

home  
to go\_

Quartalsmitteilung  
Q1/24



# HomeToGo verzeichnet im Q1/24 eine starke Performance und ist auf dem besten Weg, seine Ziele für 2024 zu erreichen.

HomeToGo zeigte sich im Q1/24 nach wie vor robust und verzeichnete eine starke Q1-Performance: Die Buchungserlöse erhöhten sich um 27,7% ggü. dem Vorjahreszeitraum und der Auftragsbestand der Buchungserlöse<sup>1</sup> stieg um 10,3% auf einen Rekordwert von 76,6 Mio. Euro. Die IFRS-Umsatzerlöse legten in den ersten drei Monaten des Jahres um 66,4% ggü. dem Vorjahreszeitraum zu. Das bereinigte EBITDA betrug im Berichtsquartal -21,2 Mio. Euro, was einer bereinigten EBITDA-Marge von -58,3% entspricht. Dies ist sowohl absolut als auch relativ gesehen eine deutliche Verbesserung und steht vollständig im Einklang mit den Erwartungen und der Saisonalität des Geschäfts.

## Die Highlights aus Q1/24 und Informationen zur neuen Segmentberichterstattung:

- Der **kräftige Anstieg der Buchungserlöse** von 27,7% ggü. dem Vorjahreszeitraum auf einen neuen Rekordwert von 83,4 Mio. Euro ist insbesondere dem starken Wachstum des Buchungsgeschäfts (Onsite) zu verdanken. Letzteres wuchs im Q1/24 um 39,3% ggü. dem Vorjahreszeitraum auf 38,9 Mio. Euro. Diese positive Entwicklung ging mit einem deutlichen Anstieg der Take Rate des Buchungsgeschäfts (Onsite) einher, die mit 12,8% (1,7 Prozentpunkte ggü. dem Vorjahreszeitraum) einen neuen Höchstwert erreichte. Der Auftragsbestand der Buchungserlöse<sup>1</sup> erhöhte sich um 10,3% ggü. dem Vorjahreszeitraum auf einen Allzeit-Rekordwert von 76,6 Mio. Euro.
- **Die IFRS-Umsatzerlöse fielen dank eines überragenden Wachstums höher aus als jemals zuvor in einem Q1** (66,4% ggü. dem Vorjahreszeitraum auf 36,4 Mio. Euro). Kräftige Zuwächse verbuchte insbesondere das HomeToGo B2C Marktplatz Segment. Hier stiegen die IFRS-Umsatzerlöse ggü. dem Vorjahreszeitraum um 83,7%. Im Segment HomeToGo\_PRO B2B war im gleichen Zeitraum ein Zuwachs von 35,3% zu verzeichnen, womit sich der Anteil dieses Segments an den gesamten IFRS-Umsatzerlösen der HomeToGo-Gruppe im Q1/24 nunmehr auf 32% belief. Neben der erstmaligen Einbeziehung der jüngsten Akquisitionen in den Konzernabschluss im Januar 2024 trugen zum herausragenden Wachstum im Berichtsquartal auch die relativ frühen Osterfeiertage bei. Auf organischer Basis blieb HomeToGo seinem Wachstumskurs mit einem mittleren zweistelligen IFRS-Umsatzwachstum treu.
- **Das bereinigte EBITDA zeigte im Q1/24 eine kontinuierliche Verbesserung** auf -21,2 Mio. Euro, was einer bereinigten EBITDA-Marge von -58,3% entspricht. Die Entwicklung steht voll im Einklang mit der Saisonalität des Geschäftsmodells. Dass die bereinigte EBITDA-Marge um beeindruckende 55,1 Prozentpunkte zugelegt hat, geht im Wesentlichen auf die deutlich höhere Marketingeffizienz bzw. die damit einhergehende niedrigere Marketing- und Vertriebsaufwandsquote<sup>2</sup> von 114,0% (ggü. 154,9% im Q1/23) zurück. Im Segment Marktplatz stieg das bereinigte EBITDA im Berichtsquartal um 5,0% ggü. dem Vorjahreszeitraum auf -22,5 Mio. Euro; im Segment HomeToGo\_PRO wurde nach einem negativen Wert im Vorjahreszeitraum nun sogar ein positives bereinigtes EBITDA in Höhe von 1,1 Mio. Euro erzielt.
- Im Segment **HomeToGo Marktplatz** entwickelte sich das Buchungsgeschäft (Onsite) mit 53,0% mehr Buchungen als im Vorjahreszeitraum sehr dynamisch, wobei sich die Erstkonsolidierung der auf thematische Kurzreisen spezialisierten Akquisitionen von Kurz Mal Weg und Kurzurlaub Anfang 2024 in gewissem Umfang positiv auswirkte. Die entsprechenden Buchungserlöse stiegen in den ersten drei Monaten des Jahres deutlich um 39,3% ggü. dem Vorjahreszeitraum.
- Im neuen Segment **HomeToGo\_PRO**, das Software- und Servicelösungen für den gesamten Reisemarkt mit besonderem Schwerpunkt auf SaaS-Dienstleistungen für Anbieter\*innen von

<sup>1</sup> Buchungserlöse vor Stornierungen, die bis zum 31. März 2024 generiert wurden und auf Basis eines Check-in-Datums im Geschäftsjahr 2024 als IFRS-Umsatzerlöse erfasst werden.

<sup>2</sup> Bereinigt um Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütung, Abschreibungen und Einmaleffekte, die sich auf IFRS-Umsatzerlöse beziehen.

Ferienunterkünften bietet, stiegen die IFRS-Umsatzerlöse im Subscription-Geschäft um 24,1% ggü. dem Vorjahreszeitraum. Das volumenbasierte Geschäft wuchs im gleichen Zeitraum dank starker Umsetzung und erfolgreicher Einführung neuer Dienstleistungen sogar um 47,9%.

- **Der Finanzmittelbestand ist zum Ende des Berichtsquartals mit 90,6 Mio. Euro unverändert** komfortabel. Der Rückgang gegenüber dem Ende des Q4/23 ergab sich vorwiegend aus dem erfolgreichen Abschluss der Mehrheitserwerbe im Q1/24 und den umfangreichen saisonalen Marketinginvestitionen zum Ausbau des Auftragsbestands der Buchungserlöse, wobei in der zweiten Jahreshälfte mit Zahlungseingängen zu rechnen ist.
- Der **Free Cash Flow**<sup>3</sup> entwickelte sich erwartungsgemäß und betrug in den ersten drei Monaten des Jahres 2024 -22,4 Mio. Euro – ein Rückgang von -11,3% ggü. dem Vorjahreszeitraum aufgrund eines größeren Abflusses für die Zahlung von erworbenen Verbindlichkeiten aus Umsatzsteuer in den in Q1/24 akquirierten Gesellschaften.

---

<sup>3</sup> Free Cash Flow ist definiert als Nettomittelabfluss aus operativer Tätigkeit zuzüglich Zinsergebnis und abzüglich Investitionsausgaben, die als Nettoinvestitionen in Sachanlagen, immaterielle und selbst erstellte immaterielle Vermögenswerte definiert sind.

# HomeToGo auf einen Blick

Kennzahlen (in Tsd. Euro)	Q1/24	Q1/23	vs. Vorjahr
<b>Segment HomeToGo Marktplatz</b>			
<b>Buchungserlöse</b>	<b>64.154</b>	<b>50.912</b>	<b>26,0 %</b>
Buchungsgeschäft (Onsite)	38.860	27.890	39,3 %
Werbegeschäft	25.294	23.022	9,9 %
<b>IFRS-Umsatzerlöse</b>	<b>25.649</b>	<b>13.961</b>	<b>83,7 %</b>
Buchungsgeschäft (Onsite)	12.524	3.671	>100%
Werbegeschäft	13.125	10.290	27,6 %
<b>Bereinigtes EBITDA</b>	<b>-22.506</b>	<b>-23.701</b>	<b>5,0 %</b>
Bereinigte EBITDA-Marge	-87,7 %	-169,8 %	+82,0 %-Pkt.
<b>Onsite Take Rate</b>	<b>12,8 %</b>	<b>11,2 %</b>	<b>+1,7 %-Pkt.</b>
<b>Buchungen (Tsd.)</b>	<b>522</b>	<b>342</b>	<b>52,6 %</b>
Buchungsgeschäft (Onsite)	340	222	53,0 %
Werbegeschäft	181	119	51,9 %
<b>Segment HomeToGo_PRO</b>			
<b>Buchungserlöse</b>	<b>22.790</b>	<b>17.598</b>	<b>29,5 %</b>
Subscription-Geschäft	5.658	4.537	24,7 %
Volumenbasiertes Geschäft	17.132	13.061	31,2 %
<b>IFRS-Umsatzerlöse</b>	<b>11.555</b>	<b>8.539</b>	<b>35,3 %</b>
Subscription-Geschäft	5.599	4.512	24,1 %
Volumenbasiertes Geschäft	5.956	4.028	47,9 %
<b>Bereinigtes EBITDA</b>	<b>1.138</b>	<b>-1.123</b>	<b>n.m</b>
Bereinigte EBITDA-Marge	9,8 %	-13,1 %	+23,0 %-Pkt.
<b>Buchungen (Tsd.)</b>	<b>92</b>	<b>85</b>	<b>8,3 %</b>
Volumenbasiertes Geschäft	92	85	8,3 %
<b>HomeToGo-Gruppe</b>			
<b>Buchungserlöse</b>	<b>83.361</b>	<b>65.288</b>	<b>27,7 %</b>
Konsolidierung	-3.583	-3.222	-11,2 %
<b>IFRS-Umsatzerlöse</b>	<b>36.404</b>	<b>21.883</b>	<b>66,4 %</b>
Konsolidierung	-801	-618	-29,6 %
<b>Bereinigtes EBITDA</b>	<b>-21.219</b>	<b>-24.816</b>	<b>14,5 %</b>
Bereinigte Einmaleffekte	541	682	-20,7 %
Bereinigte EBITDA-Marge	(58,3) %	(113,4) %	+55,1 %-Pkt.
<b>Bruttobuchungswert (GBV)</b>	<b>662.627</b>	<b>604.760</b>	<b>9,6 %</b>
Buchungen (Tsd.)	<b>583</b>	<b>353</b>	<b>65,3 %</b>
Konsolidierung	-30	-30	-2,7 %

Für die Definitionen zu den dargestellten Kennzahlen verweisen wir auf Abschnitt 3.1. Glossar.

Kennzahlen (in Tsd. Euro)	Q1/24	Q1/23	YoY change
<b>HomeToGo Gruppe (Fortsetzung)</b>			
<b>Periodenergebnis</b>	<b>-26.319</b>	<b>-34.312</b>	<b>23,3 %</b>
<b>Free Cash Flow (FCF)</b>	<b>-22.446</b>	<b>-20.168</b>	<b>-11,3 %</b>
Eigenkapital (Tsd. Euro) <sup>(1)</sup>	229.150	250.121	-8,4 %
Eigenkapitalquote <sup>(1)</sup>	65,3 %	77,2 %	-11,9 %-Pkt.
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zzgl. anderer hochliquider kurzfristiger finanzieller Vermögenswerte (Tsd. Euro) <sup>(2)</sup>	90.589	140.277	-35,4 %
Mitarbeiter*innen (zum Ende des Berichtszeitraums)	790	648	21,9 %

(1) Zum 31. März 2024 einschließlich 0,3 Mio. Euro an verfügbungsbeschränkten Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten (31. Dezember 2023: 0,5 Mio. Euro).

(2) Zum 31. März 2024 bzw. 31. Dezember 2023.

Für die Definitionen zu den dargestellten Kennzahlen verweisen wir auf Abschnitt 3.1. Glossar.

# Inhalt

## Wirtschaftsbericht

1.1. Einführung der Segmentberichterstattung	<a href="#">7</a>
1.2. Ertragslage	<a href="#">8</a>
1.3. Finanzlage	<a href="#">10</a>
1.4. Vermögenslage	<a href="#">11</a>
1.5. Ausblick und Prognose	<a href="#">12</a>

## Ausgewählte Finanzinformationen

2.1. Konzern-Gesamtergebnisrechnung	<a href="#">14</a>
2.2. Konzernbilanz	<a href="#">15</a>
2.3. Konzern-Kapitalflussrechnung	<a href="#">16</a>

## Service

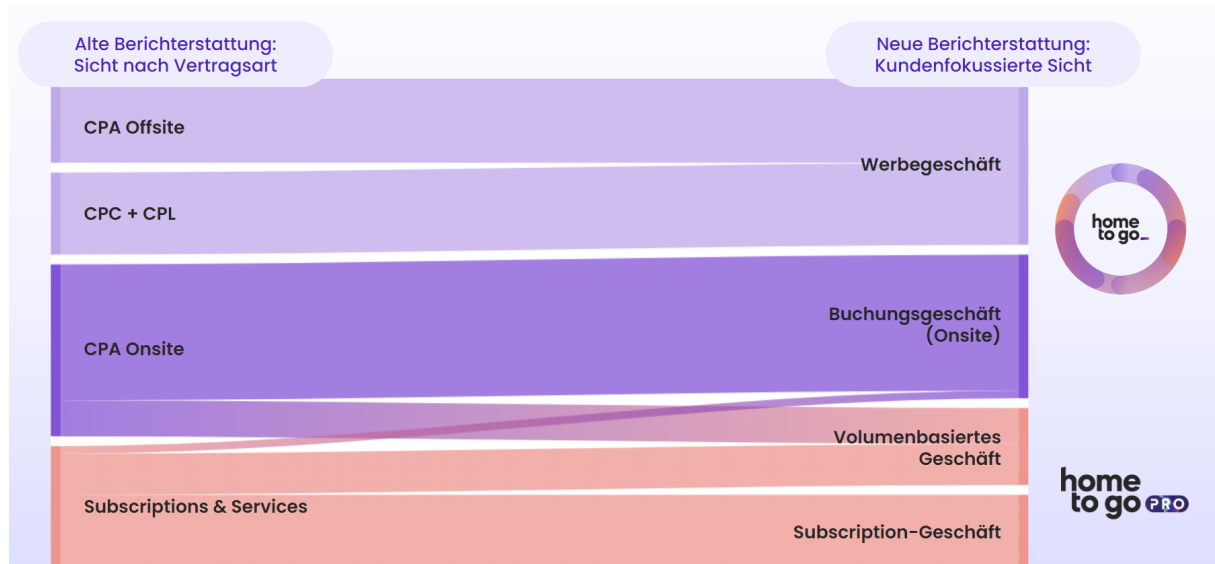
3.1. Glossar	<a href="#">17</a>
3.2. Finanzkalender	<a href="#">20</a>
3.3. Impressum	<a href="#">20</a>

# Wirtschaftsbericht

## 1.1. Einführung der Segmentberichterstattung

Wie auf dem Capital Markets Day im Dezember 2023 angekündigt, hat HomeToGo im Q1/24 eine neue interne Berichtsstruktur mit den zwei neu definierten Berichtssegmenten HomeToGo Marktplatz und HomeToGo\_PRO eingeführt. Die neue Berichtsstruktur orientiert sich an der Sichtweise, nach der das Management seit Q1/24 – ausgehend von der Kundensicht – die einzelnen Geschäftseinheiten steuert und Ressourcen allokiert.

Auf dem HomeToGo Marktplatz können Reisende unter mehr als 15 Millionen Angeboten von Tausenden von zuverlässigen Partnern aus aller Welt wählen und finden so für jede Reise ihre perfekte Ferienunterkunft. Der B2C-Marktplatz bringt die Angebots- und Nachfrageseite des Marktes für Ferienunterkünfte zusammen und wird durch das B2B Segment HomeToGo\_PRO optimal ergänzt. Das Berichtssegment Marktplatz umfasst die bzw. entspricht weitestgehend den ehemals ausgewiesenen Umsatzaktivitäten CPA Onsite, CPA Offsite und CPC. Das Buchungsgeschäft (Onsite) bezieht sich auf unser Onsite-Produkt, einen strategischen Kernbereich des Marktplatzes. Es wird weiterhin als eigenständiger Ertragsstrom zusammen mit der zugehörigen Steuerungskennzahl – der Take Rate des Buchungsgeschäfts (Onsite) – ausgewiesen und ist weitgehend mit dem ehemaligen Posten CPA Onsite vergleichbar. CPA Offsite und CPC werden in Zukunft im Werbegeschäft zusammengefasst.



HomeToGo\_PRO repräsentiert künftig die strategische Ausrichtung des Unternehmens auf den Erfolg und wertsteigernde Services für B2B-Kund\*innen. Der Geschäftsbereich bietet innovative Software- und Servicelösungen einschließlich Subscriptions für den gesamten Reisemarkt, mit besonderem Schwerpunkt auf SaaS für die Angebotsseite des Marktes. Der primär angesprochene Kundengruppe der Gastgeber\*innen, Eigentümer\*innen von Unterkünften und Ferienhaus-Vermietungsagenturen wird es ermöglicht, ihre Ferienunterkünfte zu verwalten und auf sicheren Buchungsplattformen, einschließlich dem HomeToGo Marktplatz, inserieren. HomeToGo\_PRO kombiniert den ehemaligen Bereich Subscriptions & Services und das volumenbasierte Service-Angebot der Gruppe. Während das Subscription-Geschäft, hauptsächlich vom SaaS Unternehmen Smoobu getrieben, nun als separate Umsatztätigkeit gezeigt wird, werden unter Volumenbasiertes Geschäft sämtliche Service-Angebote an die zuvor genannte Kundengruppe von HomeToGo zusammengefasst. Das Volumenbasierte Geschäft war in der Vergangenheit für Unternehmen wie SECRA bereits ein Teil von Subscription & Services, ein anderer wurde aber als Teil von CPA Onsite ausgewiesen und umfasst zum Beispiel die Aktivitäten von atraveo. Die Integration der

volumenbasierten Services in das Segment HomeToGo\_PRO veranschaulicht am besten, wie diese Umsatzquellen strategisch und wirtschaftlich gesteuert werden. Außerdem lässt sich so das Geschäft des Segments HomeToGo\_PRO, das über den HomeToGo-Marktplatz abgewickelt wird, sichtbarer machen. Diese Transaktionen werden im Konzernabschluss als „Transaktionen zwischen den Segmenten“ ausgewiesen.

## 1.2. Ertragslage

Nach einem soliden Jahresauftakt blieb die Geschäftsentwicklung im Q1/24 insgesamt robust. Der Bruttobuchungswert legte im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 57,9 Mio. Euro auf 662,6 Mio. Euro zu. Das ist ein Plus von 9,6%. Die Buchungserlöse stiegen um 27,7% bzw. 18,1 Mio. Euro ggü. dem Vorjahreszeitraum auf den höchsten bislang in einem Q1 erzielten Wert von 83,4 Mio. Euro.

Auch bei den IFRS-Umsatzerlösen stellte das Unternehmen mit einer Steigerung von 14,5 Mio. Euro bzw. 66,4% auf 36,4 Mio. Euro einen neuen absoluten Q1-Rekord auf. Dabei blieben die IFRS-Umsatzerlöse im Q1/24 aufgrund der Saisonalität unter den Buchungserlösen, wodurch der Auftragsbestand der Buchungserlöse zum Ende des Berichtsquartals mit 76,6 Mio. Euro (+10,3% ggü. dem Vorjahreszeitraum) so hoch war wie noch nie in der Unternehmensgeschichte. Diese Inkongruenz ist auf die zeitversetzte Erfassung der Erlöse zurückzuführen. Reisende planen ihren Urlaub in der Regel Monate im Voraus, wodurch unser hoher Auftragsbestand der Buchungserlöse erst im weiteren Verlauf des Jahres 2024 als IFRS-Umsatzerlöse realisiert wird.

Auf dem Marktplatz trug abseits vom starken organischen Wachstum auf Ebene der IFRS Umsatzerlöse und einem relativ frühen Osterwochenende im ersten Quartal auch die Erstkonsolidierung der jüngsten Akquisitionen von Kurz Mal Weg und Kurzurlaub Anfang Januar 2024 dazu bei, dass die Buchungserlöse um 26,0% und die IFRS-Umsatzerlöse um 83,7% ggü. dem Vorjahreszeitraum stiegen. Das sorgte beim Buchungsgeschäft (Onsite) im Segment Marktplatz für ein überragendes Wachstum der Buchungserlöse von 39,3% ggü. dem Vorjahreszeitraum und für einen kräftigen Anstieg der Buchungen um 53,0%. Der Buchungswert pro Buchung verringerte sich um -29,3% ggü. dem Vorjahreszeitraum. Das lag insbesondere an dem Mixeffekt infolge der Erstkonsolidierung von Kurz Mal Weg und Kurzurlaub, der auf thematische Kurzreisen in der DACH Region spezialisierten Akquisitionen, durch die Geschäftsvolumina mit kürzerer Aufenthaltsdauer hinzukamen. Ohne Berücksichtigung des Effekts aus den Akquisitionen blieb der Buchungswert pro Buchung im Jahresvergleich stabil. Der Anstieg der Onsite Take Rate im Segment Marktplatz auf 12,8% (1,7 Prozentpunkte ggü. dem Vorjahreszeitraum) erwies sich als einer der wesentlichen Umsatztreiber. Im Werbegeschäft wuchsen die IFRS-Umsatzerlöse um 27,6% ggü. dem Vorjahreszeitraum, wobei sich insbesondere die anhaltend starke Nachfrage aus Nordamerika und die daraus resultierenden attraktiven Kennzahlen und ein relativ frühes Osterwochenende mit Check-ins im März vorteilhaft auswirkten.

Das Segment HomeToGo\_PRO legte mit einem Anstieg der IFRS-Umsatzerlöse um 35,3% ggü. dem Vorjahreszeitraum auf 11,6 Mio. Euro weiter kräftig zu. Die Buchungserlöse stiegen indes um 29,5% auf 22,8 Mio. Euro. Mit 24,7% bzw. 31,2% trugen sowohl unser Subscription-Geschäft als auch unser volumenbasiertes Geschäft maßgeblich zu diesem Wachstum bei.

Das bereinigte Konzern-EBITDA belief sich im Q1/24 auf -21,2 Mio. Euro und folgte damit der für HomeToGo typischen Saisonalität. Die deutliche Verbesserung um 3,6 Mio. Euro bzw. 14,5% ggü. dem Vorjahreszeitraum geht im Wesentlichen auf die deutlich höhere Marketingeffizienz bzw. die damit einhergehende niedrigere Marketing- und Vertriebsaufwandsquote von 114,0% (Q1/23: 154,9%) sowie eine insgesamt effektive Kostendisziplin zurück. Dementsprechend zog auch die bereinigte EBITDA-Marge der Gruppe deutlich an, und zwar um 55,1 Prozentpunkte auf -58,3%. 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 und damit die IFRS Umsatzrealisierung in der zweiten Jahreshälfte liegt, insbesondere in der Hauptreisezeit von Juli bis einschließlich September.

Im Segment Marktplatz stieg das bereinigte EBITDA im Berichtsquartal um 5,0% ggü. dem Vorjahreszeitraum auf -22,5 Mio. Euro; im Segment HomeToGo\_PRO wurde nach einem negativen Wert im Vorjahreszeitraum nun sogar ein positives bereinigtes EBITDA in Höhe von 1,1 Mio. Euro



erzielt. Während sich die Saisonalität der IFRS Erlöserfassung im Segment Marktplatz deutlich bemerkbar macht (Höchststand der Erlöse im Sommer und Höchststand der Marketingaufwendungen im Winter und Frühjahr), bleibt das bereinigte EBITDA des Segments HomeToGo\_PRO im Jahresverlauf relativ stabil. Insbesondere die Erlöse aus dem Subscription-Geschäft erzeugen Stabilität. Das volumenbasierte Geschäft des Segments dürfte hingegen für kleinere Auf- und Abschwünge sorgen, wobei das Muster der Erlöserfassung der des Marktplatzes ähnelt.

#### Konzern-Gesamtergebnisrechnung:

(in Tsd. Euro)	Q1/24	Q1/23	vs. Vorjahr
<b>IFRS-Umsatzerlöse</b>	<b>36.404</b>	<b>21.883</b>	<b>66,4 %</b>
Umsatzkosten	-1.929	-3.404	43,3 %
<b>Bruttoergebnis</b>	<b>34.474</b>	<b>18.478</b>	<b>86,6 %</b>
Produktentwicklung und operativer Betrieb	-8.854	-8.316	-6,5 %
Marketing und Vertrieb	-41.754	-35.540	-17,5 %
Allgemeine Verwaltungsaufwendungen	-9.723	-9.277	-4,8 %
Sonstige Aufwendungen	-2.479	-384	n.a.
Sonstige Erträge	2.170	264	n.a.
<b>Betriebsergebnis</b>	<b>-26.166</b>	<b>-34.775</b>	<b>24,8 %</b>
Finanzerträge	917	278	n.a.
Finanzierungsaufwendungen	-154	-615	n.a.
<b>Gewinn/Verlust vor Steuern</b>	<b>-25.402</b>	<b>-35.112</b>	<b>27,7 %</b>
Ertragsteuern	-916	800	n.a.
<b>Periodenergebnis</b>	<b>-26.319</b>	<b>-34.312</b>	<b>23,3 %</b>
Sonstiges Ergebnis	764	-71	n.a.
<b>Gesamtergebnis</b>	<b>-25.554</b>	<b>-34.383</b>	<b>25,7 %</b>
<b>Betriebsergebnis</b>	<b>-26.166</b>	<b>-34.775</b>	<b>24,8 %</b>
Abschreibungen	1.487	4.229	-64,8 %
<b>EBITDA</b>	<b>-24.679</b>	<b>-30.546</b>	<b>19,2 %</b>
Anteilsbasierte Vergütung	2.918	5.048	-42,2 %
Einmaleffekte	541	682	-20,7 %
<b>Bereinigtes EBITDA</b>	<b>-21.219</b>	<b>-24.816</b>	<b>14,5 %</b>
Bereinigter EBITDA-Marge	-58,3 %	-113,4 %	+55,1 %-Pkt.

\* Die vollständige Konzern-Gesamtergebnisrechnung einschließlich der Verlustzuweisung an nicht beherrschende Anteile finden Sie unter 2.1. Konzern-Gesamtergebnisrechnung.

Die Umsatzkosten verringerten sich um 1,5 Mio. Euro auf 1,9 Mio. Euro, was insbesondere auf niedrigere Aufwendungen für Abschreibungen infolge des weggefallenen Abschreibungseffekts bei e-domizil zurückzuführen ist. (Die Abschreibung des Auftragsbestands an Buchungserlösen war über die Laufzeit von einem Jahr nach dem Erwerbszeitpunkt im April 2022 erfolgt.)

Die Marketing- und Vertriebsaufwandsquote<sup>4</sup> von 114,0% verbesserte sich im Q1/24 um 40,9 Prozentpunkte ggü. dem Vorjahreszeitraum. Dabei profitierten wir von einer Steigerung unserer Marketingeffizienz und positiven Beiträgen durch kürzlich erworbene Tochtergesellschaften.

Die Aufwendungen für Produktentwicklung und operativen Betrieb legten im Berichtsquartal infolge der jüngsten Unternehmensakquisitionen geringfügig von 8,3 Mio. Euro (Q1/23) auf 8,9 Mio. Euro zu. Die entsprechende Aufwandsquote<sup>4</sup> auf Basis der IFRS-Umsatzerlöse verbesserte sich aufgrund von Skaleneffekten um 8,7 Prozentpunkte.

Die allgemeinen Verwaltungsaufwendungen erhöhten sich im Q1/24 von 9,3 Mio. Euro im Vorjahresquartal auf 9,7 Mio. Euro. Diese absolute Nettosteigerung von 0,4 Mio. Euro ist höheren Personalaufwendungen im Zusammenhang mit der Akquisition der neuen Tochtergesellschaften im

<sup>4</sup> Bereinigt um Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütung und Abschreibungen.

Berichtsquartal zuzuschreiben, die jedoch teilweise durch niedrigere Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütung und niedrigere Aufwendungen für externe Dienstleistungen ausgeglichen wurden.

Dank einer weiter zunehmenden Marketingeffizienz und höheren Erlösen im Vergleich zum Vorjahresquartal verzeichneten sowohl das bereinigte Konzern-EBITDA als auch das Periodenergebnis im Q1/24 eine Steigerung – um 14,5% auf -21,2 Mio. Euro bzw. um 23,3% auf -26,3 Mio. Euro.

## Überleitung zum bereinigten EBITDA

### Überleitung zum bereinigten EBITDA

(in Tsd. Euro)	Q1/24	Q1/23	vs. Vorjahr
<b>Betriebsergebnis</b>	<b>-26.166</b>	<b>-34.775</b>	<b>-24,8 %</b>
Abschreibungen	1.487	4.229	64,8 %
<b>EBITDA</b>	<b>-24.679</b>	<b>-30.546</b>	<b>-19,2 %</b>
Anteilsbasierte Vergütung	2.918	5.048	42,2 %
davon:			
Produktentwicklung und operativer Betrieb	779	1.444	46,1 %
Marketing und Vertrieb	106	201	47,5 %
Allgemeine Verwaltungsaufwendungen	2.033	3.403	40,2 %
Einmaleffekte	541	682	20,7 %
davon:			
Vereinbarungen über leistungsabhängige Zahlungen mit Dienstbedingungen	387	387	n.a.
Fusionen & Übernahmen	83	—	n.a.
Reorganisation & Restrukturierung	22	—	n.a.
Sonstige	49	295	n.a.
<b>Bereinigtes EBITDA</b>	<b>-21.219</b>	<b>-24.816</b>	<b>14,5 %</b>
Bereinigte EBITDA-Marge	-58,3 %	-113,4 %	+55,1 %-Pkt.

## 1.3. Finanzlage

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

### Verkürzte Kapitalflussrechnung

(in Tsd. Euro)	Q1/24	Q1/23
<b>Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zu Beginn des Berichtszeitraums</b>	<b>108.953</b>	<b>112.050</b>
Cashflow aus operativer Tätigkeit	-20.308	-19.167
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-21.379	-1.123
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-1.701	-1.355
Fremdwährungseffekte	-1.460	-205
<b>Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am</b>	<b>64.104</b>	<b>90.199</b>
Andere hochliquide kurzfristige finanzielle	26.484	49.785
<b>Finanzmittel</b>	<b>90.589</b>	<b>139.984</b>

(1) Zum 31. März 2024 einschließlich 0,3 Mio. Euro an verfügbungsbeschränkten Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten (31. März 2023: 0,8 Mio. Euro).

HomeToGo hat im Berichtsquartal einen Nettomittelabfluss aus operativer Tätigkeit in Höhe von -20,3 Mio. Euro (Vorjahreszeitraum: -19,2 Mio. Euro) erfasst. Der operative Nettomittelabfluss im Q1/24 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 Cashflow aus operativer Tätigkeit im Berichtsquartal beinhaltet Reisevorauszahlungen in Höhe von 5,5 Mio. Euro (Vorjahr: 4,2 Mio. Euro), die aus Inkassodienstleistungen für die jeweiligen Gastgeber\*innen bestehen. Im Rahmen der jüngsten Akquisitionen wurden vom Konzern Steuerverbindlichkeiten für Umsatzsteuer erworben, die zwar ergebnisneutral wirkten, jedoch nach der Erstkonsolidierung zu einem operativen Nettomittelabfluss von 3,2 Mio. Euro führten.

Der Nettomittelabfluss aus Investitionstätigkeit betrug im abgelaufenen Quartal -21,4 Mio. Euro (Q1/23: -1,1 Mio. Euro) und berücksichtigt den Nettomittelabfluss von -24,5 Mio. Euro infolge der kürzlich erfolgten Akquisitionen von Tochtergesellschaften (Q1/23: 0,0 Mio. Euro). Zudem wurde ein Teil unserer Anlagen in Geldmarktfonds verkauft, was einen Zufluss von 5,0 Mio. Euro generiert hat. Der Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit berücksichtigt aktivierte Softwareentwicklungskosten für Innovationen von -1,8 Mio. Euro (Q1/23: -1,1 Mio. Euro), die unserer Kundschaft ein benutzerfreundlicheres Buchungserlebnis ermöglichen sollen.

Der Netto-Cashflow aus Finanzierungstätigkeit belief sich im abgelaufenen Berichtszeitraum auf -1,7 Mio. Euro (Q1/23: -1,4 Mio. Euro); er enthält Tilgungen für ausstehende Darlehen in Höhe von -1,0 Mio. Euro (Q1/23: -1,1 Mio. Euro) sowie Zahlungen für den Tilgungsanteil von Leasingverbindlichkeiten in Höhe von -0,2 Mio. Euro (Q1/23: -0,2 Mio. Euro). Der Mittelabfluss aus Finanzierungstätigkeit umfasst auch im Q1/24 erfolgte Mittelabflüsse in Höhe von 0,5 Mio. Euro für das 2023 angekündigte Aktienrückkaufprogramm.

Alles in allem ging der Finanzmittelbestand<sup>5</sup> im Berichtsquartal um 49,7 Mio. Euro zurück, woraus sich zum 31. März 2024 ein Betrag von 90,6 Mio. Euro ergab. Zurückzuführen ist diese rückläufige Entwicklung auf die M&A-Aktivitäten der Gruppe im abgelaufenen Quartal. Damit bleibt der Finanzmittelbestand insgesamt auf einem komfortablen Niveau und ermöglicht es uns, weiterhin über den gesamten Zyklus hinweg Investitionen zu tätigen und das Wachstum unseres Geschäfts sowohl auf organischem als auch auf anorganischem Wege flexibel zu finanzieren.

## 1.4. Vermögenslage

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

(in Tsd. Euro)	31. März 2024		31. Dez. 2023		Veränderung	
Langfristige Vermögenswerte	225.760	64%	159.862	49%	+65.898	+41 %
Kurzfristige Vermögenswerte	125.033	36%	164.091	51%	-39.058	-24 %
<b>Summe Aktiva</b>	<b>350.793</b>	<b>100%</b>	<b>323.953</b>	<b>100%</b>	<b>+26.840</b>	<b>+8 %</b>
Eigenkapital	229.150	65%	250.121	77%	-20.971	-8 %
Langfristige Schulden	40.052	11%	22.346	7%	+17.705	+79 %
Kurzfristige Schulden	81.592	23%	51.486	16%	+30.106	+58 %
<b>Summe Passiva</b>	<b>350.793</b>	<b>100%</b>	<b>323.953</b>	<b>100%</b>	<b>+26.840</b>	<b>+8 %</b>

Der Anstieg der langfristigen Vermögenswerte zum Ende des Q1/24 im Vergleich zum Jahresende 2023 lässt sich hauptsächlich auf den Anstieg der immateriellen Vermögenswerte von 140,3 Mio. Euro zum 31. Dezember 2023 auf 203,6 Mio. Euro zum 31. März 2024 zurückführen. Dies ist durch die kürzlich getätigten Unternehmensakquisitionen bedingt, bei denen vorläufig der gesamte Unterschiedsbetrag zwischen Kaufpreis und dem übernommenen Nettovermögen als Geschäfts-

<sup>5</sup> Bestehend aus Zahlungsmitteln, Zahlungsmitteläquivalenten und Finanzinvestitionen sowie anderen hochliquiden kurzfristigen finanziellen Vermögenswerten.

oder Firmenwert erfasst wurde. Die Finalisierung der Kaufpreisallokation wird voraussichtlich bis zum Jahresende erfolgen.

Der Rückgang der kurzfristigen Vermögenswerte zum 31. März 2024 (125,0 Mio. Euro) im Vergleich zum 31. Dezember 2023 (164,1 Mio. Euro) liegt vor allem im deutlichen Rückgang des Finanzmittelbestands von 140,3 Mio. Euro auf 90,6 Mio. Euro begründet. Gegenläufig wirkte der Anstieg der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen von 13,5 Mio. Euro zum 31. Dezember 2023 auf 17,3 Mio. Euro zum 31. März 2024 (31. März 2023: 17,8 Mio. Euro). Der Anstieg der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen ist auf die Saisonalität unseres Geschäfts zurückzuführen, in deren Folge der Bestand an offenen Forderungen am Ende des dritten Quartals in der Regel am höchsten ist. Die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente indes verringerten sich im Wesentlichen aufgrund der in der Berichtsperiode für die Akquisition der neuen Gesellschaften eingesetzten liquiden Mittel.

Die langfristigen Schulden der Gruppe wuchsen zum 31. März 2024 auf 40,1 Mio. Euro an (31. Dezember 2023: 22,3 Mio. Euro). Grund hierfür war eine höhere Fremdkapitalaufnahme (15,4 Mio. Euro ggü. 1,7 Mio. Euro im Vorjahresquartal) im Zusammenhang mit den von den Verkäufern der zwei kürzlich akquirierten Gesellschaften gewährten Verkäuferdarlehen in Höhe von 14,0 Mio. Euro.

Höhere Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen (Zunahme von 12,5 Mio. Euro auf 17,4 Mio. Euro) sowie höhere Vertragsverbindlichkeiten (Zunahme von 11,8 Mio. Euro auf 18,4 Mio. Euro) infolge von Vorauszahlungen, abzugrenzenden Umsatzerlösen durch kürzlich erfolgte Akquisitionen und organischem Wachstum sind der Hauptgrund für den Anstieg der kurzfristigen Schulden von 51,5 Mio. Euro zum 31. Dezember 2023 auf 81,6 Mio. Euro zum 31. März 2024.

## Gesamtbeurteilung

Der Vorstand schätzt die Geschäftsentwicklung im Q1/24 als überwiegend positiv ein, da sowohl ein neuer Rekordauftragsbestand der Buchungserlöse als auch deutliche Verbesserungen auf Umsatz- und Profitabilitätsebene erzielt wurden. Insbesondere ist es HomeToGo gelungen, neue Kund\*innen zu gewinnen sowie 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 Q1/24 signifikant ggü. dem Vorjahreszeitraum.

## 1.5. Ausblick und Prognose

2023 war ein Jahr des Wandels, das ganz im Zeichen einer deutlichen Steigerung des bereinigten EBITDA stand. Im laufenden Geschäftsjahr rechnet HomeToGo nun mit branchenführenden Wachstumsraten und setzt unter anderem Buchungserlöse von mindestens 250 Mio. Euro und IFRS-Umsatzerlöse von mindestens 220 Mio. Euro an, was einer Steigerung von über 30 % bzw. über 35 % ggü. dem Vorjahreszeitraum entspricht. HomeToGo erwartet mit einem bereinigten EBITDA von mindestens 10 Mio. Euro zudem eine weitere bedeutende Rentabilitätssteigerung. Zu guter Letzt wird das Unternehmen den M&A-Markt nicht aus den Augen lassen und attraktive Chancen ergreifen, um das organische Wachstum zu steigern.

## Ausblick

### Prognose für das Geschäftsjahr 2024

<b>Buchungserlöse</b>	<b>&gt;250 Mio. Euro</b>
Veränderung vs. Vorjahr in %	>30 %
<b>IFRS-Umsatzerlöse</b>	<b>&gt;220 Mio. Euro</b>
Veränderung vs. Vorjahr in %	>35 %
<b>Bereinigtes EBITDA</b>	<b>&gt;10 Mio. Euro</b>
Veränderung vs. Vorjahr in %	>400 %

Ein genauerer Blick auf die ersten drei Monate des Jahres zeigt, dass sich gewisse Restunsicherheiten angesichts der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung und der allgemeinen Verbraucherpreisinflation nicht ignorieren lassen.

Auch wenn wir in den vergangenen Monaten beobachten konnten, dass 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 unter Beweis gestellt hat.

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 13. Mai 2024

Vorstand der HomeToGo SE

**Dr. Patrick Andrae**

Mitgründer & CEO

**Wolfgang Heigl**

Mitgründer & CSO

**Valentin Gruber**

COO

**Steffen Schneider**

CFO

# Ausgewählte Finanzinformationen

## 2.1. Konzern-Gesamtergebnisrechnung

(in Tsd. Euro)	1. Jan. bis 31. März	
	2024	2023
IFRS-Umsatzerlöse	36.404	21.883
Umsatzkosten	-1.929	-3.404
<b>Bruttoergebnis</b>	<b>34.474</b>	<b>18.478</b>
Produktentwicklung und operativer Betrieb	-8.854	-8.316
Marketing und Vertrieb	-41.754	-35.540
Allgemeine Verwaltungsaufwendungen	-9.723	-9.277
Sonstige Aufwendungen	-2.479	-384
Sonstige Erträge	2.170	264
<b>Betriebsergebnis</b>	<b>-26.166</b>	<b>-34.775</b>
Finanzerträge	917	278
Finanzierungsaufwendungen	-154	-615
Finanzergebnis, netto	764	-337
<b>Verlust vor Steuern</b>	<b>-25.402</b>	<b>-35.112</b>
Ertragsteuern	-916	800
<b>Periodenergebnis</b>	<b>-26.319</b>	<b>-34.312</b>
Sonstiges Ergebnis	764	-71
<b>Gesamtergebnis</b>	<b>-25.554</b>	<b>-34.383</b>
Anteilen anderer Gesellschafter zurechenbares Gesamtergebnis	285	—

## 2.2. Konzernbilanz

(in Tsd. Euro)	31. März 2024	31. Dez. 2023
<b>Aktiva</b>		
<b>Langfristige Vermögenswerte</b>		
Immaterielle Vermögenswerte	203.591	140.283
Sachanlagen	13.650	13.777
Ertragsteuerforderungen (langfristig)	108	108
Sonstige finanzielle Vermögenswerte (langfristig)	8.149	5.467
Sonstige Vermögenswerte (langfristig)	155	228
Latente Steueransprüche	107	—
<b>Summe langfristiger Vermögenswerte</b>	<b>225.760</b>	<b>159.862</b>
<b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>		
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige	17.310	13.515
Ertragsteuerforderungen (kurzfristig)	1.577	1.767
Sonstige finanzielle Vermögenswerte (kurzfristig)	33.967	33.567
Sonstige Vermögenswerte (kurzfristig)	8.075	6.290
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	64.104	108.953
<b>Summe kurzfristiger Vermögenswerte</b>	<b>125.033</b>	<b>164.091</b>
<b>Summe Aktiva</b>	<b>350.793</b>	<b>323.953</b>
<b>Passiva</b>		
<b>Eigenkapital</b>		
Gezeichnetes Kapital	2.441	2.441
Kapitalrücklage	539.972	523.991
Rücklage aus der Währungsumrechnung	-251	-1.015
Rücklage für anteilsbasierte Vergütungen	102.346	96.159
Gewinnrücklagen	-406.073	-371.456
<b>HomeToGo-Aktionär*innen zurechenbares Eigenkapital</b>	<b>238.435</b>	<b>250.120</b>
Anteile anderer Gesellschafter	-9.285	—
<b>Summe Eigenkapital</b>	<b>229.150</b>	<b>250.121</b>
<b>Langfristige Schulden</b>		
Fremdkapitalaufnahme (langfristig)	15.380	1.730
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten (langfristig)	15.854	12.194
Rückstellungen (langfristig)	543	539
Sonstige Verbindlichkeiten (langfristig)	1.408	1.016
Ertragsteuerverbindlichkeiten (langfristig)	106	106
Latente Steuerschulden	6.761	6.761
<b>Summe langfristiger Schulden</b>	<b>40.052</b>	<b>22.346</b>
<b>Kurzfristige Schulden</b>		
Fremdkapitalaufnahme (kurzfristig)	2.756	2.783
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen (kurzfristig)	17.450	8.875
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten (kurzfristig)	27.262	13.550
Rückstellungen (kurzfristig)	2.322	2.338
Sonstige Verbindlichkeiten (kurzfristig)	29.451	20.903
Ertragsteuerverbindlichkeiten (kurzfristig)	2.352	3.037
<b>Summe kurzfristiger Schulden</b>	<b>81.592</b>	<b>51.486</b>
<b>Summe Schulden</b>	<b>121.644</b>	<b>73.833</b>
<b>Summe Passiva</b>	<b>350.793</b>	<b>323.953</b>

## 2.3. Konzern-Kapitalflussrechnung

	1. Jan. bis 31. März	
(in Tsd. Euro)	2024	2023
<b>Verlust vor Ertragsteuern</b>	<b>-25.402</b>	<b>-35.112</b>
Anpassungen aufgrund von:		
Abschreibungen	1.418	4.222
Zahlungsunwirksamer Aufwand für Leistungen an Arbeitnehmer*innen	2.917	5.048
Steueraufwand aus der Ausübung der virtuellen Optionen	-637	-384
Barausgleich an Begünstigte aus dem virtuellen Aktienoptionsprogramm	-20	-55
Finanzergebnis, netto	-764	337
Nettoumrechnungsdifferenzen	-286	338
<b>Veränderung der betrieblichen Vermögenswerte und Verbindlichkeiten</b>		
Zunahme(-)/Abnahme der Forderungen aus Lieferungen und	-3.128	-3.364
Zunahme(-)/Abnahme der sonstigen finanziellen Vermögenswerte	-1.927	496
Zunahme(-)/Abnahme der sonstigen Vermögenswerte	-1.713	-1.102
Zunahme/Abnahme(-) der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstiger Verbindlichkeiten	6.488	2.502
Zunahme/Abnahme(-) der sonstigen finanziellen Verbindlichkeiten	5.114	4.065
Zunahme/Abnahme(-) der sonstigen Verbindlichkeiten	-1.806	4.302
Zunahme/Abnahme(-) der Rückstellungen	-294	-237
<b>Cashflow aus operativer Tätigkeit</b>	<b>-20.040</b>	<b>-18.944</b>
Gezahlte Zinsen und sonstige Finanzierungsaufwendungen (-)	293	-122
Gezahlte(-)/erhaltene Ertragsteuern	-560	-101
<b>Nettomittelabfluss aus operativer Tätigkeit</b>	<b>-20.308</b>	<b>-19.167</b>
Erlöse aus dem Verkauf von erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewerteten finanziellen Vermögenswerten	5.000	—
Auszahlungen für den Erwerb von Tochtergesellschaften, abzüglich erworbener Zahlungsmittel	-24.534	—
Auszahlungen für Sachanlagen	-73	-5
Auszahlungen für immaterielle Vermögenswerte	-4	—
Auszahlungen für selbst erstellte immaterielle Vermögenswerte	-1.768	-1.118
<b>Nettomittelabfluss aus Investitionstätigkeit</b>	<b>-21.379</b>	<b>-1.123</b>
Rückzahlung von Fremdkapital	-1.003	-1.107
Tilgungsanteile der Leasingzahlungen	-236	-248
Auszahlungen für Aktienrückkäufe	-462	—
<b>Nettomittelzufluss aus Finanzierungstätigkeit</b>	<b>-1.701</b>	<b>-1.355</b>
<b>Nettozunahme/-abnahme der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente</b>	<b>-43.388</b>	<b>-21.645</b>
<b>Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zu Beginn des Berichtszeitraums</b>	<b>108.953</b>	<b>112.050</b>
Auswirkungen von Wechselkursänderungen auf Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-1.460	-205
<b>Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am Ende des Berichtszeitraums</b>	<b>64.104</b>	<b>90.199</b>



# 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. Buchungserlöse entsprechen nicht den nach IFRS erfassten Umsatzerlösen und sind nicht als deren Alternative oder Ersatz anzusehen. Anders als IFRS-Umsatzerlöse werden Buchungserlöse zum Zeitpunkt der Buchung erfasst. Umsatzerlöse aus dem nicht buchungsbasierten Geschäft wie die Erlöse aus dem Werbegeschäft oder Umsatzerlöse aus dem Subscription-Geschäft werden ohne Unterschied in den Buchungserlösen und den Umsatzerlösen nach IFRS erfasst, um die Darstellung der Umsätze zu vervollständigen.

#### IFRS-Umsatzerlöse

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

#### Bereinigtes EBITDA

Periodenergebnis vor

(i) Ertragsteuern,

(ii) Finanzerträgen,

Finanzierungsaufwendungen,

(iii) Abschreibungen,

bereinigt um

(iv) Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütung und

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

#### Free Cash Flow (FCF)

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

### Berichtssegmente und damit verbundene Umsatzaktivitäten

#### Marktplatz

Unser Berichtssegment Marktplatz umfasst alle Geschäftsmodelle und Umsatzaktivitäten, bei denen Reisende als unsere Kund\*innen im Mittelpunkt stehen. Dabei werden Umsatzerlöse meist nicht direkt über die Reisenden erwirtschaftet, sondern indirekt über unsere Partner. Es handelt sich um Umsatzaktivitäten aus dem Buchungsgeschäft (Onsite) und dem Werbegeschäft.

#### Buchungsgeschäft (Onsite)

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

#### Werbegeschäft

Umsatzerlöse aus dem Werbegeschäft werden mit allen Aktivitäten erwirtschaftet, bei denen der (Buchungs-)Vorgang des Reisenden nicht vollständig über eine Website des HomeToGo Marktplatzes, sondern über die

externe Website eines Partners getätigt wird. Das Werbegeschäft ist weitestgehend mit dem ehemaligen CPA Offsite und CPC Geschäft vergleichbar.

### **HomeToGo\_PRO**

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

### **Subscription-Geschäft**

Umsatzerlöse aus dem Subscription-Geschäft werden durch Software-as-a-Service („SaaS“) und Online-Werbeproduktleistungen für direkte Anbieter\*innen von Ferienunterkünften erwirtschaftet, die unsere Plattform nutzen können, um dort ihre Unterkünfte über einen festgelegten Zeitraum zu inserieren - unabhängig von der Anzahl an Buchungen. Die Umsatzerlöse werden somit über einen bestimmten Zeitraum erfasst.

### **Volumenbasiertes Geschäft**

Umsatzerlöse aus dem volumenbasierten Geschäft ergeben sich aus verbrauchsabhängige Nutzungsentgelte für Software und andere Dienstleistungen, die sich im Wesentlichen aus der Menge der Buchungen und Dienstleistungen gegenüber den direkten Anbieter\*innen der Ferienunterkünfte oder einem anderen Dritten.

## **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 (wie von unseren Partnern übermittelt). Der GBV wird zum Zeitpunkt der Buchung erfasst und nicht um Stornierungen oder nach der Buchung vorgenommene Änderungen bereinigt. Bei Onsite- und volumenbasierten Transaktionen berücksichtigt der GBV das Buchungsvolumen, wie es in der Buchungsbestätigung an die Reisenden angegeben wird. Bei Transaktionen im Werbegeschäft wird der GBV teilweise von den Anbieter\*innen der Unterkunft angegeben und teilweise geschätzt. Im Subscription-Geschäft wird der GBV ebenfalls geschätzt. Die Schätzungen basieren auf Seitenaufrufen oder der Anzahl von Anfragen, erwarteten Konversionsraten, der nachverfolgten Aufenthaltsdauer sowie dem nachverfolgten Preis pro Nacht. Multipliziert man die letzten beiden Zahlen miteinander, erhält man den Buchungswert.

### **Onsite Take Rate**

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

### **Auftragsbestand der Buchungserlöse**

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

### **Stornierungsrate**

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

## Nichtfinanzielle KPIs

### Buchungen

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

### Buchungswert pro Buchung

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

## Weitere definierte Begriffe

### Partner

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

### Wiederkehrende Buchungserlöse

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

### Wiederkehrende Besucher\*innen

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

## AMIVAC

Bietet Subscription-basierte Dienste sowohl für Gastgeber\*innen als auch für professionelle Agenturen an. AMIVAC SAS (Paris, Frankreich) ist eine unmittelbare (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 unmittelbare (hundertprozentige) Tochtergesellschaft der HomeToGo GmbH und hat zwei Tochtergesellschaften: die e-domizil AG (Zürich, Schweiz) und die Atraveo GmbH (Düsseldorf, Deutschland).

## Kurz Mal Weg und Kurzurlaub

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

## SECRA

Bietet Software für Gastgeber\*innen, Vermietungsagenturen und Destination-Manager an, die eine durchgängige Verwaltung und Vermarktung von Ferienunterkünften ermöglicht. Die SECRA Bookings GmbH (Sierksdorf, Deutschland) ist eine unmittelbare (hundertprozentige) Tochtergesellschaft der HomeToGo GmbH.

## 3.2. Finanzkalender 2024

<b>Veranstaltung</b>	<b>Termin</b>
Hauck Aufhäuser Stockpicker Summit, Kitzbühel	15.–16. Mai 2024
Stifel German Corporate Conference, Frankfurt	15. Mai 2024
Hauptversammlung 2024, Luxemburg	28. Mai 2024
Baader Smallcap Pearls Day, Frankfurt	5. Juni 2024
Warburg Highlights, Frankfurt	6.–7. Juni 2024
mwb research Travel and Leisure Conference, virtuell	11. Juni 2024
Goldman Sachs Transport & Leisure Conference, London	24.–25. Juni 2024
Finanzergebnisse und Earnings Call Q2/2024	13. August 2024
dbAccess European TMT Conference 2024, London	4.–5. September 2024
Cantor European TMT Conference, Barcelona	30. Oktober 2024
Finanzergebnisse und Earnings Call Q3/2024	12. November 2024

## 3.3. Impressum

### **Kontakt**

HomeToGo SE,  
9, rue de Bitbourg,  
L-1273  
Luxemburg  
IR.hometogo.de  
[press@hometogo.com](mailto:press@hometogo.com)

### **Investor Relations**

Sebastian Grabert, CFA  
Carsten Fricke, CFA  
[IR@hometogo.com](mailto:IR@hometogo.com)