden IFRS-Umsatzerlöse erst im weiteren Jahresverlauf realisiert werden, war diese rückläufige Entwicklung erwartet worden. Dennoch verbesserte sich die bereinigte EBITDA-Marge um +4,9 Prozentpunkte auf -113,4 % – und das trotz höherer Investitionen in Kundenakquise und -bindung, die sich wiederum in höheren Marketing- und Vertriebsaufwendungen³ niederschlugen (8,6 % ggü. dem Vorjahreszeitraum). Die Vorteile eines effizienteren Marketings zeigen sich im deutlich gestiegenen Auftragsbestand an Buchungserlösen, der am Ende des Berichtsquartals 79,9 % über dem Vorjahreswert lag. Dieser deutliche Anstieg bestärkt unsere Zuversicht im Erreichen unserer finanziellen Ziele.

Entwicklung von Bruttobuchungswert, Buchungserlösen und IFRS-Umsatzerlösen im Berichtsquartal

Der Bruttobuchungswert stieg im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 146,3 Mio. Euro auf 604,8 Mio. Euro, was einem Zuwachs von 31,9 % entspricht. Die Anzahl der Buchungen erhöhte sich um 21,9 % ggü. dem Vorjahreszeitraum, der CPA-Buchungswert pro Buchung um 11,5 %. Der Anstieg des Bruttobuchungswerts ist in erster Linie auf das starke Wachstum der CPA-Onsite-Transaktionen zurückzuführen.

Dank der höheren CPA-Take-Rate stiegen die Buchungserlöse im Berichtsquartal um 50,3 % bzw. 21,8 Mio. Euro auf 65,3 Mio. Euro und damit schneller als der Bruttobuchungswert. Auch die durchschnittliche CPA-Take-Rate konnten wir um +1,2 Prozentpunkte ggü. dem Vorjahreszeitraum auf 10,6 % erhöhen. Diese attraktiven kommerziellen Konditionen sorgten für einen noch höheren Anteil an CPA-Buchungserlösen sowie einen hohen Auftragsbestand an Buchungserlösen.

Die Umsatzerlöse nach IFRS stiegen im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 3,0 Mio. Euro auf 21,9 Mio. Euro und damit um 16,0 %. Dabei blieben sie im Berichtsquartal unter den Buchungserlösen, 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 erklärt. Während wir die Buchungserlöse intern bereits zum Buchungszeitpunkt erfassen, werden die IFRS-Umsatzerlöse erst zum Zeitpunkt des Check-in angesetzt, das heißt meist in der zweiten Jahreshälfte, wenn die meisten Nutzer*innen verreisen.

³ Bereinigt um Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütung und Abschreibungen.

Die erfreuliche Entwicklung der Buchungserlöse und IFRS-Umsatzerlöse war auch dem Erwerb von e-domizil und SECRA zu verdanken. Darüber hinaus wurde eine niedrigere Stornierungsrate als im Vorjahreszeitraum realisiert – sie nähert sich allmählich wieder dem vorpandemischen Niveau an.

Konzern-Gesamtergebnisrechnung:

(in Tsd. Euro)	Q1/23	Q1/22	vs. Vorjahr
Umsatzerlöse	21.883	18.864	16%
Umsatzkosten	-3.404	-1.679	n.a.
Bruttoergebnis	18.478	17.185	8%
Produktentwicklung und operativer Betrieb	-8.316	-6.521	28%
Marketing und Vertrieb	-35.540	-32.714	9%
Allgemeine Verwaltungsaufwendungen	-9.277	-8.030	16%
Sonstige Aufwendungen	-384	-23	n.a.
Sonstige Erträge	264	639	-59%
Gewinn/Verlust aus der operativen Tätigkeit	-34.775	-29.465	-18%
Finanzerträge	278	3	n.a.
Finanzierungsaufwendungen	-615	-582	6%
Gewinn/Verlust vor Steuern	-35.112	-30.044	-17%
Ertragsteuern	800	-182	n.a.
Periodenergebnis	-34.312	-30.227	-14%
Sonstiges Ergebnis	-71	-25	n.a.
Gesamtergebnis	-34.383	-30.252	-14%
Gewinn/Verlust aus der operativen Tätigkeit	-34.775	-29.465	-18%
Abschreibungen	4.229	1.367	n.a.
EBITDA	-30.546	-28.098	-9%
Anteilsbasierte Vergütung	5.048	5.005	2%
Einmaleffekte	682	775	-12%
Bereinigtes EBITDA	-24.816	-22.318	-11%
Bereinigte EBITDA-Marge	(113,4) %	(118,3) %	+4,9pp

Die Umsatzkosten stiegen um +1,7 Mio. Euro auf 3,4 Mio. Euro, was weitgehend auf die höheren Aufwendungen für die Abschreibung des Auftragsbestands an Buchungserlösen von e-domizil über die Laufzeit von einem Jahr nach dem Erwerbszeitpunkt zurückzuführen ist. Die Marketing- und Vertriebsaufwandsquote⁴ von 154,9 % verbesserte sich um 15,3 Prozentpunkte ggü. dem Vorjahreszeitraum. Der Grund hierfür war unser effizienteres Marketing, das wiederum einen höheren Auftragsbestand an Buchungserlösen zum Ende des Berichtsquartals (79,9 % ggü. dem Vorjahreszeitraum) zur Folge hatte. In absoluten Zahlen erhöhten sich die Marketing- und Vertriebsaufwendungen um 2,8 Mio. Euro auf 35,5 Mio. Euro, was auf unsere kontinuierlichen Investitionen in Kundenakquise und -bindung zurückzuführen ist. Unterstützt wird dies durch unseren zuverlässigen, rentabilitätsorientierten Marketingansatz.

Die Aufwendungen für Produktentwicklung und operativen Betrieb legten im Berichtsquartal auf 8,3 Mio. Euro zu (erstes Quartal 2022: 6,5 Mio. Euro). Die entsprechende Aufwandsquote⁴ auf Basis der IFRS-Umsatzerlöse verschlechterte sich um 5,6 Prozentpunkte.

Die allgemeinen Verwaltungsaufwendungen stiegen im Berichtsquartal auf 9,3 Mio. Euro (erstes Quartal 2022: 8,0 Mio. Euro). In absoluten Zahlen lässt sich der Anstieg auf zahlungsunwirksame Aufwendungen im Zusammenhang mit anteilsbasierten Vergütungen im Berichtsquartal zurückführen. Die entsprechende Aufwandsquote⁵ auf Basis der IFRS-Umsatzerlöse stieg somit um 2,7 Prozentpunkte ggü. dem Vorjahreszeitraum.

⁴ Bereinigt um Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütung und Abschreibungen.

⁵ Bereinigt um Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütung, Abschreibungen und Einmaleffekte.

Entwicklung des bereinigten EBITDA im Q1/23

Die HomeToGo-Gruppe wies im Berichtsquartal ein bereinigtes EBITDA von -24,8 Mio. Euro aus (erstes Quartal 2022: -22,3 Mio. Euro). Die bereinigte EBITDA-Marge betrug -113,4 % und verbesserte sich damit um fast 5 Prozentpunkte, obwohl wir unsere Investitionen in Marketing und Vertrieb intensivierten, um den Auftragsbestand an Buchungserlösen anzukurbeln.

In der Regel ist die Rentabilität im ersten Quartal eines Geschäftsjahres am niedrigsten, denn die meisten Ausgaben für Marketing und Vertrieb sowie die erwirtschafteten Buchungserlöse werden in der ersten Jahreshälfte erfasst, während das Check-in-Datum der meisten Urlaubsbuchungen in der zweiten Jahreshälfte liegt, insbesondere in der Hauptreisezeit von Juli bis einschließlich September.

Überleitung zum bereinigten EBITDA

(in Tsd. Euro)	Q1/23	Q1/22	vs. Vorjahr
Gewinn/Verlust aus der operativen Tätigkeit	-34.775	-29.465	-18,0 %
Abschreibungen	4.229	1.367	n.a.
EBITDA	-30.546	-28.098	-8,7 %
Anteilsbasierte Vergütung	5.048	4.950	0,9 %
davon:			
Produktentwicklung und operativer Betrieb	1.444	1.184	22,0 %
Marketing und Vertrieb	201	480	-58,0%
Allgemeine Verwaltungsaufwendungen	3.403	3.286	1,9 %
Einmaleffekte	682	775	-12,0 %
davon:			
Vereinbarungen über leistungsabhängige Zahlungen mit Dienstbedingungen	387	—	n.a.
Fusionen & Übernahmen	—	709	n.a.
Sonstige	295	66	n.a.
Bereinigtes EBITDA	-24.816	-22.318	-11,2 %
Bereinigte EBITDA-Marge	(113,4) %	(118,3) %	+4,9pp

1.2. Finanzlage

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

Verkürzte Kapitalflussrechnung

(in Tsd. Euro)	Q1/23	Q1/22
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zu Beginn des	112.050	152.944
Cashflow aus operativer Tätigkeit	-19.167	-19.889
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-1.123	-47.923
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-1.355	-1.335
Fremdwährungseffekte	-205	228
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am Ende des	90.199	84.026
Andere hochliquide kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	49.785	99.760
Finanzmittel	139.984	183.785

(1) Einschließlich 0,8 Mio. Euro an verfügbungsbeschränkten Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten zum 31. März 2023 (zum 31. März 2022: null).

HomeToGo erfasste im Berichtsquartal einen Mittelabfluss aus operativer Tätigkeit in Höhe von -19,2 Mio. Euro (Vorjahreszeitraum: -19,9 Mio. Euro). Der negative operative Cashflow ist hauptsächlich auf die Saisonalität unseres Geschäfts zurückzuführen. Während der Großteil der Performance-Marketing-Aufwendungen, in denen die anhaltenden Investitionen in Kundenakquise und -bindung enthalten sind, typischerweise im ersten Quartal anfällt, werden die Zahlungsmittelzuflüsse aus den im Rahmen dieser Aufwendungen erwirtschafteten IFRS-Umsatzerlöse in der Regel erst im dritten und vierten Quartal nach der Hauptreisezeit von Juli bis September realisiert. Der operative Cashflow des ersten Quartals 2023 enthält Reisevorauszahlungen in Höhe von 4,2 Mio. Euro, die hauptsächlich aus Inkassodienstleistungen für Gastgeber*innen vor dem Check-in der Reisenden in der gebuchten Unterkunft bestehen. Diese Vorauszahlungen werden vor dem Check-in der Reisenden in der gebuchten Unterkunft an die Gastgeber*innen überwiesen.

Der Cashflow aus Investitionstätigkeit betrug im Berichtsquartal -1,1 Mio. Euro und berücksichtigt insbesondere aktivierte Softwareentwicklungskosten für Innovationen, die unserer Kundschaft ein benutzerfreundlicheres Buchungserlebnis ermöglichen sollen.

Der Cashflow aus Finanzierungstätigkeit belief sich im abgelaufenen Berichtszeitraum auf -1,4 Mio. Euro; er enthält Zahlungen für den Tilgungsanteil von Leasingverbindlichkeiten und Tilgungen für ausstehende Darlehen.

Alles in allem ging der Finanzmittelbestand⁶ im Berichtsquartal um 21,6 Mio. Euro zurück, woraus sich zum 31. März 2023 ein Buchwert von 140,0 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.

⁶ Bestehend aus Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten sowie anderen hochliquiden kurzfristigen finanziellen Vermögenswerten.

1.3. Vermögenslage

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

(in Tsd. Euro)	31. März 2023		31. Dez. 2022		Veränderung	
Langfristige Vermögenswerte	156.179	48%	159.169	24%	-2.990	-2 %
Kurzfristige Vermögenswerte	167.723	52%	185.448	76%	-17.725	-10 %
Summe Aktiva	323.902	100%	344.618	100%	-20.716	-6 %
Eigenkapital	233.959	72%	263.697	82%	-29.738	-11 %
Langfristige Schulden	28.072	9%	30.014	8%	-1.942	-6 %
Kurzfristige Schulden	61.872	19%	50.907	10%	+10.965	22 %
Summe Passiva	323.902	100%	344.618	100%	-20.716	-6 %

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.

Im Vergleich zum Bilanzstichtag 2022 sanken die kurzfristigen Vermögenswerte zum 31. März 2023 hauptsächlich aufgrund der zahlungswirksamen Performance-Marketing-Aufwendungen für unsere kontinuierlichen Investitionen in Kundenakquise und -bindung.

Die langfristigen Schulden fielen zum 31. März 2023 gegenüber dem Bilanzstichtag 2022, da die im Rahmen des vorgenannten Erwerbs erfassten latenten Steuerschulden abgeschrieben wurden.

Die kurzfristigen Schulden stiegen hauptsächlich aufgrund von Verbindlichkeiten gegenüber Dritten aus erhaltenen Reisevorauszahlungen sowie aufgrund dadurch höherer Vertragsverbindlichkeiten und gesteigener Subscriptions innerhalb von Subscriptions & Services.

Gesamtbeurteilung

Der Vorstand schätzt die Geschäftsentwicklung im ersten Quartal 2023 als ausgesprochen positiv ein. Die sehr hohen CPA-Buchungserlöse resultierten in einem Rekordauftragsbestand an Buchungserlösen von 69,5 Mio. Euro, der für das weitere Geschäftsjahr 2023 eine hohe Prognosesicherheit verspricht. HomeToGo konnte die IFRS-Umsatzerlöse sichtlich erhöhen, da die Gruppe in der Lage war, neue Kund*innen zu gewinnen, bestehende Kund*innen an sich zu binden sowie das Onsite-Geschäft und das Geschäft mit Subscriptions & Services auszubauen. Dank einer besseren Marketingaufwandsquote und erfolgreicher Unternehmenszusammenschlüsse erhöhte sich die bereinigte EBITDA-Marge von HomeToGo im ersten Quartal 2023 geringfügig ggü. dem Vorjahreszeitraum. Insgesamt erreicht HomeToGo weiterhin seinen angestrebten Wachstums- und Margenkorridor. Rückblickend kann das erste Quartal des Geschäftsjahres somit als Erfolg verbucht werden.

1.4. Ausblick und Prognose

HomeToGo bestätigt seine volle Zuversicht, die Prognose für das Gesamtjahr 2023 zu erreichen – insbesondere auch bezogen auf das Break-even-Ziel beim bereinigten EBITDA. Nach einem starken Wachstum der Buchungserlöse und einem entsprechenden Rekordauftragsbestand an Buchungserlösen zum Ende des Berichtsquartals rechnet HomeToGo 2023 mit einer Steigerung der Buchungserlöse von 13 % bis 25 % auf 185 bis 205 Mio. Euro. Der Onsite-Anteil an Buchungserlösen dürfte um 2 bis 7 Prozentpunkte auf 56 % bis 61 % zulegen und bei den IFRS-Umsatzerlösen wird ein Anstieg von 13 % bis 19 % auf 165 bis 175 Mio. Euro erwartet. Wir rechnen mit weiteren Skaleneffekten und einer gesteigerten Effizienz unserer Marketingaktivitäten, sodass wir 2023 beim bereinigten

EBITDA den Break-even mit einem Ergebnis zwischen -2,5 Mio. Euro und 2,5 Mio. Euro erreichen können.

Ausblick

Prognose für das Geschäftsjahr 2023

Buchungserlöse	185 bis 205 Mio. Euro
Veränderung vs. Vorjahr in %	13 % bis 25 %
Onsite-Anteil der Buchungserlöse	56 % bis 61 %
Veränderung vs. Vorjahr in %	2 pp bis 7 pp
IFRS-Umsatzerlöse	165 bis 175 Mio. Euro
Veränderung vs. Vorjahr in %	13 % bis 19 %
Bereinigtes EBITDA	-2,5 bis 2,5 Mio. Euro
Marge in %	-2 % bis 2 %

Dieser Ausblick unterstreicht unsere volle Zuversicht in die Finanz- und Ertragslage von HomeToGo sowie in das positive Marktumfeld für Ferienunterkünfte, auch wenn 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, vertrauen wir auf die 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 harmoniert hervorragend mit längeren Reisen. Zudem sind Ferienunterkünfte eine kostengünstige Option und bieten praktische Annehmlichkeiten (zum Beispiel die Selbstverpflegung in eigener 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.^{7,8}

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 16. Mai 2023

Vorstand der HomeToGo SE

Dr. Patrick Andrae

Mitgründer & CEO

Wolfgang Heigl

Mitgründer & CSO

Valentin Gruber

COO

Steffen Schneider

CFO

⁷ Morgan Stanley: „AlphaWise Shows Travel Demand Still Holding Up and Why it Matters for UBER, GOOGL, and OTAs“, 6. Juni 2022.

⁸ McKinsey & Company: „Germany consumer pulse survey“, 31. Oktober 2022.

Ausgewählte Finanzinformationen

2.1. Konzern-Gesamtergebnisrechnung

(in Tsd. Euro)	1. Jan. bis 31. März 2023	1. Jan. bis 31. März 2022
Umsatzerlöse	21.883	18.864
Umsatzkosten	-3.404	-1.679
Bruttoergebnis	18.478	17.185
Produktentwicklung und operativer Betrieb	-8.316	-6.521
Marketing und Vertrieb	-35.540	-32.714
Allgemeine Verwaltungsaufwendungen	-9.277	-8.030
Sonstige Aufwendungen	-384	-23
Sonstige Erträge	264	639
Verlust aus der operativen Tätigkeit	-34.775	-29.465
Finanzerträge	278	3
Finanzierungsaufwendungen	-615	-582
Finanzergebnis, netto	-337	-579
Verlust vor Steuern	-35.112	-30.044
Ertragsteuern	800	-182
Periodenergebnis	-34.312	-30.227
Sonstiges Ergebnis	-71	-25
Gesamtergebnis	-34.383	-30.252

2.2. Konzernbilanz

(in Tsd. Euro)	31. März 2023	31. Dez. 2022
Aktiva		
Langfristige Vermögenswerte		
Immaterielle Vermögenswerte	135.711	138.404
Sachanlagen	14.597	15.023
Ertragsteuerforderungen (langfristig)	95	95
Sonstige finanzielle Vermögenswerte (langfristig)	5.529	5.504
Sonstige Vermögenswerte (langfristig)	247	143
Summe langfristiger Vermögenswerte	156.179	159.169
Kurzfristige Vermögenswerte		
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Forderungen	17.823	14.466
Ertragsteuerforderungen (kurzfristig)	1.628	1.622
Sonstige finanzielle Vermögenswerte (kurzfristig)	51.560	51.778
Sonstige Vermögenswerte (kurzfristig)	6.513	5.533
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	90.199	112.050
Summe kurzfristiger Vermögenswerte	167.723	185.448
Summe Aktiva	323.902	344.618
Passiva		
Eigenkapital		
Gezeichnetes Kapital	2.441	2.441
Kapitalrücklage	521.194	519.032
Rücklage aus der Währungsumrechnung	-310	-240
Rücklage für anteilsbasierte Vergütungen	88.126	85.638
Gewinnrücklagen	-377.493	-343.174
Summe Eigenkapital	233.959	263.697
Langfristige Schulden		
Fremdkapitalaufnahme (langfristig)	4.607	5.631
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten (langfristig)	15.690	15.517
Rückstellungen (langfristig)	518	518
Sonstige Verbindlichkeiten (langfristig)	426	404
Ertragsteuerverbindlichkeiten (langfristig)	13	13
Latente Steuerschulden	6.818	7.930
Summe langfristiger Schulden	28.072	30.014
Kurzfristige Schulden		
Fremdkapitalaufnahme (kurzfristig)	2.759	2.844
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen (kurzfristig)	15.029	12.544
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten (kurzfristig)	14.136	10.057
Rückstellungen (kurzfristig)	1.408	1.645
Sonstige Verbindlichkeiten (kurzfristig)	25.060	19.824
Ertragsteuerverbindlichkeiten (kurzfristig)	3.479	3.993
Summe kurzfristiger Schulden	61.872	50.907
Summe Schulden	89.943	80.921
Summe Passiva	323.902	344.618

2.3. Konzern-Kapitalflussrechnung

(in Tsd. Euro)	1. Jan. bis 31. März 2023	1. Jan. bis 31. März 2022
Verlust vor Ertragsteuern	-35.112	-30.044
Anpassungen aufgrund von:		
Abschreibungen	4.222	1.367
Zahlungsunwirksamer Aufwand für Leistungen an Arbeitnehmer*innen – anteilsbasierte Vergütungen	5.048	5.005
Steueraufwand aus der Ausübung der virtuellen Optionen	-384	-115
Barausgleich an Begünstigte aus dem virtuellen Aktienoptionsprogramm	-55	—
Finanzergebnis, netto	337	579
Nettoumrechnungsdifferenzen	338	-667
Veränderung der betrieblichen Vermögenswerte und Verbindlichkeiten		
Zunahme(-)/Abnahme der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	-3.364	5.777
Zunahme(-)/Abnahme der sonstigen finanziellen Vermögenswerte	496	70
Zunahme(-)/Abnahme der sonstigen Vermögenswerte	-1.102	1.581
Zunahme/Abnahme(-) der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und	2.502	-3.523
Zunahme/Abnahme(-) der sonstigen finanziellen Verbindlichkeiten	4.065	-2.556
Zunahme/Abnahme(-) der sonstigen Verbindlichkeiten	4.302	2.864
Zunahme/Abnahme(-) der Rückstellungen	-237	-3
Cashflow aus operativer Tätigkeit	-18.944	-19.666
Gezahlte Zinsen und sonstige Finanzierungsaufwendungen (-)	-122	-222
Gezahlte/erhaltene Ertragsteuern	-101	—
Nettomittelabfluss aus operativer Tätigkeit	-19.167	-19.889
Auszahlungen für den Erwerb von Tochtergesellschaften, abzüglich	—	-47.465
Auszahlungen für Sachanlagen	-5	-144
Auszahlungen für selbst erstellte immaterielle Vermögenswerte	-1.118	-314
Nettomittelabfluss aus Investitionstätigkeit	-1.123	-47.923
Rückzahlung von Fremdkapital	-1.107	-1.149
Tilgungsanteile der Leasingzahlungen	-248	-186
Nettomittelzufluss aus Finanzierungstätigkeit	-1.355	-1.335
Nettozunahme/-abnahme der Zahlungsmittel und	-21.645	-69.146
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zu Beginn des	112.050	152.944
Auswirkungen von Wechselkursänderungen auf Zahlungsmittel und	-205	228
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am Ende des	90.199	84.026

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.

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 GmbH und SECRA Bookings GmbH (beide Sierksdorf, Deutschland) sind direkte (hundertprozentige) Tochtergesellschaften der HomeToGo GmbH.

3.2. Finanzkalender

Veranstaltung	Termin
Hauptversammlung	23. Mai 2023
Goldman Sachs Business Services, Leisure & Transport Conference	19. Juni 2023
dbAccess German Corporate Conference	20.–21. Juni 2023
Non-deal Roadshow Österreich und Schweiz	27.-28. Juni 2023
Telefonkonferenz zu den Finanzergebnissen	15. August 2023
dbAccess European TMT Conference 2023	5.–6. September 2023
Berenberg & Goldman Sachs German Corporate	18. September 2023
Baader Investment Conference	19. September 2023
Telefonkonferenz zu den Finanzergebnissen	9. November 2023
Capital Markets Day 2023	9. November 2023
Deutsches Eigenkapitalforum 2023	27.–29. November 2023

3.3. Impressum

Kontakt

HomeToGo SE
9, rue de Bitbourg
L-1273 Luxemburg
IR.hometogo.de
press@hometogo.com

Investor Relations

Sebastian Grabert, CFA
Carsten Fricke
IR@hometogo.com