



# An unsere Aktionär\*innen

 Jochberg (Österreich)

# Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

wir möchten Sie einladen, mit uns das HomeToGo-Jahr 2023 Revue passieren zu lassen. **Gleichzeitig blicken wir auch voller Vorfreude auf das Jahr 2024, in dem unser Unternehmen seinen zehnten Geburtstag feiert.**

2023 war ein weiteres Jahr des Fortschritts und des Erfolgs für die HomeToGo-Gruppe. Unser wichtigstes Ziel war es, beim bereinigten EBITDA den Break-even zu erreichen, was uns gelungen ist. Damit ist ein enorm wichtiger Schritt getan. Erfreulich ist auch, dass wir die Erfolgsgeschichte des Subscriptions & Services-Bereichs fortschreiben konnten: Hier wurden 2023 mehr als 20 % unserer IFRS-Umsatzerlöse erzielt. Damit haben wir auch das zweite Versprechen unseres Börsengangs im September 2021 eingelöst. 2023 haben wir erneut gezeigt, dass wir es ernst meinen, wenn wir sagen, dass wir den Markt für Ferienunterkünfte aktiv mitgestalten und **einzigartige Ferienunterkünfte für alle leicht zugänglich machen** wollen.

Wir haben über das gesamte Berichtsjahr hinweg beständig daran gearbeitet, die Produkterfahrung für unsere Reisenden weiter zu optimieren, indem wir unsere regionale Präsenz ausgebaut und in der Branche Pionierarbeit im Bereich der KI-Innovationen geleistet haben. Dank unseres klaren Fokus auf fortschrittliche Technologie und innovativen Lösungen, die Reisenden Mehrwert bieten, haben wir sehr schnell weitere Meilensteine erreicht.

## Ein makroökonomisch und geopolitisch schwieriges Umfeld

Anfang 2023 entlud sich die während der Pandemie aufgestaute Reisenachfrage und wir stellten beim Auftragsbestand der Buchungserlöse einen neuen Rekord auf.<sup>1</sup> Die gesamtwirtschaftliche Lage war mit globalen wirtschaftlichen Unwägbarkeiten,

Inflationsdruck und Lieferkettenengpässen im Berichtsjahr jedoch komplex und dynamisch – eine Mischung, die auch an uns nicht spurlos vorüberging. Wir haben erkannt, was die aktuellen Entwicklungen für unsere Branche bedeuten können und uns so aufgestellt, dass wir unser Unternehmen auch durch unruhige Gewässer navigieren können. Aber nicht nur die makroökonomischen Rahmenbedingungen waren schwierig: Der Krieg in der Ukraine fand kein Ende und im Q4/23 brach ein weiterer fürchterlicher Krieg zwischen Israel und Palästina aus. Trotz dieser Widrigkeiten erweist sich das Geschäftsmodell von HomeToGo als resilient, was auch unser fantastischer Start ins Jahr 2023 zeigt.

Auch wenn noch unklar ist, wohin die makroökonomische und geopolitische Reise geht, blieb der Markt für Ferienunterkünfte auf dem eingeschlagenen Wachstumspfad und zeigte sich erneut widerstandsfähig – dasselbe galt für HomeToGo. Der Anfang 2024 vom Deutschen Ferienhausverband vorgelegten kurzfristigen Wachstumsprognose zufolge wird der deutsche Markt für Ferienunterkünfte in den nächsten drei Jahren um durchschnittlich 5 % bis 8 % p.a. wachsen.<sup>2</sup> Im Geschäftsjahr 2023 wuchsen wir mit einem Plus der Buchungserlöse von 16 % ggü. dem Vorjahreszeitraum deutlich schneller als der Gesamtmarkt. Auch 2024 wollen wir für Reisende die erste Wahl sein und den Markt mit unserem einzigartigen Angebot, der weltweit größten Auswahl an Ferienhäusern und -wohnungen und einem erstklassigen Kundenerlebnis übertreffen.

Die HomeToGo-Aktie konnte ihre Negativentwicklung aus dem Jahr 2022 stoppen und 2023 um 9,3 % zulegen. So ist sie im Berichtsjahr dank des fulminanten Jahresauftakts um fast 50 % im Vergleich zum Jahresende 2022 gestiegen. Trotzdem

<sup>1</sup> 2022 oder davor realisierte Buchungserlöse, die im Geschäftsjahr 2023 als IFRS-Umsatzerlöse verbucht wurden.

<sup>2</sup> Deutsche Ferienhausverband e. V. (2024)

ist offensichtlich, dass die Kursentwicklung im Jahresverlauf hinter unseren Erwartungen zurückgeblieben ist. Obwohl unsere Geschäftsentwicklung neue Rekorde verzeichnete, konnte sich die HomeToGo-Aktie dem allgemeinen Trend nicht entziehen und entwickelte sich wie fast alle Small Caps schlechter als das Large Cap-Segment. Darüber hinaus stieg die Volatilität grundsätzlich an. Wir freuen uns, dass es uns in diesem Umfeld gelungen ist, das Interesse weiterer renommierter Investmentbanken zu wecken, sodass unsere Aktie nun von zusätzlichen Analyst\*innen analysiert und regelmäßig kommentiert wird. Unsere Equity Story scheint zu überzeugen.

## Operativer und strategischer Fortschritt

2023 konnten wir eine Bestmarke erreichen: Mit **190,1 Mio. Euro** waren unsere **Buchungserlöse** so hoch wie nie und lagen **16 % über dem Wert des Vorjahreszeitraums (2022: 163,7 Mio. Euro)**. Diese starke Entwicklung resultierte auch in einem **Wachstum der IFRS-Umsatzerlöse um 10 % ggü. dem Vorjahreszeitraum auf 162,0 Mio. Euro**. Trotz der allgemein starken Entwicklung im Geschäftsjahr 2023 stellte sich im Sommer eine temporäre Nachfrageschwäche ein. Um unser wichtigstes Ziel 2023 – den Break-even beim bereinigten EBITDA – nicht zu gefährden, wurden bewusst keine operativen Gegenmaßnahmen in Form eines höheren Marketingaufwandes ergriffen.

Auch bei der Weiterentwicklung unseres Marktplatzes der Spitzenklasse haben wir im vergangenen Jahr enorme Fortschritte erzielt. So konnten wir unser Produkterlebnis auf der **Nachfrageseite** deutlich optimieren und damit sowohl eine hohe Konversionsrate erzielen als auch die Kundenbindung weiter steigern. Darüber hinaus brachten wir 2023 Modes auf den Markt und schufen damit ein ganz neues Sucherlebnis, mit dem Reisende schneller, einfacher und bequemer ihre perfekte Ferienunterkunft finden. Der **AI Mode** ist nicht nur der erste Mode einer ganzen Reihen von Produktinnovationen, sondern auch das erste KI-gestützte Produkt eines Marktplatzes für Ferienunterkünfte überhaupt. Hier trifft unsere langjährige Erfahrung im Bereich des maschinellen Lernens auf unsere Leidenschaft, den Reisenden ein erstklassiges reibungsloses Buchungserlebnis zu bieten. Unsere Vision ist ein vollständig KI-gestützter Marktplatz.

Damit geht unsere Reise auf dem Weg zu technologischer Exzellenz weiter. Gleichzeitig priorisieren wir eine kontinuierliche Wertschöpfung, indem wir unsere Abhängigkeit von bezahltem Marketing kontinuierlich verringern. Möglich ist das, weil Reisende immer häufiger zu uns zurückkehren, so dass sukzessive ein effizientes wiederkehrendes Geschäft entsteht. Unser Ziel ist es, nachhaltig zu wachsen. Dafür verfolgen wir einen rentabilitätsorientierten Marketingansatz, mit dem wir unsere Marketing- und Vertriebsaufwandsquote deutlich verbessern konnten.

Auf der **Angebotsseite** bieten wir unseren Tausenden Partnern weiterhin Zugang zu einem attraktiven Kundenstamm und ermöglichen mit entsprechenden technischen Lösungen die Teilhabe am fragmentierten Markt für Ferienunterkünfte. Insbesondere konnten wir die Zahl unserer Partner erhöhen und uns bei vielen von ihnen fest etablieren: **Für die Hälfte** unserer 25 Top-Partner sind wir **einer der zwei wichtigsten Buchungskanäle, für 90 % einer der fünf wichtigsten**. Darüber hinaus konnten wir unsere **CPA-Take-Rate** bei Neu- und Bestandsunterkünften auf durchschnittlich **10,9 % steigern** und die internationale Präsenz unseres Marktplatzes ausweiten. Ein weiteres technologisches Highlight des vergangenen Jahres war die Neuerung, die es unseren Vermieter\*innen nun ermöglicht, ihre Unterkünfte direkt zu inserieren und damit von der Benutzerfreundlichkeit und der Distributionsstärke unseres Marktplatzes zu profitieren.

Zudem haben wir unseren profitablen Bereich Subscriptions & Services ausgebaut, dessen Anteil an den IFRS-Umsatzerlösen der Gruppe sich zum Jahresende 2023 auf mehr als 20 % belief. Unser ehemaliger Bereich Subscriptions & Services bildet von nun an auch den Kern von **HomeToGo\_PRO**, einer brandneuen B2B-Marke, die wir mit Blick auf die Zukunft als eigenständiges Geschäftssegment etabliert haben. Unser B2C-orientiertes Geschäft ist seit dem 1. Januar 2024 in unserem Marktplatz-Segment zu Hause.

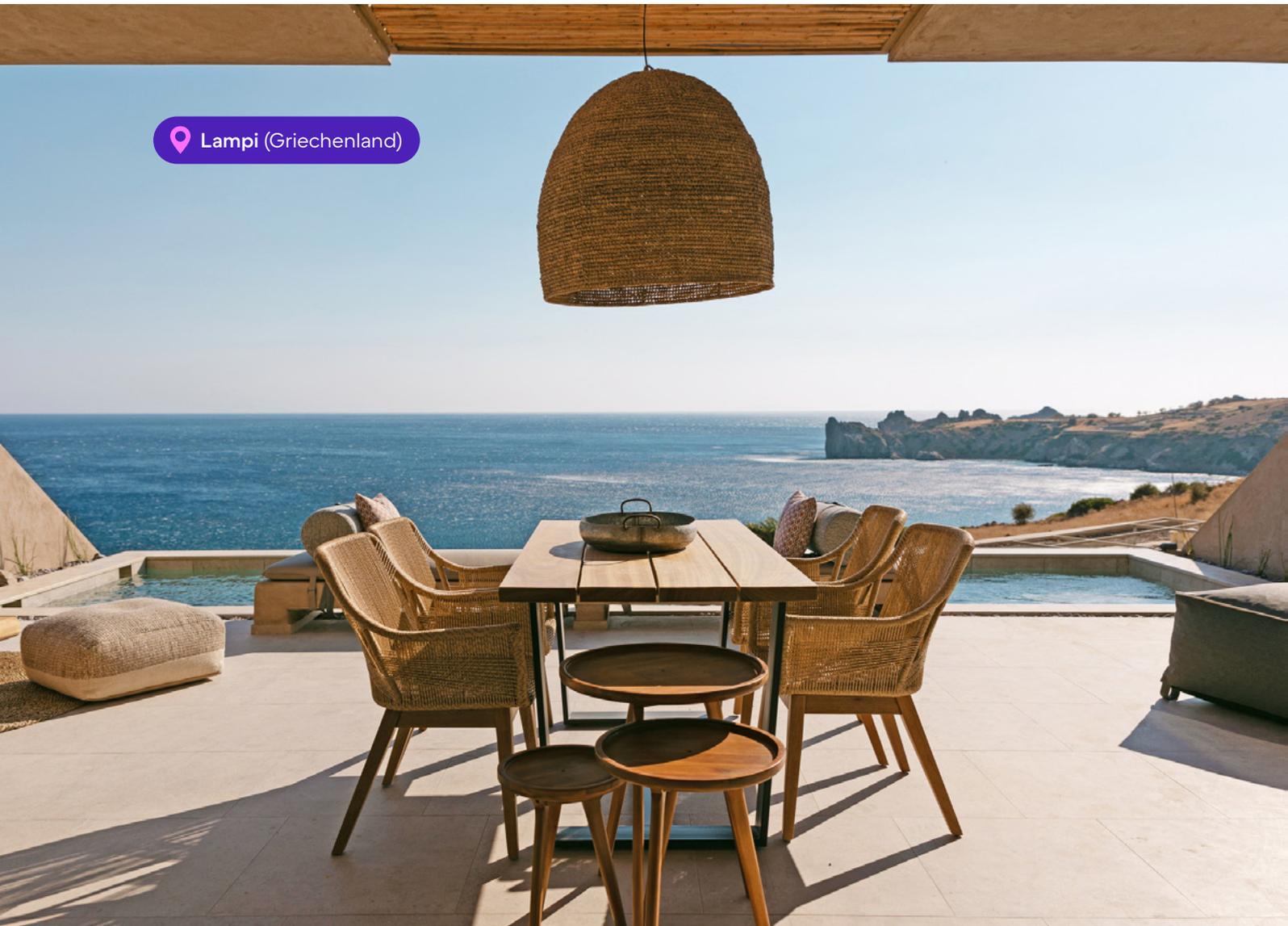
## Unser übergreifendes Ziel: Steigerung des Shareholder Value

Das neu geschaffene Geschäftssegment HomeToGo\_PRO bietet Software- und Service-Lösungen für den gesamten Reisemarkt. Ein beson-

derer Schwerpunkt liegt dabei auf SaaS-Diensten für Anbieter\*innen von Ferienunterkünften. Mit diesen klar definierten Segmenten sorgen wir ab dem Geschäftsjahr 2024 für mehr Transparenz in der Kapitalmarktberichterstattung. Außerdem optimieren wir die Messung und Steuerung der zugrunde liegenden Geschäftsentwicklung unseres Unternehmens mit Indikatoren, die wir nun auch für die externe Berichterstattung an unsere Aktionär\*innen erheben.

2023 war auch ein Jahr erfolgreicher M&A-Transaktionen. So unterzeichneten wir kurz vor Jahresende verbindliche Verträge zum Erwerb einer Mehrheitsbeteiligung an der KMW Reisen GmbH und der Super Urlaub GmbH, den beiden im DACH-Markt führenden Spezialanbietern von Themenreisen und Hotelangeboten für Kurztrips. Für uns bietet diese Übernahme die einmalige Gelegenheit, unseren weltweit führenden Marktplatz sowohl auf

der Angebots- als auch auf der Nachfrageseite zu stärken. Unter einem Dach profitieren die beiden Erfolgsmarken Kurz Mal Weg und Kurzurlaub vom Zugang zu unserer globalen Reichweite, unserer Auswahl an Ferienunterkünften sowie unserer Technologie- und Marketingstärke. Gleichzeitig profitiert unser bestehendes Marktplatzangebot von einer zusätzlichen Nachfrage durch Reisende in der Nebensaison. Damit passt die Akquisition perfekt zu unserer Vision und markiert einen wichtigen Meilenstein auf unserem strategischen Weg. Die beiden Neuzugänge, die ab dem Geschäftsjahr 2024 im Marktplatz-Segment konsolidiert werden, überzeugen übrigens auch in finanzieller Hinsicht, denn sie erfüllen die strengen Standards, die wir beim Erwerb von Unternehmen anlegen. Grundsätzlich sind wir nur an profitablen Unternehmen interessiert, von denen direkt ein positiver Beitrag zu unserer operativen und finanziellen Entwicklung zu erwarten ist. Zusammen mit den talentierten



 Lampi (Griechenland)



Teams von Kurz Mal Weg und Super Urlaub werden wir Reisende noch effektiver ansprechen können, um eine hohe Kundenbindung erzielen und das profitable wiederkehrende Geschäft von HomeToGo steigern zu können.

Im Einklang mit unserer Vision, eine Plattform zu erschaffen, die es Reisenden und Partnern ermöglicht, nachhaltigere Entscheidungen zu treffen, haben wir unsere bisherigen Bemühungen um Nachhaltigkeit, Sozialstandards und Unternehmensführung durch eine externe Ratingagentur auf den Prüfstand stellen lassen und dabei ein Ergebnis erzielt, das in der Branche neue Maßstäbe setzt. Mit unserem gemessenen Risikowert von 16, bewertet durch Morningstar Sustainalytics, liegen wir in der Kategorie „geringes Risiko“. Dieses ausgezeichnete Resultat unterstreicht die Führungsrolle, die wir in Sachen Nachhaltigkeit in der Geschäftswelt einnehmen. HomeToGo gehört damit sowohl in der Kategorie Software & Services als auch in der Unterkategorie Internet & Software Services zu den besten zehn Prozent der Welt. Mit unserem ESG-Rating liegen wir weit vor unseren direkten Mitbewerbern und weisen ein deutlich geringeres Risikoprofil auf als die größeren US-Unternehmen unserer Branche. Wir sind der festen Überzeugung, dass unsere Verantwortung nicht

damit aufhört, einzigartige Reiseerlebnisse zu ermöglichen, sondern dass wir auch dem Schutz der Schönheit unseres Planeten für die kommenden Generationen verpflichtet sind. In Zukunft wollen wir noch mehr tun und auf allen drei ESG-Ebenen kontinuierliche Fortschritte erzielen.

Keiner unserer Erfolge des vergangenen Jahres wäre möglich gewesen, könnten wir nicht auf ein unglaublich engagiertes und hart arbeitendes Team zählen. Die Resilienz, Kreativität und Leidenschaft unserer Mitarbeitenden sind die treibende Kraft hinter unserem Erfolg und wir möchten allen Mitgliedern des HomeToGo-Teams von Herzen für ihren Einsatz danken.

Wir wollen auch weiterhin Grenzen verschieben, neue Horizonte erkunden und uns immer ehrgeizigere Ziele setzen. Wir freuen uns auf die Chancen, die die Zukunft bringt und sind sicher, dass wir die Revolution des Marktes für Ferienunterkünfte auch weiterhin anführen werden.

All unseren Aktionär\*innen, Kolleg\*innen, Partnern und Reisenden sagen wir: Herzlichen Dank für Ihr Vertrauen und Ihre anhaltende Unterstützung von HomeToGo! Die Reise ist noch lange nicht zu Ende.

**Dr. Patrick Andrae**  
Mitgründer & CEO

**Wolfgang Heigl**  
Mitgründer & CSO

**Valentin Gruber**  
COO

**Steffen Schneider**  
CFO