

home
to go_

Quartalsmitteilung
Q3/24



HomeToGo berichtet 9M/24-Ergebnisse mit 30 % Wachstum der Buchungserlöse und einem mehr als verdreifachten bereinigten EBITDA von 16,8 Mio. Euro (+259 % ggü. Vorjahr). Deutliche Verbesserung des Free Cash Flow und des Auftragsbestand der Buchungserlöse für zukünftige IFRS-Umsatzerlöse. Aktualisierung der Prognose für das Geschäftsjahr 2024

HomeToGo setzte im 9M/24 seine solide Geschäftsentwicklung fort und verzeichnete in beiden Segmenten – HomeToGo Marktplatz und HomeToGo_PRO – starkes Wachstum. Dabei konnte das Unternehmen den positiven Wachstumskurs des H1/24 fortsetzen und sehr gute Zahlen für das Q3 vorlegen. Dank einer deutlichen Steigerung ggü. dem Vorjahreszeitraum wurden bei den IFRS-Umsatzerlösen und beim bereinigten EBITDA neue Quartalsrekorde aufgestellt.

Highlights der Gruppe:

- Im 9M/2024 verzeichneten die **Buchungserlöse** einen deutlichen Anstieg von 30,5 % ggü. dem Vorjahreszeitraum auf 209,8 Mio. Euro. Die Onsite Take Rate legte im Jahresvergleich um +1,6 %-Pkt. auf 12,8 % zu. Im Q3/2024 wurden Buchungserlöse von 62,7 Mio. Euro realisiert, was einer Steigerung von 38,2 % ggü. dem Vorjahreszeitraum entspricht. Der Auftragsbestand der Buchungserlöse¹ betrug zum Ende des Quartals 37,4 Mio. Euro und erhöhte sich damit um 28,4 % ggü. dem Vorjahreszeitraum. Ein Großteil dieses Auftragsbestands wird im Q4/24 als IFRS-Umsatzerlöse realisiert werden, sobald die Check-ins in den Ferienunterkünften erfolgen. Damit sind die IFRS-Umsatzerlöse für den Rest des Jahres und darüber hinaus gut prognostizierbar.
- Die **IFRS-Umsatzerlöse** verzeichneten im 9M/2024 einen deutlichen Anstieg von 27,6 % ggü. dem Vorjahreszeitraum auf 176,7 Mio. Euro. Im Q3/2024 konnte sogar ein neuer Quartalsrekord erzielt werden, da die IFRS-Umsatzerlöse um 18,3 % ggü. dem Vorjahreszeitraum auf 87,4 Mio. Euro anstiegen.
- Mit einer Steigerungsrate von 258,7 % mehr als verdreifachte sich das **bereinigte EBITDA** im 9M/2024 ggü. dem Vorjahreszeitraum auf 16,8 Mio. Euro. Dadurch ergab sich eine bereinigte EBITDA-Marge von 9,5 % (+6,1 %-Pkt.). Auf Quartalsicht erreichte das bereinigte EBITDA einen neuen Rekordwert von 35,9 Mio. Euro (27,7 % ggü. dem Vorjahreszeitraum). Die bereinigte EBITDA-Marge belief sich auf starke 41,0 % (+3,0 %-Pkt.). Zu verdanken ist diese deutliche Steigerung der kontinuierlichen Margenverbesserung in beiden Segmenten, einer hohen Kostendisziplin, verstärkten Skaleneffekten und einem stetigen Anstieg der wiederkehrenden Buchungserlöse (31,6 % ggü. dem 9M-Vorjahreszeitraum).

Highlights der Geschäftssegmente:

- **HomeToGo Marktplatz:** Unser B2C-Segment erwirtschaftete im 9M/2024 starke Ergebnisse mit Buchungserlösen in Höhe von 157,1 Mio. Euro (+29,4%) sowie IFRS-Umsatzerlöse in Höhe von 128,1 Mio. Euro (+29,6 %). Im Buchungsgeschäft (Onsite) des Segments wurde im selben Zeitraum ein deutliches Wachstum bei den IFRS-Umsatzerlösen erzielt (+55,6 %). Hierzu trug auch die Integration der Anfang des Jahres erworbenen Unternehmen im Kurzreisesegment bei. Darüber hinaus profitiert das Buchungsgeschäft (Onsite) von einer stetig steigenden Anzahl an Partnern, die sich für HomeToGo-Zahlungslösungen entscheiden. Im Werbegeschäft erhöhten sich die IFRS-Umsatzerlöse im 9M/2024

¹ 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.

leicht um 5,1 % ggü. dem Vorjahreszeitraum und spiegelten damit unsere strategische Ausrichtung auf margenträchtigeren Umsatzbereichen wider.

- Das bereinigte EBITDA des HomeToGo Marktplatzes hat sich in den ersten neun Monaten des Jahres 2024 fast verzehnfacht und stieg um +809,3 % ggü. dem Vorjahreszeitraum auf 6,2 Mio. Euro.
- **HomeToGo_PRO**: Unser B2B-Segment, das Software- und Serviceleistungen für den gesamten Reisemarkt mit besonderem Fokus auf SaaS-Lösungen für Anbieter*innen von Ferienunterkünften umfasst, verzeichnete im 9M/2024 ein starkes Wachstum der Buchungserlöse in Höhe von 33,6% ggü. dem Vorjahreszeitraum auf 60,3 Mio. Euro. Die korrespondierenden IFRS-Umsatzerlöse stiegen für denselben Zeitraum um 19,1 % auf 54,5 Mio. EUR an und trug damit mehr als 30 % zu den gesamten IFRS-Umsatzerlösen der Gruppe bei. Im Subscriptions-Geschäft erhöhten sich die IFRS-Umsatzerlöse im 9M/2024 um 12,5 % ggü. dem Vorjahreszeitraum, im volumenbasierten Geschäft um 22,3 %.
- Das bereinigte EBITDA des HomeToGo_PRO Segments konnte im 9M/2024 mehr als verdoppelt werden und erreichte dank eines Wachstums von 164,3 % ggü. dem Vorjahreszeitraum einen Betrag von 10,6 Mio. Euro.

Liquiditätsentwicklung:

- Zum Ende des Q3/2024 war der Finanzmittelbestand von HomeToGo mit 89,8 Mio. Euro nach wie vor solide. Hauptfaktoren für den leichten Rückgang von 5,9 Mio. Euro ggü. dem Ende des Vorquartals waren ein Anstieg der an Partner weitergeleiteten Reisevorauszahlungen sowie eine Earn-out-Zahlung, die im Zusammenhang mit einem Unternehmenserwerb geleistet wurde.
- Der **Free Cash Flow**² lag im 9M/24 angesichts einer erheblichen Steigerung von 50,2 % ggü. dem Vorjahreszeitraum bei -11,2 Mio. Euro. Diese Entwicklung war insbesondere auf einen höheren Cashflow aus operativer Tätigkeit zurückzuführen. Im Q3/2024 stieg der Free Cash Flow um mehr als 10 Mio. Euro ggü. dem Vorjahreszeitraum und erreicht mit -0,9 Mio. Euro fast den Break-Even.

Aktualisierung der Prognose für das Geschäftsjahr 2024

Basierend auf der Geschäftsentwicklung in den ersten neun Monaten 2024 passt das Unternehmen seine Prognose für die Buchungserlöse nach oben an und erwartet nun mehr als €255 Mio. (>34 % ggü. dem Vorjahreszeitraum; bisherige Prognose: Mehr als €250 Mio. bzw. >30 % ggü. dem Vorjahreszeitraum). Darüber hinaus passt das Unternehmen seine Prognose für die IFRS-Umsatzerlöse leicht nach unten an und erwartet nun einen Wert zwischen €215 Mio. und €220 Mio. (32 % bis 35 % ggü. dem Vorjahreszeitraum; bisherige Prognose: Mehr als €220 Mio. bzw. >35 % ggü. dem Vorjahreszeitraum). Ausschlaggebend hierfür waren eine geringere als erwartete Last-Minute-Nachfrage im nordamerikanischen Werbegeschäft sowie eine gestiegene Stornierungsrate im dritten Quartal 2024. Während HomeToGo seine Profitabilität bereits deutlich steigern konnte, bestehen weiterhin attraktive Möglichkeiten, den Auftragsbestand der Buchungserlöse für das Geschäftsjahr 2025 weiter auszubauen. Daher bestätigt HomeToGo seine Prognose für das bereinigte EBITDA von mehr als €10 Mio. (>400 % Wachstum ggü. dem Vorjahreszeitraum) mit Zuversicht.

² Free Cash Flow ist definiert als Cashflow 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	Q3/2024	Q3/2023	Veränderung	9M/2024	9M/2023	Veränderung
HomeToGo-Gruppe						
Buchungserlöse	62.661	45.333	38,2 %	209.834	160.833	30,5 %
Konsolidierung	-1.739	-1.679	3,6 %	-7.529	-6.687	12,6 %
IFRS-Umsatzerlöse	87.384	73.860	18,3 %	176.716	138.528	27,6 %
Konsolidierung	-3.241	-3.687	-12,1 %	-5.821	-5.994	-2,9 %
Bereinigtes EBITDA	35.864	28.096	27,7 %	16.817	4.688	258,7 %
Bereinigte Einmaleffekte	3.774	1.406	168,4 %	5.216	2.737	90,6 %
Bereinigte EBITDA-Marge	41,0 %	38,0 %	3,0 %-Pkt.	9,5 %	3,4 %	6,1 %-Pkt.
Bruttobuchungswert (GBV)	519.474	401.192	29,5 %	1.734.549	1.445.402	20,0 %
Buchungen	438.548	282.784	55,1 %	1.464.318	975.290	50,1 %
Konsolidierung	-17.320	-16.710	3,7 %	-67.183	-63.429	5,9 %
Periodenergebnis	25.494	21.362	19,3 %	-7.142	-18.720	61,8 %
Free Cash Flow (FCF)	-882	-10.940	91,9 %	-11.225	-22.520	50,2 %
Eigenkapital (Tsd. Euro) ³	286.704	250.121	14,6 %			
Eigenkapitalquote ³	71,1 %	77,2 %	-6,1 %-Pkt.			
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zzgl. anderer hochliquider kurzfristiger finanzieller Vermögenswerte (Tsd. Euro) ^{3,4}	89.771	140.277	-36,0 %			
Mitarbeiter*innen (zum Ende des Berichtszeitraums) ³	828	664	24,7 %			
HomeToGo Marktplatz						
Buchungserlöse	44.466	33.242	33,8 %	157.112	121.388	29,4 %
Buchungsgeschäft (Onsite)	27.415	15.984	71,5 %	94.330	60.517	55,9 %
Werbegeschäft	17.051	17.258	-1,2 %	62.782	60.871	3,1 %
IFRS-Umsatzerlöse	62.827	54.332	15,6 %	128.076	98.802	29,6 %
Buchungsgeschäft (Onsite)	38.775	31.165	24,4 %	74.603	47.942	55,6 %
Werbegeschäft	24.052	23.166	3,8 %	53.473	50.859	5,1 %
Bereinigtes EBITDA	29.652	24.836	19,4 %	6.240	686	809,3 %
Bereinigte EBITDA-Marge	47,2 %	45,7 %	1,5 %-Pkt.	4,9 %	0,7 %	4,2 %-Pkt.
Onsite Take Rate	13,0 %	11,3 %	1,7 %-Pkt.	12,8 %	11,2 %	1,6 %-Pkt.
Auftragsbestand der Buchungserlöse	37.371	29.100	28,4 %			
Buchungen	341.844	239.447	42,8 %	1.213.563	831.943	45,9 %
Buchungsgeschäft (Onsite)	258.843	151.282	71,1 %	844.317	529.911	59,3 %
Werbegeschäft	83.001	88.165	-5,9 %	369.246	302.032	22,3 %
HomeToGo_PRO						
Buchungserlöse	19.933	13.737	45,1 %	60.251	45.108	33,6 %
Subscriptions-Geschäft	5.395	5.251	2,7 %	16.715	14.857	12,5 %
Volumenbasiertes Geschäft	14.538	8.485	71,3 %	43.536	30.251	43,9 %
IFRS-Umsatzerlöse	27.798	23.215	19,7 %	54.461	45.721	19,1 %
Subscriptions-Geschäft	5.400	5.231	3,2 %	16.637	14.788	12,5 %
Volumenbasiertes Geschäft	22.398	17.984	24,5 %	37.824	30.933	22,3 %
Bereinigtes EBITDA	6.212	3.260	90,6 %	10.577	4.002	164,3 %
Bereinigte EBITDA-Marge	22,3 %	14,0 %	8,3 %-Pkt.	19,4 %	8,8 %	10,7 %-Pkt.
Buchungen	114.024	60.047	89,9 %	317.938	206.776	53,8 %
Volumenbasiertes Geschäft	114.024	60.047	89,9 %	317.938	206.776	53,8 %

³ Zum 30. September 2024 bzw. 31. Dezember 2023.

⁴ Zum 30. September 2024 einschließlich 10,1 Mio. Euro an verfügbaren Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten (zum 31. Dezember 2023: 0,5 Mio. Euro).

Inhaltsverzeichnis

Konzern-Zwischenlagebericht

1.1. Informationen über die Gruppe	6
1.2. Ertragslage	7
1.3. Finanzlage	12
1.4. Vermögenslage	13
1.5. Ausblick und Prognose	14

Konzern-Zwischenabschluss

2.1. Konzern-Gesamtergebnisrechnung	16
2.2. Konzernbilanz	17
2.3. Konzern-Kapitalflussrechnung	18

Service

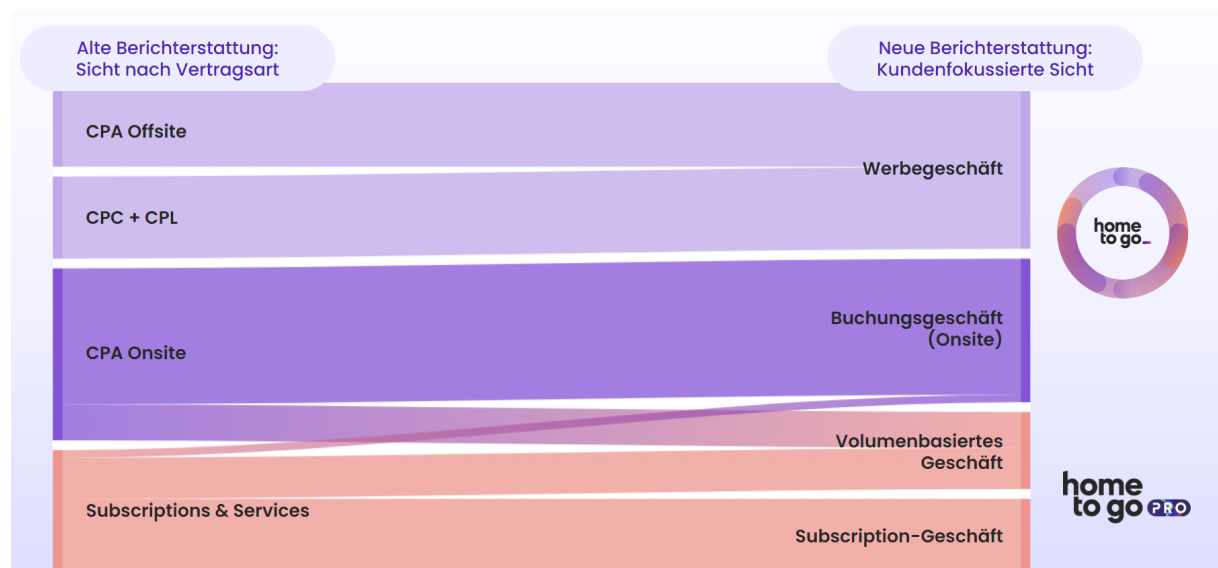
3.1. Glossar	19
3.2. Finanzkalender	22
3.3. Impressum	22

Wirtschaftsbericht

1.1. Informationen über die Gruppe

Die HomeToGo SE (im Folgenden „die Gesellschaft“) ist eine börsennotierte europäische Aktiengesellschaft mit Sitz in Luxemburg. Die HomeToGo SE, Luxemburg ist die Muttergesellschaft der HomeToGo-Gruppe (im Folgenden „HomeToGo“ oder „die Gruppe“). Die im zusammengefassten Lagebericht für das Geschäftsjahr 2023 gemachten Angaben zu Geschäftsmodell, Konzernstruktur, Strategie und Zielen der Gruppe, zu Corporate Governance, Forschung und Entwicklung sowie Nachhaltigkeit in der HomeToGo-Gruppe sind zum Zeitpunkt der Veröffentlichung dieses Zwischenberichts nach wie vor gültig.

HomeToGo hat im Q1/24 seine Berichtstruktur überarbeitet und mit dem HomeToGo Marktplatz und HomeToGo_PRO zwei neue Segmente eingeführt. Auf dem HomeToGo Marktplatz, dem neuen B2C-Segment der Gruppe, bieten Tausende von zuverlässigen Partnern aus aller Welt über 15 Millionen Unterkünfte an. Der Marktplatz bringt die Angebots- und Nachfrageseite des Marktes für Ferienunterkünfte zusammen und wird durch das B2B-Segment HomeToGo_PRO optimal ergänzt. Die nachfolgende Grafik veranschaulicht die Umstellung unserer Berichterstattung, wobei der Fokus auf unseren Umsatzaktivitäten liegt.



Das Marktplatz Segment umfasst die ehemals als CPA Onsite, CPA Offsite und CPC ausgewiesenen Umsatzaktivitäten. Das hier generierte Buchungsgeschäft (Onsite) bezieht sich auf unser Onsite-Produkt und ist daher ein strategischer Kernbereich des neuen Marktplatz Segments. Es wird weiterhin als eigenständiger Umsatzbereich zusammen mit der zugehörigen Steuerungskennzahl – der Onsite Take Rate – ausgewiesen. Im Zuge der neuen Segmentberichterstattung wurden CPA Offsite und CPC im Werbegeschäft zusammengefasst.

Der Fokus von HomeToGo_PRO liegt auf wertsteigernden Services für B2B-Kund*innen. Der Geschäftsbereich bietet innovative Software- und Servicelösungen einschließlich Subscriptions für den gesamten Reisemarkt. Dabei bildet SaaS für die Angebotsseite des Marktes einen besonderen Schwerpunkt. Die primäre Kundengruppe sind Gastgeber*innen, Eigentümer*innen von Unterkünften und Ferienhaus-Vermietungsagenturen, die über HomeToGo_PRO ihre Ferienunterkünfte auf sicheren Buchungsplattformen wie dem HomeToGo Marktplatz verwalten und inserieren können. Das vor allem von unserem SaaS-Unternehmen Smoobu erwirtschaftete Subscriptions-Geschäft wird als eigenständiger Umsatzbereich ausgewiesen. Unter den volumenbasierten Umsatzerlösen werden sämtliche Service-Angebote aus dem volumenbasierten Geschäft zusammengefasst, die HomeToGo den zuvor genannten Kundengruppen

anbietet. In der Vergangenheit wurde das volumenbasierte Geschäft zum einen im Bereich Subscriptions & Services ausgewiesen (sofern es die Aktivitäten von Unternehmen wie SECRA umfasste), zum anderen unter CPA Onsite.

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

Die HomeToGo-Gruppe hat im Q3/2024 insgesamt eine starke Geschäftsentwicklung verzeichnet und damit den anhaltenden makroökonomischen und politischen Herausforderungen sowie dem hartnäckigen Inflationsdruck aufseiten der Verbraucher*innen getrotzt. Der Bruttobuchungswert legte im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 29,5 % bzw. 118,3 Mio. Euro auf 519,5 Mio. Euro zu. Die Buchungserlöse stiegen mit einem Plus von 38,2 % bzw. 17,3 Mio. Euro ggü. dem Vorjahreszeitraum noch deutlicher und lagen zum Ende der Berichtsperiode bei 62,7 Mio. Euro. Impulsgeber dieser soliden Entwicklung war das Buchungsgeschäft (Onsite) in der DACH-Region, dessen außerordentlich starkes Wachstum auch der erstmaligen Konsolidierung der auf inländische Kurzreisen spezialisierten übernommenen Unternehmen zuzuschreiben war. Zusätzlich fiel der Auftragsbestand der Buchungserlöse mit 37,4 Mio. Euro so hoch aus wie noch nie zum Ende eines Q3 (+28,4 % ggü. dem Vorjahreszeitraum). Dies verschafft uns mit Blick auf die Erlöse eine gute Planungssicherheit für den Rest des Jahres und darüber hinaus.

Die IFRS-Umsatzerlöse sind im abgelaufenen Quartal um 13,5 Mio. Euro bzw. 18,3 % ggü. dem Vorjahreszeitraum auf 87,4 Mio. Euro gestiegen, womit wir einen neuen Quartalsrekord aufgestellt haben. Die starke Entwicklung der Buchungserlöse und IFRS-Umsatzerlöse lässt sich durch eine anhaltend hohe Reisenachfrage erklären, die sich insbesondere im Marktsegment der Ferienunterkünfte bemerkbar macht. Dabei wurde ein Großteil des zum Ende des H1/24 ausgewiesenen Auftragsbestands der Buchungserlöse im Q3/2024 realisiert, was auf unser Geschäftsmodell und die zeitversetzte Erfassung von Buchungserlösen und IFRS-Umsatzerlösen zurückzuführen ist. Da Reisende ihren Urlaub in der Regel Monate im Voraus planen, fällt der Auftragsbestand der Buchungserlöse am Ende des Q1 und Q2 am höchsten aus, und während wir die Buchungserlöse intern bereits zum Buchungszeitpunkt erfassen, werden die IFRS-Umsatzerlöse erst zum Zeitpunkt des Check-ins ausgewiesen, das heißt oftmals in der zweiten Jahreshälfte, wenn die meisten Reisenden ihre Reisen antreten.

In der folgenden Tabelle wird die Überleitung des Bruttobuchungswerts über die Take Rate des Buchungsgeschäfts (Onsite) auf die IFRS-Umsatzerlöse dargestellt:

Überleitung des Bruttobuchungswerts (GBV) auf die IFRS-Umsatzerlöse				
(in Tsd. Euro)	Q3/2024	Q3/2023	9M/2024	9M/2023
GBV des Marktplatzes	417.695	322.916	1.425.104	1.239.859
davon GBV aus dem Buchungsgeschäft (Onsite)	211.572	141.386	739.242	540.130
x Take Rate des Buchungsgeschäfts (Onsite) (in %)	13,0 %	11,3 %	12,8 %	11,2 %
Buchungserlöse aus dem Buchungsgeschäft (Onsite)	27.415	15.984	94.330	60.517
Buchungserlöse aus dem Werbegeschäft	17.051	17.258	62.782	60.871
Buchungserlöse HomeToGo_PRO	19.933	13.737	60.251	45.108
Buchungserlöse	62.661	45.333	209.834	160.833
Stornierungen	-9.851	-6.278	-32.118	-24.300
Buchungen mit Check-in-Datum in anderem Berichtszeitraum	34.574	34.805	-1.000	1.996
IFRS-Umsatzerlöse	87.384	73.860	176.716	138.528

Innerhalb des Marktplatz-Segments konnten die Buchungserlöse im Q3/2024 um 33,8 % und die IFRS-Umsatzerlöse um 15,6 % ggü. dem Vorjahreszeitraum gesteigert werden. Die Verbesserungen beruhen zum einen einem soliden organischen Wachstum und zum anderen der erstmaligen Konsolidierung der Anfang Januar akquirierten Gesellschaften Kurz Mal Weg und Kurzurlaub. Dabei verzeichneten sowohl die Buchungserlöse aus dem Buchungsgeschäft (Onsite) als auch die Anzahl der Buchungen im Q3/2024 mit einem Plus von 71,5 % bzw. 55,1 % ggü. dem Vorjahreszeitraum einen kräftigen Anstieg. Ein wesentlicher Umsatztreiber war die Onsite Take Rate im Segment Marktplatz, die in der Berichtsperiode um +1,6 %-Pkt. ggü. dem Vorjahreszeitraum auf 12,8 % zunahm.

Der durchschnittliche Buchungswert pro Buchung verringerte sich im Q3/2024 um -13,0 % ggü. dem Vorjahreszeitraum. Das lag insbesondere an dem Effekt infolge der erstmaligen Konsolidierung der auf thematische Kurzreisen spezialisierten Akquisitionen Kurz Mal Weg und Kurzurlaub, durch die vor allem Buchungen mit kürzerer Aufenthaltsdauer in der DACH-Region hinzukamen. Ohne Berücksichtigung dieses Effekts stieg der durchschnittliche Buchungswert in der DACH-Region auf dem HomeToGo Marktplatz um 10,4%, getrieben durch einem Anstieg der Aufenthaltsdauer (Length of Stay, LOS) als auch höhere Durchschnittspreis (Average Daily Rate, ADR). Diese positive Entwicklung zeigte sich auch im restlichen Europa, wenn auch im geringeren Maße sichtbar. In Nordamerika verringerte sich der Buchungswert pro Buchung aufgrund leicht geringerer LOS und ADR im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Die Stornierungsraten stiegen im Q3/2024 ggü. dem Vorjahreszeitraum.

Das Werbegeschäft im Marktplatz Segment verzeichnete in Q3/2024 nur ein leichtes Wachstum, wobei die IFRS-Umsatzerlöse um 3,8 % gegenüber dem Vorjahreszeitraum stiegen. Dieses moderate Wachstum ist hauptsächlich auf eine schwächere Geschäftsentwicklung im nordamerikanischen Markt zurückzuführen. Zwar bleiben die finanziellen Rahmenbedingungen im US-Markt insgesamt attraktiv, jedoch blieben die Buchungsvolumina im dritten Quartal hinter den Erwartungen zurück, da das Last-Minute-Buchungsgeschäft schwächer ausfiel als erwartet.

Das Segment HomeToGo_PRO führte seinen Wachstumskurs vom Anfang des Jahres konsequent fort und konnte die IFRS-Umsatzerlöse um 19,7 % ggü. dem Vorjahreszeitraum auf 27,8 Mio. Euro steigern. Die Buchungserlöse stiegen sogar um 45,1 % auf 19,9 Mio. Euro, wobei sowohl das Subscriptions-Geschäft als auch das volumenbasierte Geschäft zu dieser positiven Entwicklung beitrugen.

Zugleich konnten wir die Profitabilität weiter ggü. dem Vorjahreszeitraum steigern. So erreichte das bereinigte EBITDA der Gruppe im Q3/2024 ein Allzeithoch von 35,9 Mio. Euro, was einer Steigerung von 27,7 % ggü. dem

Vorjahreszeitraum entspricht. In den ersten neun Monaten des Jahres erzielte das bereinigte EBITDA sogar ein außerordentliches Wachstum von 258,7 % ggü. dem Vorjahreszeitraum und erreichte 16,8 Mio. Euro. Dies geht in erster Linie auf die kontinuierliche Margenverbesserung in beiden Segmenten, eine insgesamt hohe Kostendisziplin, verstärkte Skaleneffekte sowie das deutliche Wachstum der mit der Bestandskundschaft erwirtschafteten Buchungserlöse um 24,5 % im Q3/2024 zurück. Zudem konnte die Marketingeffizienz in Form der damit einhergehenden Marketing- und Vertriebsaufwandsquote auf 38,2 % (9M/2023: 42,1 %) verbessert werden. Dementsprechend verbesserte sich auch die bereinigte EBITDA-Marge der Gruppe im 9M/2024 um +3,0 %-Pkt. ggü. dem Vorjahreszeitraum auf 41,0 %. In der Regel ist die Profitabilität im Q3 eines Geschäftsjahres am höchsten, da das Quartal die Hauptreisezeit im Sommer von Juli bis September beschreibt und der Auftragsbestand der Buchungserlöse überwiegend in diesem Zeitraum als IFRS-Umsatzerlöse erfasst wird.

Im Segment Marktplatz stieg das bereinigte EBITDA im 9M/2024 deutlich um 5,6 Mio. Euro bzw. 809,3 % ggü. dem Vorjahreszeitraum auf 6,2 Mio. Euro. Das Segment HomeToGo_PRO konnte seine Profitabilität im gleichen Zeitraum um beachtliche 164,3 % ggü. dem Vorjahreszeitraum auf 10,6 Mio. Euro mehr als verdoppeln.

Während sich die Saisonalität der IFRS-Umsatzerlöserfassung im Segment Marktplatz deutlich bemerkbar macht (Höchststand der Erlöse im Sommer und Höchststand der Marketingaufwendungen im Winter und Frühjahr), entwickelt sich das bereinigte EBITDA des Segments HomeToGo_PRO im Jahresverlauf relativ stabil. Insbesondere die Erlöse aus dem Subscriptions-Geschäft verlaufen relativ gleichmäßig. Das volumenbasierte Geschäft des Segments dürfte hingegen für kleinere Auf- und Abschwünge sorgen, wobei das Muster der Umsatzrealisierung der des Marktplatzes ähnelt.

Konzern-Gesamtergebnisrechnung:

(in Tsd. Euro)	Q3/2024	Q3/2023	Veränderung	9M/2024	9M/2023	Veränderung
IFRS-Umsatzerlöse	87.383	73.860	18,3 %	176.716	138.528	27,6 %
Umsatzkosten	-1.977	-1.760	-12,3 %	-5.796	-6.884	15,8 %
Bruttoergebnis	85.406	72.099	18,5 %	170.920	131.645	29,8 %
Produktentwicklung und operativer Betrieb	-11.096	-9.718	-14,2 %	-31.177	-25.890	-20,4 %
Marketing und Vertrieb	-34.322	-32.731	-4,9 %	-112.938	-98.873	-14,2 %
Allgemeine Verwaltungsaufwendungen	-14.001	-9.385	-49,2 %	-33.497	-27.295	-22,7 %
Sonstige Aufwendungen	-362	-700	48,3 %	-830	-1.692	50,9 %
Sonstige Erträge	705	358	96,7 %	1.573	1.073	46,6 %
Betriebsergebnis	26.330	19.924	32,1 %	-5.948	-21.032	71,7 %
Finanzerträge	640	1.743	-63,3 %	2.709	2.051	32,0 %
Finanzierungsaufwendungen	-409	-171	138,3 %	-1.604	-561	-186,0 %
Ergebnis vor Steuern	26.561	21.496	23,6 %	-4.844	-19.541	75,2 %
Ertragsteuern	-1.068	-134	-693,9 %	-2.298	821	-379,9 %
Periodenergebnis	25.494	21.362	19,3 %	-7.142	-18.720	61,8 %
Sonstiges Ergebnis	-264	-207	-27,2 %	264	-308	185,7 %
Gesamtergebnis*	25.230	21.154	19,3 %	-6.878	-19.028	63,9 %
Betriebsergebnis	26.330	19.924	32,1 %	-5.948	-21.032	71,7 %
Abschreibungen	2.311	2.468	6,3 %	7.729	9.254	16,5 %
EBITDA	28.641	22.392	27,9 %	1.781	-11.778	115,1 %
Anteilsbasierte Vergütung	3.449	4.297	19,7 %	9.820	13.730	28,5 %
Einmaleffekte	3.774	1.406	168,4 %	5.216	2.737	90,6 %
Bereinigtes EBITDA	35.864	28.096	27,7 %	16.817	4.688	258,8 %
Bereinigte EBITDA-Marge	41,0 %	38,0 %	+3,0 %-Pkt.	9,5 %	3,4 %	+6,1 %-Pkt.

*Die vollständige Konzern-Gesamtergebnisrechnung einschließlich der Ergebniszuweisung an Minderheitsgesellschafter finden Sie unter 2.1. Konzern-Gesamtergebnisrechnung.

Überleitung zum bereinigten EBITDA						
(in Tsd. Euro)	Q3/2024	Q3/2023	Veränderung	9M/2024	9M/2023	Veränderung
Betriebsergebnis	26.330	19.924	32,1 %	-5.948	-21.032	71,7 %
Abschreibungen	2.311	2.468	6,3 %	7.729	9.254	16,5 %
EBITDA	28.641	22.392	27,9 %	1.781	-11.778	115,1 %
Anteilsbasierte Vergütung	3.449	4.297	19,7 %	9.820	13.730	28,5 %
davon:						
Produktentwicklung und operativer Betrieb	1.099	1.361	19,2 %	3.287	4.235	22,4 %
Marketing und Vertrieb	107	193	44,8 %	343	579	40,7 %
Allgemeine Verwaltungsaufwendungen	2.243	2.743	18,2 %	6.190	8.915	30,6 %
Einmaleffekte	3.774	1.406	168,4 %	5.216	2.737	90,6 %
davon:						
Vereinbarungen über leistungsabhängige Zahlungen mit Dienstbedingungen	387	387	0,0 %	1.161	1.161	0,0 %
Fusionen & Übernahmen	2.990	21	k.. A.	3.423	21	k. A.
Sonstige	397	998	60,2 %	631	1.554	59,4 %
Reorganisation & Restrukturierung	397	949	58,2 %	465	1.235	62,3 %
Sonstige	0	49	-100,0 %	166	319	48,0 %
Bereinigtes EBITDA	35.864	28.096	27,7 %	16.817	4.688	258,8 %
Bereinigte EBITDA-Marge	41,0 %	38,0 %	+3 %-Pkt.	9,5 %	3,4 %	+6 %-Pkt.

Die Umsatzkosten stiegen im Q3/2024 um 0,2 Mio. Euro ggü. dem Vorjahreszeitraum auf nunmehr 2,0 Mio. Euro; die Bruttomarge erhöhte sich um 0,2 %-Pkt.⁵. Der leichte Anstieg der Umsatzkosten im Vergleich zum Q3/2023 war auf höhere Aufwendungen bei Abschreibungen für selbst erstellte Software zurückzuführen.

Auch die Aufwendungen für Produktentwicklung und operativen Betrieb zogen im Q3/2023 um 14,2 % ggü. dem Vorjahreszeitraum von 9,7 Mio. Euro auf 11,1 Mio. Euro an. Zuzuschreiben war diese Steigerung höheren personalbezogenen Aufwendungen infolge des durch die jüngsten Akquisitionen erweiterten Konsolidierungskreises. Die Aufwendungen für Produktentwicklung und operativen Betrieb umfassen darüber hinaus Aufwendungen für neue Dienstleistungen für die Angebotsseite. Die entsprechende Aufwandsquote auf Basis der IFRS-Umsatzerlöse stieg im im Q3/24 geringfügig um 0,2 %-Pkt. auf 11,2 %⁶ an.

Die Marketing- und Vertriebsaufwandsquote von 38,2 %⁷ fiel im Q3/2024 3,9 %-Pkt. niedriger aus als im Vorjahreszeitraum. Dabei profitierten wir von einer stetigen Verbesserung unserer Marketingeffizienz. In absoluten Zahlen erhöhten sich die Marketing- und Vertriebsaufwendungen um 1,6 Mio. Euro ggü. dem Vorjahreszeitraum. Dies lässt sich anhand des Anstiegs der Performance-Marketing-Aufwendungen, die primär auf die erworbenen Unternehmen zurückzuführen sind, erklären. Doch auch die höheren personalbezogenen Aufwendungen infolge des erweiterten Konsolidierungskreises im Berichtszeitraum trugen zum Anstieg der Marketing- und Vertriebsaufwendungen bei.

Die allgemeinen Verwaltungsaufwendungen erhöhten sich im Q3/2024 von 9,4 Mio. Euro im Vorjahresquartal auf 14,0 Mio. Euro. Dieser Anstieg in absoluten Zahlen ist auf höhere personalbezogene Aufwendungen infolge des erweiterten Konsolidierungskreises im Berichtszeitraum sowie auf deutlich höhere Beratungsaufwendungen zurückzuführen. Die entsprechende bereinigte Aufwandsquote von Aufwendungen zu IFRS-Umsatzerlösen stieg im Q3/2024 um 1,8 %-Pkt.

⁵ Um Abschreibungen bereinigt.

⁶ Bereinigt um Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütung und Abschreibungen.

⁷ Bereinigt um Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütung und Abschreibungen.

1.3. Finanzlage

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

Verkürzte Kapitalflussrechnung

(in Tsd. Euro)	Q3/2024	Q3/2023	9M/2024	9M/2023
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zu Beginn des Berichtszeitraums	79.022	95.086	108.982	112.050
Cashflow aus operativer Tätigkeit	1.406	-8.326	-3.884	-18.694
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-57	-1.733	-18.458	-4.091
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-1.320	-1.279	-7.580	-3.953
Fremdwährungseffekte	-1.200	1.273	-1.209	-290
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am Ende des Berichtszeitraums⁽¹⁾	77.850	85.022	77.850	85.022
Andere hochliquide kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	11.921	50.650	11.921	50.650
Finanzmittel⁽¹⁾	89.771	135.671	89.771	135.671

(1) Zum 30. September 2024 einschließlich 10,1 Mio. Euro an verfügbungsbeschränkten Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten (zum 31. Dezember 2023: 0,5 Mio. Euro).

Im Q3/2024 erzielte HomeToGo einen positiven Cashflow aus operativer Tätigkeit in Höhe von 1,4 Mio. Euro (Q3/2023: -8,3 Mio. Euro). Diese positive Entwicklung ist zum einen auf höheres Nettoergebnis als im Vorjahreszeitraum zurückzuführen. Zum anderen waren niedrigere Nettozahlungen für Reisevorauszahlungen zu leisten (Mittelabflüsse von 16,6 Mio. Euro im Berichtsquartal ggü. 23,6 Mio. Euro im Q3/23). Die für unser Geschäft typische Saisonalität des Cashflows hat sich insbesondere infolge der zu Beginn des Jahres erfolgten und auf thematische Kurzreisen spezialisierten Akquisitionen verändert. Folglich stieg der Cashflow aus operativer Tätigkeit im 9M/24 deutlich auf -3,9 Mio. Euro (9M/2023: -18,7 Mio. Euro).

Auch der Cashflow aus Investitionstätigkeit verzeichnete im Q3/2024 eine Verbesserung auf -0,1 Mio. Euro (Q3/2023: -1,7 Mio. Euro), was auf gegenläufige Effekte im Berichtsquartal zurückzuführen ist. Die im Q3/2024 erzielten Erlöse aus einer weiteren Veräußerung eines Teils unserer Anlagen in Geldmarktfonds in Höhe von 5,0 Mio. Euro wurden durch Mittelabflüsse im Zusammenhang mit Earn-outs und Einbehalten (in Verbindung mit früheren Erwerben von Tochtergesellschaften) ausgeglichen. Die Mittelabflüsse aus Investitionstätigkeit umfassen auch Zahlungen für selbst erstellte immaterielle Vermögenswerte. Diese dienen Innovationen, die unserer Kundschaft ein benutzerfreundlicheres Buchungserlebnis ermöglichen.

Der Cashflow aus Finanzierungstätigkeit belief sich im Q3/2024 auf -1,3 Mio. Euro (Q3/2024: -1,3 Mio. Euro). Hier spielten Zahlungen für das Aktienrückkaufprogramm der Gruppe sowie für den Tilgungsanteil von Leasingverbindlichkeiten (jeweils in Höhe von -0,3 Mio. Euro) eine wesentliche Rolle. Des Weiteren beinhaltete der Mittelabfluss aus Finanzierungstätigkeit im Berichtsquartal eine Rückzahlung von Fremdkapital in Höhe von -0,7 Mio. Euro.

Alles in allem verringerte sich unser Finanzmittelbestand (bestehend aus Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten sowie anderen kurzfristigen hochliquiden finanziellen Vermögenswerten) im Q3/2024 um -5,9 Mio. Euro, woraus sich zum 30. September 2024 ein Buchwert von 89,8 Mio. Euro ergab. Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstigen Forderungen betragen zum 30. September 2024 39,4 Millionen (zum 31. Dezember 2023 13,5 Millionen), was zu einer höheren erwarteten Auszahlung der Forderungen im vierten Quartal 2024 führt. Der aktuelle Finanzmittelbestand ermöglicht es uns, über den gesamten Zyklus hinweg Investitionen zu tätigen und das Wachstum unseres Geschäfts sowohl auf organischem als auch auf anorganischem Wege flexibel zu finanzieren.

1.4. Vermögenslage

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

(in Tsd. Euro)	30. Sep. 2024		31. Dez. 2024		Veränderung	
Langfristige Vermögenswerte	261.021	65 %	159.862	49 %	+101.159	+63 %
Kurzfristige Vermögenswerte	142.271	35 %	164.091	51 %	-21.820	-13 %
Summe Aktiva	403.291	100 %	323.953	100 %	+79.338	+24 %
Eigenkapital	286.704	71 %	250.121	77 %	+36.583	+15 %
Langfristige Schulden	37.442	9 %	22.346	7 %	+15.096	+68 %
Kurzfristige Schulden	79.146	20 %	51.486	16 %	+27.659	+54 %
Summe Passiva	403.291	100 %	323.953	100 %	+79.338	+24 %

Der Anstieg der langfristigen Vermögenswerte der Gruppe zum Ende von Q3/2024 im Vergleich zum Jahresende 2023 lässt sich hauptsächlich auf den Anstieg der immateriellen Vermögenswerte und dabei insbesondere auf einen deutlichen Anstieg des Geschäfts- oder Firmenwerts aufgrund der jüngsten Akquisitionen zurückführen. Die Kaufpreisallokationen für die Akquisitionen waren zum Zeitpunkt der Berichterstellung noch nicht finalisiert worden, weshalb der bei der erstmaligen Einbeziehung entstandene Unterschiedsbetrag vorläufig vollständig dem Geschäfts- oder Firmenwert zugeordnet wurde. Zudem umfassen die langfristigen finanziellen Vermögenswerte zum Ende des Q3/2024 eine Call-Option auf Anteile von Minderheitsgesellschaftern im Wert von 4,7 Mio. Euro. Sie wurde erstmalig im Rahmen der Akquisition von Kurz Mal Weg und Kurzurlaub Anfang 2024 erfasst.

Die kurzfristigen Vermögenswerte zum 30. September 2024 sind im Vergleich zum 31. Dezember 2023 vor allem gesunken, weil der Finanzmittelbestand der Gruppe infolge der Zahlungen für die Akquisitionen im 9M/2024 von 140,3 Mio. Euro auf 89,8 Mio. Euro zurückging. Der Anstieg der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstigen Forderungen auf 39,4 Mio. EUR zum 30. September 2024 (im Vergleich zu 13,5 Mio. EUR zum 31. Dezember 2023 und 35,5 Mio. EUR zum 30. September 2023) ist auf die Saisonabhängigkeit unseres Geschäfts zurückzuführen. Denn infolge dieser Saisonalität ist der Bestand an offenen Forderungen zum Ende des Q3 (wenn die Hauptreisezeit beendet ist) in der Regel am höchsten.

Die langfristigen Schulden der Gruppe verzeichneten eine Steigerung von 22,3 Mio. Euro zum 31. Dezember 2023 auf 37,4 Mio. Euro zum 30. September 2024. Grund hierfür waren vor allem höhere sonstige finanzielle Verbindlichkeiten (29,6 Mio. Euro zum 30. September 2024 ggü. 12,2 Mio. Euro zum 31. Dezember 2023), die insbesondere im Zusammenhang mit einer aufgeschobenen Kaufpreiszahlung stehen. Diese bezieht sich auf von den Verkäufern von Kurz Mal Weg und Kurzurlaub gewährte Verkäuferdarlehen (per 30. September 2024: 13,4 Mio. Euro).

Die kurzfristigen Schulden stiegen von 51,5 Mio. Euro zum 31. Dezember 2023 auf 79,1 Mio. Euro zum 30. September 2024. Diese Entwicklung war insbesondere einer Zunahme der sonstigen finanziellen Verbindlichkeiten über den Berichtszeitraum zuzuschreiben (28,7 Mio. Euro zum 30. September 2024 ggü. 13,6 Mio. Euro zum 31. Dezember 2023), die sich wiederum vor allem auf höhere Reisevorauszahlungen zurückführen lässt (31. Dezember 2023: 3,9 Mio. Euro; 30. September 2024: 20,0 Mio. Euro). Schließlich nahmen auch die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen zum Ende des 9M/2024 auf 19,0 Mio. Euro zu (31. Dezember 2023: 8,9 Mio. Euro) und trugen damit zu einem Anstieg der kurzfristigen Schulden bei.

Gesamtbeurteilung

Der Vorstand schätzt die Geschäftsentwicklung des 9M/2024 als positiv ein. HomeToGo tätigte Akquisitionen, gewann neue Kund*innen und band bestehende Kund*innen an sich. So konnte die Gruppe ihre Buchungserlöse und IFRS-Umsatzerlöse deutlich steigern und damit das Marktplatz Segment weiter ausbauen. Auch die bereinigte EBITDA-Marge von HomeToGo konnte dank eines effizienteren Marketings, akquisitionsbedingter Profitabilitätssteigerungen und Skaleneffekten im 9M/2024 verbessert werden. Insgesamt hat die HomeToGo-Gruppe ihr Wachstumsziel sowie die anvisierten Margen erreicht und kann damit auf ein gelungenes 9M/2024 zurückblicken.

1.5. Ausblick und Prognose

HomeToGo passt die im März 2024 ausgegebene Prognose für das Gesamtjahr 2024 leicht an. Basierend auf der Geschäftsentwicklung in den ersten neun Monaten 2024 passt das Unternehmen seine Prognose für die Buchungserlöse nach oben an und erwartet nun mehr als €255 Mio. (>34% ggü. dem Vorjahreszeitraum; bisherige Prognose: Mehr als €250 Mio. bzw. >30% ggü. dem Vorjahreszeitraum). Darüber hinaus passt das Unternehmen seine Prognose für die IFRS-Umsatzerlöse leicht nach unten an und erwartet nun einen Wert zwischen €215 Mio. und €220 Mio. (32% bis 35% ggü. dem Vorjahreszeitraum; bisherige Prognose: Mehr als €220 Mio. bzw. >35% ggü. dem Vorjahreszeitraum). Ausschlaggebend hierfür waren eine geringere als erwartete Last-Minute-Nachfrage im nordamerikanischen Werbegeschäft sowie eine gestiegene Stornierungsrate im dritten Quartal 2024. Ferner bestätigt HomeToGo seine Prognose für das bereinigte EBITDA und rechnet weiterhin mit einem Wert von mehr als €10 Mio. (>400% ggü. dem Vorjahreszeitraum).

Ausblick

	Neue Prognose für das Geschäftsjahr 2024	Alte Prognose für das Geschäftsjahr 2024
Buchungserlöse	EUR >255 million	EUR >250 million
Veränderung vs. Vorjahr in %	>34%	>30%
IFRS-Umsatzerlöse	EUR 215 - 220 million	EUR >220 million
Veränderung vs. Vorjahr in %	32% - 35%	>35%
Bereinigtes EBITDA	EUR >10 million	EUR >10 million
Veränderung vs. Vorjahr in %	>400%	>400%

Dieser Ausblick unterstreicht unsere Zuversicht in die Finanz- und Ertragslage von HomeToGo, wenngleich ein genauerer Blick auf die ersten neun Monate des Jahres zeigt, dass die gesamtwirtschaftliche Entwicklung mit einer gewissen Restunsicherheit behaftet ist.

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 Profitabilitätsziele erreichen können. Unterstützend wirkt dabei unsere strategische Ausrichtung auf das B2B-Segment HomeToGo_PRO, mit der wir das Umsatzprofil der Gruppe stabilisieren: Die als SaaS-Erlöse generierten wiederkehrenden Einnahmen werden anteilig über die Vertragslaufzeit erfasst und sind nicht vom Buchungsvolumen abhängig.

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.

Die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage zeigt zum Zeitpunkt der Erstellung der Quartalsmitteilung für das Geschäftsjahr 2024 eine weiterhin insgesamt gute wirtschaftliche Lage der Gruppe.

Luxemburg, den 11. November 2024
Vorstand der HomeToGo SE

Dr. Patrick Andrae
Mitgründer & CEO

Wolfgang Heigl
Mitgründer & CSO

Valentin Gruber
COO

Steffen Schneider
CFO

Verkürzter Konzern-Zwischenabschluss

2.1. Konzern-Gesamtergebnisrechnung

(in Tsd. Euro)	Q3/2024	Q3/2023	9M/2024	9M/2023
IFRS-Umsatzerlöse	87.383	73.860	176.716	138.528
Umsatzkosten	-1.977	-1.760	-5.796	-6.884
Bruttoergebnis	85.406	72.099	170.920	131.645
Produktentwicklung und operativer Betrieb	-11.096	-9.718	-31.177	-25.890
Marketing und Vertrieb	-34.322	-32.731	-112.938	-98.873
Allgemeine Verwaltungsaufwendungen	-14.001	-9.385	-33.497	-27.295
Sonstige Aufwendungen	-362	-700	-830	-1.692
Sonstige Erträge	705	358	1.573	1.073
Betriebsergebnis	26.330	19.924	-5.948	-21.032
Finanzerträge	640	1.743	2.709	2.051
Finanzierungsaufwendungen	-409	-171	-1.604	-561
Finanzergebnis, netto	231	1.572	1.105	1.491
Ergebnis vor Steuern	26.561	21.496	-4.844	-19.541
Ertragsteuern	-1.068	-134	-2.298	821
Periodenergebnis	25.494	21.362	-7.142	-18.720
Sonstiges Ergebnis	-264	-207	264	-308
Gesamtergebnis	25.230	21.154	-6.878	-19.028
Zurechenbares Periodenergebnis:				
Aktionär*innen der HomeToGo SE	23.836	21.362	-10.005	-18.720
Minderheitsgesellschafter	1.658	—	2.863	—
Zurechenbares Gesamtergebnis:				
Aktionär*innen der HomeToGo SE	23.572	21.154	-9.741	-19.028
Minderheitsgesellschafter	1.658	—	2.863	—

2.2. Konzernbilanz

(in Tsd. Euro)	30. Sep. 2024	31. Dez. 2023
Aktiva		
Langfristige Vermögenswerte		
Immaterielle Vermögenswerte	235.669	140.283
Sachanlagen	13.803	13.777
Ertragsteuerforderungen (langfristig)	57	108
Sonstige finanzielle Vermögenswerte (langfristig)	10.863	5.467
Sonstige Vermögenswerte (langfristig)	109	228
Latente Steueransprüche	520	—
Summe langfristiger Vermögenswerte	261.021	159.862
Kurzfristige Vermögenswerte		
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Forderungen (kurzfristig)	39.376	13.515
Ertragsteuerforderungen (kurzfristig)	1.667	1.767
Sonstige finanzielle Vermögenswerte (kurzfristig)	17.935	33.567
Sonstige Vermögenswerte (kurzfristig)	5.442	6.290
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	77.850	108.953
Summe kurzfristiger Vermögenswerte	142.271	164.091
Summe Aktiva	403.291	323.953
Passiva		
Eigenkapital		
Gezeichnetes Kapital	2.441	2.441
Kapitalrücklage	528.228	523.991
Rücklage aus der Währungsumrechnung	-752	-1.015
Rücklage für anteilsbasierte Vergütungen	105.243	96.159
Verlustvortrag	-381.891	-371.456
Summe Eigenkapital	253.270	250.121
Minderheitsgesellschafter	33.434	—
Summe Eigenkapital	286.704	250.121
Fremdkapitalaufnahme (langfristig)	198	1.730
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten (langfristig)	30.197	12.194
Rückstellungen (langfristig)	548	539
Sonstige Verbindlichkeiten (langfristig)	713	1.016
Ertragsteuerverbindlichkeiten (langfristig)	—	106
Latente Steuerschulden	5.787	6.761
Langfristige Schulden	37.442	22.346
Fremdkapitalaufnahme (kurzfristig)	2.457	2.783
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen (kurzfristig)	19.032	8.875
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten (kurzfristig)	28.727	13.550
Rückstellungen (kurzfristig)	3.171	2.338
Sonstige Verbindlichkeiten (kurzfristig)	22.145	20.903
Ertragsteuerverbindlichkeiten (kurzfristig)	3.614	3.037
Kurzfristige Schulden	79.146	51.486
Summe Schulden	116.588	73.833
Summe Passiva	403.291	323.953

2.3. Konzern-Kapitalflussrechnung

(in Tsd. Euro)	Q3/2024	Q3/2023	9M/2024	9M/2023
Ergebnis vor Ertragsteuern	26.561	21.496	-4.844	-19.541
Anpassungen aufgrund von:				
Abschreibungen	2.311	2.468	7.729	9.254
Zahlungsunwirksamer Aufwand für Leistungen an Arbeitnehmer*innen – anteilsbasierte Vergütungen	3.449	4.297	9.820	13.730
Steueraufwand aus der Ausübung der virtuellen Optionen	—	—	-637	-384
Barausgleich an Begünstigte aus dem virtuellen Aktienoptionsprogramm	—	—	-20	-55
Finanzergebnis, netto	-232	-1.572	-1.105	-1.491
Nettoumrechnungsdifferenzen	14	163	-329	301
Veränderung der betrieblichen Vermögenswerte und Verbindlichkeiten				
Zunahme(-)/Abnahme der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstiger Forderungen	-12.951	-10.962	-25.118	-21.201
Zunahme(-)/Abnahme der sonstigen finanziellen Vermögenswerte	-18	-715	-2.646	-415
Zunahme(-)/Abnahme der sonstigen Vermögenswerte	3.374	4.140	7.168	2.221
Zunahme/Abnahme(-) der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstiger Verbindlichkeiten	2.025	91	10.650	1.906
Zunahme/Abnahme(-) der sonstigen finanziellen Verbindlichkeiten	-16.622	-25.169	7.663	-3.892
Zunahme/Abnahme(-) der sonstigen Verbindlichkeiten	-5.323	-2.574	-9.050	1.106
Zunahme/Abnahme(-) der Rückstellungen	140	773	-982	1.000
Cashflow aus operativer Tätigkeit	2.730	-7.563	-1.699	-17.462
Gezahlte Zinsen und sonstige Finanzierungsaufwendungen (-)	247	-660	697	-572
Gezahlte(-)/erhaltene Ertragsteuern	-1.571	-103	-2.882	-660
Cashflow aus operativer Tätigkeit	1.406	-8.326	-3.884	-18.694
Auszahlungen für erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete finanzielle Vermögenswerte	5.000	—	20.000	—
Auszahlungen für den Erwerb von Tochtergesellschaften, abzüglich erworbener Zahlungsmittel	-2.458	—	-31.256	307
Veräußerung/Erwerb (-) von Beteiligungen	-558	—	-558	—
Auszahlungen für Sachanlagen	-85	-127	-252	-208
Auszahlungen für immaterielle Vermögenswerte	-125	-178	-766	-178
Auszahlungen für selbst erstellte immaterielle Vermögenswerte	-1.836	-1.428	-5.629	-4.010
Ein-/Auszahlungen (-) aus der Veräußerung von Sachanlagen	5	—	3	-2
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-57	-1.733	-18.458	-4.091
Rückzahlung von Fremdkapital	-670	-969	-2.342	-3.141
Tilgungsanteile der Leasingzahlungen	-330	-310	-1.006	-811
Auszahlungen für Aktienrückkäufe	-321	—	-4.232	—
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-1.320	-1.279	-7.580	-3.953
Nettozunahme/-abnahme der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	28	-11.338	-29.923	-26.738
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zu Beginn des Berichtszeitraums	79.022	95.086	108.982	112.050
Auswirkungen von Wechselkursänderungen auf Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-1.200	1.273	-1.209	-290
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am Ende des Berichtszeitraums	77.850	85.022	77.850	85.022

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 Subscriptions-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 Subscriptions-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 Cashflow 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 der Reisenden vollständig über eine Website des HomeToGo Marktplatzes getätigt wird. Das Buchungsgeschäft (Onsite) ist weitgehend mit dem ehemaligen CPA-Onsite-Geschäft vergleichbar.

Werbegeschäft

Umsatzerlöse aus dem Werbegeschäft werden mit allen Aktivitäten erwirtschaftet, bei denen der (Buchungs-)Vorgang der Reisenden nicht vollständig über eine Website des HomeToGo Marktplatzes 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 Subscriptions-Geschäft erwirtschaftet werden, wobei diese Dienstleistungen darauf ausgerichtet sind, die direkten Anbieter*innen oder andere Dritte am Markt für Ferienunterkünfte 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“ im Posten „Konsolidierung“ ausgewiesen.

Subscriptions-Geschäft

Umsatzerlöse aus dem Subscriptions-Geschäft werden durch Software-as-a-Service („SaaS“) und Online-Werbedienstleistungen für direkte Anbieter*innen von Ferienunterkünften erwirtschaftet, die diese Services über einen bestimmten Zeitraum in Anspruch nehmen können – unabhängig von der Anzahl der Buchungen. Die Umsatzerlöse werden somit über einen bestimmten Zeitraum erfasst.

Volumenbasiertes Geschäft

Umsatzerlöse aus dem volumenbasierten Geschäft ergeben sich aus verbrauchsabhängigen Nutzungsentgelten für Software und andere Dienstleistungen, die im Wesentlichen mit der Anzahl der Buchungen und den Dienstleistungen für die direkten Anbieter*innen der Ferienunterkünfte oder andere Dritte in Verbindung stehen.

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 Subscriptions-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 dem Berichtszeitraum 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 (Werbegeschäft) 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 100%ige 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 100%ige 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 Reiseziele an, die eine durchgängige Verwaltung und Vermarktung von Ferienunterkünften ermöglicht. Die SECRA Bookings GmbH (Sierksdorf, Deutschland) ist eine unmittelbare 100%ige Tochtergesellschaft der HomeToGo GmbH.

Smoobu

All-in-One-SaaS-Lösung, die Selbstbedienungs-Hosts einfacher mit Partnern verbindet. Die Smoobu GmbH (Berlin, Deutschland) ist eine unmittelbare 100%ige Tochtergesellschaft der HomeToGo GmbH.

3.2. Finanzkalender

Veranstaltung	Termin
Roadshow Luxemburg	13. November 2024
Virtuelle Roadshow Europa	20. November 2024
Deutsches Eigenkapitalforum 2024, Frankfurt/Main	25.–26. November 2024
Geschäftsbericht 2024	27. März 2025

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, CFA
IR@hometogo.com