

home  
to go\_

Quartalsmitteilung

Q3/2021



## Auf einen Blick

- Dank der starken Geschäftsentwicklung in Europa konnten wir erneut ein **Rekordergebnis** erzielen:
  - Wir haben mit 28 Mio. Euro im dritten Quartal 2021 bzw. mehr als 100 Mio. Euro im Neunmonatszeitraum 2021 in beiden Perioden **Buchungserlöse auf Rekordniveau** generiert (Q3/2021: +49 % ggü. Q3/2019 und +10 % ggü. Q3/2020; 9M/2021: +53 % ggü. 9M/2019 und +42 % ggü. 9M/2020).
  - Zudem haben wir **die höchsten Umsatzerlöse nach IFRS in der Historie des Unternehmens** erwirtschaftet. Im dritten Quartal 2021 beliefen sie sich auf 44 Mio. Euro (+40 % ggü. Q3/2019 und +27 % ggü. Q3/2020) und in den ersten neun Monaten 2021 auf 74 Mio. Euro (+23 % ggü. 9M/2019 und +28 % ggü. 9M/2020) und damit über die jeweiligen Gesamtjahreswerte von 2019 und 2020.
  - Auf Basis des starken Ausblicks für das vierte Quartal 2021 wurde die **Umsatzprognose für das Geschäftsjahr 2021** auf 85-90 Mio. Euro **angehoben** (+29-37 % ggü. GJ 2020).
- Einige der wichtigsten Einflussfaktoren für unsere Ertragslage:
  - **Starkes Onsite-Geschäft** (bei dem die gesamte Transaktion – von der Anbahnung bis zur Zahlung – vollständig über die HomeToGo-Webseiten abläuft, ohne dass der Benutzer auf eine Drittwebsite weitergeleitet wird), das sowohl im dritten Quartal 2021 (+224 % ggü. Q3/2019 und +73 % ggü. Q3/2020) als auch in den ersten neun Monaten 2021 (+154 % ggü. 9M/2019 und +96 % ggü. 9M/2020) dank der hohen Dynamik in Nordamerika und Europa erheblich anstieg. Der Anteil der Onsite-Buchungserlöse stieg somit im dritten Quartal 2021 auf 47 % (+24 PP ggü. Q3/2019 und +17 PP ggü. Q3/2020); im Neunmonatszeitraum 2021 lag der Anteil bei 41 % (+16 PP ggü. 9M/2019 und +11 PP ggü. Q3/2020).
  - **Anstieg der Take Rate (Marge auf Bruttobuchungswert)** auf 9,5 % im dritten Quartal 2021 (+53 % ggü. Q3/2019 und +46 % ggü. Q3/2020) bzw. 8,2 % in den ersten neun Monaten 2021 (+33 % ggü. 9M/2019 und +29 % ggü. 9M/2020); hier zeigt sich der höhere Anteil des Onsite-Geschäfts.
- Die Folge ist ein **bereinigtes EBITDA (ohne Einmaleffekte) von über 15 Mio. Euro im dritten Quartal 2021** – 36 % höher als im dritten Quartal 2019 – sowie eine bereinigte **EBITDA-Marge** (ohne Einmaleffekte) von **34,6 %**.
- Geschäftliche Höhepunkte unseres Marktplatzes im dritten Quartal:
  - Q3/2021 war nachfrageseitig das drittstärkste Quartal unserer Geschichte – dazu trugen anhaltender Erfolg im Performance-Marketing sowie bei markenorientierten und organischen Marketinginitiativen wie der 360-Grad-Marken-/Rebranding-Kampagne, die mit Fernseh- und Außenwerbung für die HomeToGo-Marke auf breite Resonanz stieß und die Markenwahrnehmung verstärkte, bei. So konnten wir Nutzer durch unsere Inhalte und CRM Kampagnen überzeugen und erzielten einen neuen Rekord von über 25 Millionen Nutzerkonten für die HomeToGo-Gruppe.
  - Wir haben unsere Position als weltweit größte Plattform für alternative Unterkünfte weiter gefestigt: Anfang Oktober 2021 wurde die Marke von 15 Millionen Angeboten überschritten (bei den letzten 100 aufgenommenen Partnern lag die durchschnittliche Take Rate bei über 13 %).
  - Unser starkes Onsite-Geschäft wird unter anderem unterstützt durch die über 100 ständig parallel laufenden A/B-Tests, durch die wir kontinuierlich neue Funktionen einführen und Verbesserungen an bestehenden Funktionen bereitstellen können. Hierzu zählte der Einsatz neuer Machine Learning Modelle zur Anzeigereihenfolge und Sortierung sowie insbesondere unsere bereits 2018 eingeführte, flexible Suchtechnik (flexible Reisedaten), die inzwischen signifikant mehr Anklang findet als noch vor der Pandemie (Steigerung von 570 % zwischen Q3/2019 und Q3/2021).
- Unseren strategischen Fokus auf Subscriptions & Services behalten wir bei:
  - Auch diese Umsatzerlöse haben wir 2021 deutlich gesteigert. So generierten wir 2,4 Mio. Euro im dritten Quartal 2021 (+158 % ggü. Q3/2019 und +58 % ggü. Q3/2020) bzw. 6,2 Mio. Euro in den ersten neun Monaten 2021 (+116 % ggü. 9M/2019 und +32 % ggü. 9M/2020).
  - Wir erwarben eine 19-Prozent-Beteiligung an SECRA, einem Marketingspezialisten für eTourismus und führenden Dienstleister für die komplette Gastgeberbetreuung (Vermietungslösungen für Ferienwohnungen, Spezialsoftware für Eigentümer, Agenturen und Destinationen).

Kennzahlen (KPIs)	Q3/2019	Q3/2020	Q3/2021	2021 ggü. 2019	2021 ggü. 2020	9M/2019	9M/2020	9M/2021	2021 ggü. 2019	2021 ggü. 2020
<b>Bruttobuchungswert (Tsd. Euro)</b>	<b>285.039,8</b>	<b>383.034,5</b>	<b>289.823,8</b>	1,7 %	-24,3 %	<b>1.015.140,4</b>	<b>1.093.439,9</b>	<b>1.193.823,8</b>	17,6 %	9,2 %
<b>Buchungen (Anzahl)</b>	<b>243.118</b>	<b>279.191</b>	<b>209.614</b>	-13,8 %	-24,9 %	<b>845.462</b>	<b>793.655</b>	<b>788.643</b>	-6,7 %	-0,6 %
CPA Onsite	49.833	101.559	146.450	193,9 %	44,2 %	171.260	241.771	410.105	139,5 %	69,6 %
CPA Offsite	193.285	177.632	63.164	-67,3 %	-64,4 %	674.202	551.884	378.538	-43,9 %	-31,4 %
<b>CPA-Buchungswert pro Buchung (1) (Euro)</b>	<b>746</b>	<b>956</b>	<b>974</b>	30,6 %	1,9 %	<b>805</b>	<b>972</b>	<b>1.241</b>	54,2 %	27,7 %
<b>Take Rate (2)</b>	<b>6,2 %</b>	<b>6,5 %</b>	<b>9,5 %</b>	53,4 %	46,2 %	<b>6,2 %</b>	<b>6,4 %</b>	<b>8,2 %</b>	33,4 %	29,3 %
<b>Buchungserlöse (3) (Tsd. Euro)</b>	<b>18.801,2</b>	<b>25.531,9</b>	<b>27.983,2</b>	48,8 %	9,6 %	<b>65.700,9</b>	<b>70.902,8</b>	<b>100.409,4</b>	52,8 %	41,6 %
CPA Onsite	4.082,7	7.636,2	13.214,9	223,7 %	73,1 %	16.304,6	21.056,1	41.338,0	153,5 %	96,3 %
CPA Offsite	8.177,2	12.336,4	4.914,3	-39,9 %	-60,2 %	29.897,7	35.321,9	37.764,6	26,3 %	6,9 %
CPC + CPL	5.592,2	4.008,0	7.406,4	32,4 %	84,8 %	16.615,5	9.805,3	15.072,0	-9,3 %	53,7 %
Subscriptions & Services	949,1	1.551,2	2.447,7	157,9 %	57,8 %	2.883,1	4.719,5	6.234,8	116,2 %	32,1 %
<b>Onsite-Anteil an Buchungserlösen</b>	<b>22,1 %</b>	<b>29,9 %</b>	<b>46,6 %</b>	+24 PP	+17 PP	<b>24,8 %</b>	<b>29,7 %</b>	<b>41,2 %</b>	+16 PP	+11 PP
<b>Stornierungen (Tsd. Euro)</b>	<b>-1.553,8</b>	<b>-5.595,9</b>	<b>-4.900,9</b>	-215,4 %	12,4 %	<b>-12.749,1</b>	<b>-16.589,6</b>	<b>-21.762,7</b>	-70,7 %	-31,2 %
Stornierungsrate	8,3 %	21,9 %	17,5 %	-9 PP	+4 PP	19,4 %	23,4 %	21,7 %	-2 PP	+2 PP
<b>Umsatzerlöse nach IFRS (4)(6) (Tsd. Euro)</b>	<b>31.165,7</b>	<b>34.305,5</b>	<b>43.600,6</b>	39,9 %	27,1 %	<b>59.905,4</b>	<b>57.360,6</b>	<b>73.632,8</b>	22,9 %	28,4 %
CPA Onsite	9.729,7	9.978,5	19.509,2	100,5 %	95,5 %	15.734,0	12.979,9	24.938,0	58,5 %	92,1 %
CPA Offsite	14.937,3	18.766,2	14.204,0	-4,9 %	-24,3 %	24.823,7	29.897,4	27.391,8	10,3 %	-8,4 %
CPC + CPL	5.549,5	4.009,5	7.439,8	34,1 %	85,9 %	16.464,7	9.763,8	15.068,3	-8,5 %	54,3 %
Subscriptions & Services	949,1	1.551,2	2.448	157,9 %	57,8 %	2.883,1	4.719,5	6.234,8	116,2 %	32,1 %
<b>Ber. EBITDA (5)(6) (Tsd. Euro)</b>	<b>11.122,9</b>	<b>16.964,8</b>	<b>7.006,2</b>	-37,0 %	-58,7 %	<b>-7.593,6</b>	<b>4.577,8</b>	<b>-27.981,5</b>	k.A.	k.A.
Einmaleffekte	-	-312,8	8.082,5	-	k.A.	-	-300,4	11.272,0	-	k.A.
<b>Ber. EBITDA ohne Einmaleffekte</b>	<b>11.122,9</b>	<b>16.651,9</b>	<b>15.088,7</b>	35,7 %	-9,4 %	<b>-7.593,6</b>	<b>4.277,3</b>	<b>-16.646,5</b>	k.A.	k.A.
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente (Tsd. Euro)	-	28.060,5	308.327,8	-	998,8 %	-	28.060,5	308.327,8	-	998,8 %
Eigenkapital (Tsd. Euro)	-	33.428,6	302.140,5	-	803,8 %	-	33.428,6	302.140,5	-	803,8 %
Eigenkapitalquote	-	29,8 %	71,8 %	-	+42 PP	-	29,8 %	71,8 %	-	+42 PP
Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (zum Ende der Periode)	317	295	388	22,4 %	31,5 %	317	295	388	22,4 %	31,5 %

(1) Die CPA-Buchungswert pro Buchung wird definiert als CPA-Bruttobuchungswert pro Buchung vor Stornierungen

(2) Die Take Rate wird definiert als Quotient aus Buchungserlösen und Bruttobuchungswert (ohne Hotels, Feriens, Escapada Rural und Smoobu)

(3) Operative nicht IFRS bestimmte Leistungskennzahlen zur Messung der Performance, die wir als Nettowerk in Euro definieren, der in einem bestimmten Zeitraum durch Transaktionen vor Stornierung auf unserer Plattform (CPA, CPC, CPL usw.) erzielt wird. Buchungserlöse entsprechen nicht den nach IFRS erfassten Umsatzerlösen und sind nicht als deren Alternative oder Ersatz anzusehen.

(4) CPA Umsatzerlöse werden nach IFRS zum Zeitpunkt des Check-in erfasst. Nur diese Kennzahl wird zum Zeitpunkt der Umsatzrealisierung nach IFRS angezeigt (Check-In Datum für Buchungen); alle anderen Kennzahlen richten sich nach dem Leistungs- bzw. Buchungszeitpunkt; die Quartalszahlen sind ungeprüft

(5) Bereinigt um den Aufwand für anteilsbasierte Vergütung

(6) Ungeprüft

## 1. Wirtschaftsbericht

### 1.1 Entwicklung des Bruttobuchungswerts (BBW) und der Buchungserlöse

Die kräftige Erholung der Reisenachfrage vor allem bei Nah- und Inlandszielen, die im zweiten Quartal 2021 verzeichnet worden war, hat sich im dritten Quartal fortgesetzt, nicht zuletzt weil Reisende auf der Suche nach einer Ferienunterkunft verstärkt auf sichere, einfache und flexible Alternativen setzen und damit einem neuen Trend oder „Zeitgeist“ folgen.

Im Zuge dieser langfristigen Entwicklung weisen wir in den ersten neun Monaten 2021 einen Rekord-Bruttobuchungswert aus (+18 % ggü. 9M/2019 und +9 % ggü. 9M/2020) sowie den bislang zweithöchsten Wert eines dritten Quartals (+2 % ggü. Q3/2019 und -24 % ggü. Q3/2020). Während die Zahl der Transaktionen im Neunmonatszeitraum 2021 praktisch unverändert ist, liegt der Buchungswert pro Buchung deutlich über den Vorjahren (+54 % ggü. 9M/2019 und +28 % ggü. 9M/2020), da – auch durch die Verbindung von Arbeit und Urlaub – zwar weniger, dafür aber längere und teurere Urlaube gebucht werden. Dementsprechend liegen die Buchungserlöse in den ersten neun Monaten und im dritten Quartal 2021 auf Rekordniveau (Q3/2021: +49 % ggü. Q3/2019 und +10 % ggü. Q3/2020; 9M/2021: +53 % ggü. 9M/2019 und +42 % ggü. 9M/2020), was vor allem dem stärkeren Ergebnis im Onsite-Geschäft und einer besseren Take Rate geschuldet war.

Die Buchungserlöse im Onsite-Geschäft haben sich im dritten Quartal mehr als verdreifacht und in den ersten neun Monaten 2021 vs 2019 verdoppelt (Q3/2021: +224 % ggü. Q3/2019 und +73 % ggü. Q3/2020; 9M/2021: +154 % ggü. 9M/2019 und +96 % ggü. 9M/2020). Grund hierfür war vor allem die starke Dynamik in allen Regionen, die den Anteil der Buchungserlöse im Onsite-Geschäft im dritten Quartal 2021 auf 47 % steigerte (+24 PP ggü. Q3/2019 und +17 PP ggü. Q3/2020). In den ersten neun Monaten 2021 lag der Anteil bei 41 % (+16 PP ggü. 9M/2019 und +11 PP ggü. 9M/2020).

Darüber hinaus verbesserte sich die Take Rate im dritten Quartal 2021 auf 9,5 % (+53 % ggü. Q3/2019 und +46 % ggü. Q3/2020). In den ersten neun Monaten 2021 stieg sie auf 8,2 % (+33 % ggü. 9M/2019 und +29 % ggü. 9M/2020). Grund hierfür war insbesondere der steigende Anteil des Onsite-Geschäfts, das bessere Margen und höhere Kundenloyalität ermöglicht.

Kennzahlen (KPIs)	Q3/2019	Q3/2020	Q3/2021	2021 ggü. 2019	2021 ggü. 2020	9M/2019	9M/2020	9M/2021	2021 ggü. 2019	2021 ggü. 2020
<b>Bruttobuchungswert (Tsd. Euro)</b>	<b>285.039,8</b>	<b>383.034,5</b>	<b>289.823,8</b>	1,7 %	-24,3 %	<b>1.015.140,4</b>	<b>1.093.439,9</b>	<b>1.193.823,8</b>	17,6 %	9,2 %
Geografische Verteilung: Europa	70,6 %	62,2 %	79,9 %	-	-	70,5 %	66,3 %	61,9 %	-	-
Geografische Verteilung: Nordamerika	26,4 %	35,5 %	19,1 %	-	-	26,4 %	31,5 %	36,9 %	-	-
Geografische Verteilung: Übrige Welt	3,0 %	2,3 %	1,1 %	-	-	3,1 %	2,2 %	1,2 %	-	-
<b>Buchungen (Anzahl)</b>	<b>243.118</b>	<b>279.191</b>	<b>209.614</b>	-13,8 %	-24,9 %	<b>845.462</b>	<b>793.655</b>	<b>788.643</b>	-6,7 %	-0,6 %
CPA Onsite	49.833	101.559	146.450	193,9 %	44,2 %	171.260	241.771	410.105	139,5 %	69,6 %
CPA Offsite	193.285	177.632	63.164	-67,3 %	-64,4 %	674.202	551.884	378.538	-43,9 %	-31,4 %
<b>CPA Buchungswert pro Buchung (1) (Euro)</b>	<b>746</b>	<b>956</b>	<b>974</b>	30,6 %	1,9 %	<b>805</b>	<b>972</b>	<b>1.241</b>	54,2 %	27,7 %
<b>Take Rate (2)</b>	<b>6,2 %</b>	<b>6,5 %</b>	<b>9,5 %</b>	53,4 %	46,2 %	<b>6,2 %</b>	<b>6,4 %</b>	<b>8,2 %</b>	33,4 %	29,3 %
<b>Buchungserlöse (3) (Tsd. Euro)</b>	<b>18.801,2</b>	<b>25.531,9</b>	<b>27.983,2</b>	48,8 %	9,6 %	<b>65.700,9</b>	<b>70.902,8</b>	<b>100.409,4</b>	52,8 %	41,6 %
CPA Onsite	4.082,7	7.636,2	13.214,9	223,7 %	73,1 %	16.304,6	21.056,1	41.338,0	153,5 %	96,3 %
CPA Offsite	8.177,2	12.336,4	4.914,3	-39,9 %	-60,2 %	29.897,7	35.321,9	37.764,6	26,3 %	6,9 %
CPC + CPL	5.592,2	4.008,0	7.406,4	32,4 %	84,8 %	16.615,5	9.805,3	15.072,0	-9,3 %	53,7 %
Subscriptions & Services	949,1	1.551,2	2.447,7	157,9 %	57,8 %	2.883,1	4.719,5	6.234,8	116,2 %	32,1 %
Geografische Verteilung: Europa	73,9 %	63,2 %	84,9 %	-	-	73,6 %	67,8 %	70,1 %	-	-
Geografische Verteilung: Nordamerika	23,8 %	34,5 %	14,3 %	-	-	24,1 %	30,2 %	28,7 %	-	-
Geografische Verteilung: Übrige Welt	2,3 %	2,3 %	0,8 %	-	-	2,2 %	2,1 %	1,2 %	-	-
<b>Onsite-Anteil an Buchungserlösen</b>	<b>22,1 %</b>	<b>29,9 %</b>	<b>46,6 %</b>	+24 PP	+17 PP	<b>24,8 %</b>	<b>29,7 %</b>	<b>41,2 %</b>	+16 PP	+11 PP
DACH	46,7 %	60,8 %	60,5 %	+14 PP	0 PP	51,7 %	59,1 %	68,0 %	+16 PP	+9 PP
Übriges Europa	14,3 %	31,5 %	38,8 %	+25 PP	+7 PP	18,6 %	27,8 %	41,7 %	+23 PP	+14 PP
Nordamerika	1,6 %	3,3 %	21,0 %	+19 PP	+18 PP	1,4 %	2,7 %	9,1 %	+8 PP	+6 PP
Sonstige	1,0 %	1,9 %	7,6 %	+7 PP	+6 PP	1,0 %	1,7 %	3,1 %	+2 PP	+1 PP
<b>Stornierungen (Tsd. Euro)</b>	<b>-1.553,8</b>	<b>-5.595,9</b>	<b>-4.900,9</b>	-215,4 %	12,4 %	<b>-12.749,1</b>	<b>-16.589,6</b>	<b>-21.762,7</b>	-70,7 %	-31,2 %
Stornierungsrate	8,3 %	21,9 %	17,5 %	-9 PP	+4 PP	19,4 %	23,4 %	21,7 %	-2 PP	+2 PP

(1) Die CPA Buchungswert pro Buchung wird definiert als CPA-Bruttobuchungswert pro Buchung vor Stornierungen

(2) Die Take Rate wird definiert als Quotient aus Buchungserlösen und Bruttobuchungswert (ohne Hotels, Feries, Escapada Rural und Smoobu)

(3) Operative nicht IFRS bestimmte Leistungskennzahlen zur Messung der Performance, die wir als Nettowerk in Euro definieren, der in einem bestimmten Zeitraum durch Transaktionen vor Stornierung auf unserer Plattform (CPA, CPC, CPL usw.) erzielt wird. Buchungserlöse entsprechen nicht den nach IFRS erfassten Umsatzerlösen und sind nicht als deren Alternative oder Ersatz anzusehen.

**1.2 Ertragslage**

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung von HomeToGo nach IFRS

in Tsd. Euro	Q3/2020	Q3/2021	Veränderung ggü. Vj.	9M/2020	9M/2021	Veränderung ggü. Vj.
<b>Umsatzerlöse</b>	<b>34.305,5</b>	<b>43.600,6</b>	27,1 %	<b>57.360,6</b>	<b>73.632,8</b>	28,4 %
Umsatzkosten	-762,2	-1.197,2	57,1 %	-2.053,4	-3.028,5	47,5 %
<b>Bruttoergebnis</b>	<b>33.543,3</b>	<b>42.403,3</b>	26,4 %	<b>55.307,2</b>	<b>70.604,4</b>	27,7 %
Produktentwicklung und operativer Betrieb	-3.600,5	-7.161,8	98,9 %	-11.305,6	-15.949,0	41,1 %
Marketing und Vertrieb	-14.818,3	-27.369,4	84,7 %	-42.742,5	-80.725,9	88,9 %
Allgemeine Verwaltungskosten	-2.711,8	-89.416,7	k.A.	-8.264,9	-104.637,5	k.A.
Sonstige Aufwendungen	-72,2	-440,8	k.A.	-365,3	-478,6	31,0 %
Sonstige Erträge	407,7	989,8	142,8 %	874,3	2.131,4	143,8 %
<b>Gewinn/Verlust aus der operativen Geschäftstätigkeit</b>	<b>12.748,3</b>	<b>-80.995,4</b>	k.A.	<b>-6.496,7</b>	<b>-129.055,3</b>	k.A.
Finanzerträge	0,1	2.437,3	k.A.	0,1	2.437,8	k.A.
Finanzaufwendungen	-1.113,6	-23.690,0	k.A.	-4.817,4	-38.211,5	k.A.
<b>Gewinn/Verlust vor Steuern</b>	<b>11.634,7</b>	<b>-102.248,1</b>	k.A.	<b>-11.314,0</b>	<b>-164.829,0</b>	k.A.
Ertragsteuern	127,9	1.635,0	k.A.	741,3	1.756,2	136,9 %
<b>Ergebnis</b>	<b>11.762,6</b>	<b>-100.613,2</b>	k.A.	<b>-10.572,7</b>	<b>-163.072,8</b>	k.A.
<b>Gewinn/Verlust aus der operativen Geschäftstätigkeit</b>	<b>12.748,3</b>	<b>-80.995,4</b>	k.A.	<b>-6.496,7</b>	<b>-129.055,3</b>	k.A.
Abschreibungen	995,0	1.137,9	14,4 %	2.553,2	3.199,7	25,3 %
Aufwand für anteilsbasierte Vergütungsaufwand	3.221,4	86.863,7	k.A.	8.521,3	97.937,1	k.A.
<b>Bereinigtes EBITDA</b>	<b>16.964,8</b>	<b>7.006,2</b>	-58,7 %	<b>4.577,8</b>	<b>-27.918,5</b>	k.A.
Einmaleffekte	-312,8	8.082,5	k.A.	-300,4	11.272,0	k.A.
<b>Bereinigtes EBITDA ohne Einmaleffekte</b>	<b>16.651,9</b>	<b>15.088,7</b>	-9,4 %	<b>4.277,3</b>	<b>-16.646,5</b>	k.A.

Die Umsatzerlöse nach IFRS erhöhten sich im Neunmonatszeitraum 2021 um mehr als 16,3 Mio. Euro auf 73,6 Mio. Euro (+23 % ggü. 9M/2019 und +28 % ggü. 9M/2020) und fielen auch im dritten Quartal 2021 mit 43,6 Mio. Euro stark aus (+12,4 Mio. Euro; +40 % ggü. Q3/2019 und +27 % ggü. Q3/2020). Wir haben somit aufgrund solider Zuwächse bei Onsite-Transaktionen und bei der Take Rate, einer hohen Reisetätigkeit im Sommer und der stärkeren Markenwahrnehmung in beiden Berichtszeiträumen Rekordwerte generiert.

Beim bereinigten EBITDA ohne Einmaleffekte erzielten wir im dritten Quartal 2021 das zweitbeste Ergebnis der Unternehmenshistorie (+36 % ggü. Q3/2019) sowie eine bereinigte EBITDA-Marge (ohne Einmaleffekte) von 34,6 %. Absolut gesehen entspricht dieser Wert unserem Ziel, das Ergebnis des dritten Quartals 2020 in etwa stabil zu halten und gleichzeitig Onsite-Kunden zu akquirieren – und das in einem zunehmend wettbewerbsintensiven Umfeld für Online-Traffic-Akquise.

Die folgende Tabelle fasst die Anpassungen und Einmaleffekte zusammen:

Überleitungsrechnung zum bereinigten EBITDA (Tsd. Euro)	Q3/2020	Q3/2021	9M/2020	9M/2021
<b>Gewinn/Verlust aus der operativen Geschäftstätigkeit</b>	<b>12.748,3</b>	<b>-80.995,4</b>	<b>-6.496,7</b>	<b>-129.055,3</b>
Abschreibungen	995,0	1.137,9	2.553,2	3.199,7
Aufwand für anteilsbasierte Vergütungsaufwand	3.221,4	86.863,7	8.521,3	97.937,1
davon:				
Aufwand für den Börsengang (Ausgabe von Aktien für Kapitalgeber (Sponsoren) sowie öffentlichen Aktien und Optionsscheinen in der De-SPAC-Transaktion)	-	68.828,4	-	68.828,4
Virtuelle Aktienoptionen HTG	3.221,4	18.035,3	8.521,3	29.108,7
davon erfasst in:				
Produktentwicklung und operativer Betrieb	827,0	3.082,4	2.527,0	4.867,2
Marketing und Vertrieb	1.635,1	5.843,1	3.252,5	7.375,1
Allgemeine Verwaltungskosten	759,3	9.109,9	2.741,8	16.866,3
<b>Bereinigtes EBITDA</b>	<b>16.964,8</b>	<b>7.006,2</b>	<b>4.577,8</b>	<b>-27.918,5</b>
Einmaleffekte	-312,8	8.082,5	-300,4	11.272,0
davon:				
Unternehmenszusammenschluss	-	9.593,6	-	12.681,4
Fusionen und Unternehmenskäufe	7,5	109,7	11,7	476,3
Covid-19 bedingte Restrukturierung	17,4	-	25,7	-
Sonstige	-	267,9	-	417,6
Erträge aus Zuwendungen der öffentlichen Hand	-337,8	-155,9	-337,8	-454,7
Nach IFRS kapitalisierte Transaktionskosten	-	-1.732,8	-	-1.848,6
<b>Bereinigtes EBITDA ohne Einmaleffekte</b>	<b>16.651,9</b>	<b>15.088,7</b>	<b>4.277,3</b>	<b>-16.646,5</b>

Der Aufwand aus dem Börsengang (Ausgabe von Aktien für Kapitalgeber (Sponsoren) sowie öffentlichen Aktien und Optionsscheinen aus der De-SPAC-Transaktion) in Höhe von 69 Mio. Euro wurde im Rahmen der De-SPAC-Transaktion in den allgemeinen Verwaltungskosten erfasst. Es handelt sich hierbei um einen einmaligen zahlungsunwirksamen Aufwand, der den positiven Unterschiedsbetrag zwischen dem beizulegenden Zeitwert der von HomeToGo als ausgegeben geltenden Aktien und Optionsscheine und dem beizulegenden Zeitwert des erworbenen identifizierbaren Nettovermögens von Lakestar SPAC I SE darstellt. Weitere Erläuterungen der De-SPAC-Transaktion enthält das Kapitel 1.3 (Auswirkungen der De-SPAC-Transaktion auf die Bilanzierung).

Diese Transaktion führte zudem zu einem einmaligen Aufwand aus dem Unternehmenszusammenschluss in Höhe von 13 Mio. Euro – in erster Linie für Beratungsleistungen und Börsengebühren, die unter den allgemeinen Verwaltungskosten erfasst wurden. Davon waren 1,8 Mio. Euro als Transaktionskosten für die Kapitalerhöhung kapitalisierbar; sie wurden deshalb in der Kapitalrücklage ausgewiesen.

Erträge aus Zuwendungen der öffentlichen Hand für Investitionen in neue Beschäftigungsverhältnisse werden als einmaliger Posten erfasst. Der Ertrag hieraus wird über den erwarteten Zuwendungszeitraum bis zum ersten Quartal 2023 abgegrenzt.

### 1.3 Auswirkungen der De-SPAC-Transaktion auf die Bilanzierung

Nach dem erfolgreichen Unternehmenszusammenschluss mit Lakestar SPAC I SE am 21. September 2021 und der erfolgten Einbringung und dem Tausch von Anteilen der HomeToGo GmbH gegen neue öffentliche Aktien ist die HomeToGo-Gruppe an der Frankfurter Wertpapierbörse börsennotiert. Die HomeToGo SE (vormals Lakestar SPAC I SE) ist seit diesem Zeitpunkt die neue Holdinggesellschaft der HomeToGo-Gruppe.

Die relativ geringfügigen Rückzahlungen an Anteilseignern der Lakestar SPAC I SE führen zum 30. September 2021 zu einer sehr soliden Liquiditätsposition von 308 Mio. Euro und einer starken Eigenkapitalposition von 302 Mio. Euro, welche das Wachstum von HomeToGo vorantreiben werden.

Der Unternehmenszusammenschluss zwischen der HomeToGo GmbH und Lakestar SPAC I SE wurde gemäß IFRS 2 als Kapitalumwandlung bilanziert, da Lakestar SPAC I SE gemäß der Definition in IFRS 3 nicht als Unternehmen zählt. Nach dieser Bilanzierungsmethode gilt Lakestar SPAC I SE im Sinne der Finanzberichterstattung als erworbenes Unternehmen. Die Vergleichszahlen im vorliegenden Abschluss stellen also die Vergleichszahlen der ehemaligen HomeToGo-Gruppe vor der Transaktion dar; die Geschäftsvorfälle der HomeToGo SE- (ehemaligen Lakestar SPAC I SE)-Gruppe werden erst seit dem Vollzugstermin (Closing) am 21. September 2021 ergebniswirksam erfasst.

Dementsprechend wurde die De-SPAC-Transaktion so behandelt, als hätte die HomeToGo GmbH beim Unternehmenszusammenschluss zum Vollzugstermin Anteile ausgegeben, um die Nettovermögenswerte von Lakestar SPAC I SE zu erwerben, was von einer Kapitalumwandlung begleitet wurde. Der positive Unterschiedsbetrag zwischen dem beizulegenden Zeitwert der Anteile der HomeToGo GmbH und dem beizulegenden Zeitwert des erworbenen identifizierbaren Nettovermögens von Lakestar SPAC I SE stellt damit eine Gegenleistung für den Börsengang dar und wurde sofort aufwandswirksam erfasst. Daraus ergibt sich ein zahlungsunwirksamer Aufwand aus dem Börsengang (Ausgabe für Aktien für Kapitalgeber (Sponsoren) sowie öffentliche Aktien und Optionsscheine aus der De-SPAC-Transaktion) in Höhe von 69 Mio. Euro, der unter den allgemeinen Verwaltungskosten erfasst wurde.

Die nachstehende Tabelle veranschaulicht die wesentlichen Effekte der Transaktion in der Gewinn- oder Verlustrechnung:

in Mio. Euro	9M/2021					9M/2021
	HomeToGo (vor der Transaktion)	Wandlung von Wandelanleihen	Hinweis(e)	Auswirkungen des Unternehmenszu- sammenschlus- s	Hinweis(e)	Konsolidiert (nach der Transaktion)
<b>Bruttoergebnis</b>	<b>71</b>	-		-		<b>71</b>
<b>Gewinn/Verlust aus der operativen Geschäftstätigkeit</b>	<b>-50</b>	-		<b>-79</b>	(b)(c)	<b>-129</b>
Finanzergebnis, netto	-3	-33	(a)	-		-36
<b>Gewinn/Verlust vor Steuern</b>	<b>-53</b>	<b>-33</b>		<b>-79</b>		<b>-165</b>
Ertragsteuern	2	-		-		2
<b>Periodenergebnis</b>	<b>-51</b>	<b>-33</b>		<b>-79</b>		<b>-163</b>

a) Wandlung der ausstehenden Wandelanleihen der HomeToGo GmbH

b) Aufwand für den Börsengang in Höhe von 69 Mio. Euro aus dem positiven Unterschiedsbetrag zwischen dem beizulegenden Zeitwert der Aktien für Kapitalgeber (Sponsoren) sowie öffentlichen Aktien und Optionsscheinen, die als von der HomeToGo GmbH ausgegeben gelten, und dem beizulegenden Zeitwert des erworbenen identifizierbaren Nettovermögens von Lakestar SPAC I SE.

c) Nicht abzugsfähige Transaktionskosten im Zusammenhang mit dem Unternehmenszusammenschluss in Höhe von 10 Mio. Euro.

Des Weiteren hatten folgende maßgeblichen Ereignisse im Zusammenhang mit der De-SPAC-Transaktion wesentliche bilanzielle Auswirkungen:

- Vor der De-SPAC-Transaktion wurden unsere Wandelanleihen vollständig in Eigenkapital gewandelt, was zu einer Eigenkapitalerhöhung von 146 Mio. Euro geführt hat.
- Wir vereinnahmten Erlöse von insgesamt 250 Mio. Euro, davon 175 Mio. Euro aus Barmitteln der Lakestar SPAC I SE und insgesamt 75 Mio. Euro aus zusätzlichen Zeichnungsvereinbarungen mit Investoren im Rahmen einer außerbörslichen Kapitalerhöhung (PIPE-Transaktion).
- Die Inhaber virtueller Aktienoptionen von HomeToGo übten zum Vollzugstermin ihre Optionen aus, da die De-SPAC-Transaktion ein Ausübungsereignis darstellte. Der Ausgleich erfolgte und erfolgt zu 50 % über neue börsennotierte Aktien der HomeToGo SE und zu 50 % als Barausgleich für Steuerverbindlichkeiten und Sozialabgaben.

Die Auswirkungen dieser Ereignisse veranschaulicht die nachstehende Tabelle:

in Mio. Euro	30. September 2021					30. September 2021
	HomeToGo (vor der Transaktion)	Wandlung von Wandeldarlehen	Hinweis(e)	Auswirkungen des Unternehmenszusammenschlusses	Hinweis(e)	Konsolidiert (nach der Transaktion)
<b>Aktiva</b>						
Summe langfristiger Vermögenswerte	88	-		-		88
Summe kurzfristiger Vermögenswerte	81	-		252	(b)	333
<b>Summe der Vermögenswerte</b>	<b>169</b>	<b>-</b>		<b>252</b>		<b>421</b>
<b>Passiva</b>						
Langfristige Schulden	174	-146	(a)	-		28
Kurzfristige Schulden	38	-		53	(c)	91
<b>Summe der Schulden</b>	<b>212</b>	<b>-146</b>		<b>53</b>		<b>119</b>
<b>Nettovermögen (Eigenkapital)</b>	<b>-43</b>	<b>146</b>		<b>199</b>		<b>302</b>

a) Wandlung der ausstehenden Wandelanleihen der HomeToGo GmbH

b) 175 Mio. Euro aus Barmitteln der Lakestar SPAC I SE, 75 Mio. Euro aus PIPE-Finanzierungen sowie 2 Mio. Euro Kapitalgeberbeiträge

c) Einschließlich des restlichen Anspruchs auf Barausgleich der Berechtigten aus virtuellen Optionsprogrammen von HomeToGo in Höhe von 42 Mio. Euro und ausstehenden Rückzahlungsverbindlichkeiten in Höhe von 7 Mio. Euro und Kapitalgeberbeiträgen (Sponsoren) von 2 Mio. Euro



## 1.4 Ausblick

Angesichts der weltweit steigenden Impfquoten sind wir zuversichtlich, den Schwung einer steigenden Reisenachfrage bis weit ins Jahr 2022 mitnehmen zu können. Zwar sind Form und Dauer der Erholung in der Reisebranche immer noch unsicher, doch einigen Marktexperten zufolge könnte das Niveau von 2019 schon bald erreicht werden und sich der Markt 2022 vollständig erholt haben. So schrieb der [Economist](#) jüngst: „Inlandsreisen in großen Ländern haben sich bereits erholt – Amerika nähert sich dem Niveau vor COVID-19 [...] die regionale Reisetätigkeit zieht an. Die IATA geht davon aus, dass Europa 2022 fast vier Fünftel des Vorkrisenniveaus erreichen könnte.“ Weiter: „Die Verbreitung von Immunität und Behandlungsmöglichkeiten könnte bis Mitte 2022 ein Niveau erreichen, dass die Fallzahlen senkt und das Risiko neuer Virusvarianten reduziert. Zu diesem Zeitpunkt wird das Virus in vielen Ländern endemisch sein.“

Seitdem immer mehr Menschen mobiles und flexibles Arbeiten für sich entdeckt haben, erfreuen sich Ferienhäuser und -wohnungen zunehmender Beliebtheit um Arbeit und Urlaub zu verbinden (Stichwort „Workation“). Denn statt in überfüllten Hotels arbeiten viele Reisende lieber in einer Unterkunft, die sich anfühlt wie ein zweites Zuhause. Zudem ermuntern zahlreiche Länder ihre Bürger, Ferien im eigenen Land zu machen, und lösen so einen Boom (nachhaltiger) Reisen im Inland aus. Diese strukturellen Trends wirken sich langfristig positiv auf das Segment alternativer Unterkünfte aus – insbesondere für Ferienhäuser und -wohnungen im ländlichen Raum, die bei HomeToGo besonders stark vertreten sind.

Wir werden auch weiterhin in unsere globale Expansion sowie in unsere technologische Infrastruktur und Lösungen investieren, besonders im Hinblick auf unser boomendes Onsite-Geschäft und den Ausbau unseres Angebots im Bereich Subscriptions & Services. So können wir in Zukunft noch mehr technologische Lösungen anbieten, die dem gesamten Ökosystem alternativer Unterkünfte helfen, noch erfolgreicher zu werden.

Angesichts der Wachstumsstärke im Onsite-Geschäft und der starken Nachfrageprognose für das vierte Quartal 2021 (die laufenden Buchungserlöse liegen im Oktober und November deutlich über dem Niveau von 2019 und 2020) haben wir unsere Umsatzprognose für das Geschäftsjahr auf 85-90 Mio. Euro angehoben (+29-37 % ggü. GJ 2020).

Dank einer schnelleren Verlagerung zum Onsite-Geschäft als ursprünglich erwartet, gehen wir von einer Take Rate für das Geschäftsjahr 2021 von über 7,2 % sowie einem niedrigeren Wachstum des Bruttobuchungswert für 2021 als ursprünglich prognostiziert aus. Ungeachtet der starken Prognose für das vierte Quartal 2021 und angesichts der bestehenden Unsicherheit im Hinblick auf die Pandemie behalten wir die bestehende Prognose für Erlöse und Take Rate in den Geschäftsjahren 2022 und 2023 bei und erweitern die Bandbreite für das BBW-Wachstum im Geschäftsjahr 2022 auf 1,8-2,2 Mrd. Euro (vorher 2,0-2,2 Mrd. Euro).

Der Vorstand

Dr. Patrick Andrae, Wolfgang Heigl, Valentin Gruber, Steffen Schneider

## 2. Ausgewählte Finanzdaten

### 2.1 Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung und sonstiges Ergebnis

in Tsd. Euro	Q3/2020	Q3/2021	Veränderung ggü. Vj.	9M/2020	9M/2021	Veränderung ggü. Vj.
<b>Umsatzerlöse</b>	<b>34.305,5</b>	<b>43.600,6</b>	27,1 %	<b>57.360,6</b>	<b>73.632,8</b>	28,4 %
Umsatzkosten	-762,2	-1.197,2	57,1 %	-2.053,4	-3.028,5	47,5 %
<b>Bruttoergebnis</b>	<b>33.543,3</b>	<b>42.403,3</b>	26,4 %	<b>55.307,2</b>	<b>70.604,4</b>	27,7 %
Produktentwicklung und operativer Betrieb	-3.600,5	-7.161,8	98,9 %	-11.305,6	-15.949,0	41,1 %
Marketing und Vertrieb	-14.818,3	-27.369,4	84,7 %	-42.742,5	-80.725,9	88,9 %
Allgemeine Verwaltungskosten	-2.711,8	-89.416,7	k.A.	-8.264,9	-104.637,5	k.A.
Sonstige Aufwendungen	-72,2	-440,8	k.A.	-365,3	-478,6	31,0 %
Sonstige Erträge	407,7	989,8	142,8 %	874,3	2.131,4	143,8 %
<b>Gewinn/Verlust aus der operativen Geschäftstätigkeit</b>	<b>12.748,3</b>	<b>-80.995,4</b>	k.A.	<b>-6.496,7</b>	<b>-129.055,3</b>	k.A.
Finanzerträge	0,1	2.437,3	k.A.	0,1	2.437,8	k.A.
Finanzaufwendungen	-1.113,6	-23.690,0	k.A.	-4.817,4	-38.211,5	k.A.
<b>Gewinn/Verlust vor Steuern</b>	<b>11.634,7</b>	<b>-102.248,1</b>	k.A.	<b>-11.314,0</b>	<b>-164.829,0</b>	k.A.
Ertragsteuern	127,9	1.635,0	k.A.	741,3	1.756,2	136,9 %
<b>Ergebnis</b>	<b>11.762,6</b>	<b>-100.613,2</b>	k.A.	<b>-10.572,7</b>	<b>-163.072,8</b>	k.A.
<b>Gewinn/Verlust aus der operativen Geschäftstätigkeit</b>	<b>12.748,3</b>	<b>-80.995,4</b>	k.A.	<b>-6.496,7</b>	<b>-129.055,3</b>	k.A.
Abschreibungen	995,0	1.137,9	14,4 %	2.553,2	3.199,7	25,3 %
Aufwendungen für anteilsbasierter Vergütungsaufwand	3.221,4	86.863,7	k.A.	8.521,3	97.937,1	k.A.
<b>Bereinigtes EBITDA</b>	<b>16.964,8</b>	<b>7.006,2</b>	-58,7 %	<b>4.577,8</b>	<b>-27.918,5</b>	k.A.
Einmaleffekte	-312,8	8.082,5	k.A.	-300,4	11.272,0	k.A.
<b>Bereinigtes EBITDA ohne Einmaleffekte</b>	<b>16.651,9</b>	<b>15.088,7</b>	-9,4 %	<b>4.277,3</b>	<b>-16.646,5</b>	k.A.

## 2.2 Konzernbilanz

<b>Aktiva</b>		
in Tsd. Euro	<b>31. Dez. 2020</b>	<b>30. Sept. 2021</b>
Immaterielle Vermögenswerte	41.570,0	65.913,7
Sachanlagen	16.413,2	15.427,7
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Forderungen (langfristig)	1.414,4	1.414,4
Ertragsteuerforderungen (langfristig)	34,1	78,9
Sonstige finanzielle Vermögenswerte (langfristig)	1.484,7	4.773,5
Sonstige Vermögenswerte (langfristig)	67,6	197,3
<b>Langfristige Vermögenswerte</b>	<b>60.984,0</b>	<b>87.805,6</b>
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Forderungen (kurzfristig)	5.647,5	21.323,2
Ertragsteuerforderungen (kurzfristig)	139,1	79,0
Sonstige finanzielle Vermögenswerte (kurzfristig)	549,3	1.945,5
Sonstige Vermögenswerte (kurzfristig)	1.246,0	1.344,7
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	36.236,9	308.327,8
<b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>	<b>43.818,9</b>	<b>333.020,1</b>
<b>Summe Aktiva</b>	<b>104.802,8</b>	<b>420.825,7</b>
<b>Passiva</b>		
in Tsd. Euro	<b>31. Dez. 2020</b>	<b>30. Sept. 2021</b>
Gezeichnetes Kapital	93,2	2.441,1
Kapitalrücklage	113.279,9	510.572,0
Gewinnrücklagen	-112.655,6	-275.728,4
Rücklage für anteilsbasierte Vergütungen	22.147,5	64.855,9
<b>Eigenkapital</b>	<b>22.865,0</b>	<b>302.140,5</b>
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Verbindlichkeiten (langfristig)	-	3,2
Wandelanleihen (langfristig)	33.131,7	-
Fremdkapitalaufnahme (langfristig)	3.557,4	10.878,4
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten (langfristig)	26.139,2	13.544,4
Rückstellungen (langfristig)	557,9	441,0
Sonstige Verbindlichkeiten (langfristig)	1.105,3	838,9
Ertragsteuerverbindlichkeiten (langfristig)	17,3	0,0
Latente Steuerschulden	2.235,8	2.036,9
<b>Langfristige Schulden</b>	<b>66.744,6</b>	<b>27.742,8</b>
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Verbindlichkeiten (kurzfristig)	4.233,4	15.742,7
Fremdkapitalaufnahme (kurzfristig)	2.113,7	2.575,7
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten (kurzfristig)	1.574,3	19.741,8
Rückstellungen (kurzfristig)	1.099,8	1.259,5
Sonstige Verbindlichkeiten (kurzfristig)	6.156,4	51.599,7
Ertragsteuerverbindlichkeiten (kurzfristig)	15,6	23,1
<b>Kurzfristige Schulden</b>	<b>15.193,2</b>	<b>90.942,5</b>
<b>Summe Schulden</b>	<b>81.937,8</b>	<b>118.685,2</b>
<b>Summe Passiva</b>	<b>104.802,8</b>	<b>420.825,7</b>

Unsere Eigenkapitalposition zum 30. September 2021 hat sich im Vergleich zum 31. Dezember 2020 durch die De-SPAC-Transaktion deutlich verbessert. Nachdem im ersten Halbjahr 2021 zusätzliche Wandelanleihen im Gesamtnennwert von 66 Mio. Euro ausgereicht worden waren, wurden diese vor der De-SPAC-Transaktion vollständig in Eigenkapital umgewandelt und erhöhten dieses somit um 146 Mio. Euro. Die Ausgabe neuer öffentlicher Aktien führte zu einer weiteren Kapitalerhöhung von 311 Mio. Euro. Zum 30. September 2021 beträgt unser Eigenkapital 302 Mio. Euro. Das entspricht einer Eigenkapitalquote von 72 %.

Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente erhöhten sich zum 30. September 2021 infolge zusätzlich vereinnahmter Erlöse von insgesamt 250 Mio. Euro deutlich.

Der Buchwert der kurzfristigen Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstigen Forderungen war deutlich höher als zum 31. Dezember 2020, was vor allem auf saisonal bedingte Reismuster mit einem üblichen Jahresspitzenwert im dritten Quartal zurückzuführen ist. HomeToGo hat einen durchsetzbaren Anspruch auf die Gegenleistung (d. h. die Vermittlungsprovision), sobald Reisende an ihrem Urlaubsziel eingeklickt haben. Das führt letztlich zur Abgrenzung von Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, während die Zahlungen unserer größeren Partner an HomeToGo für Buchungen in der Sommersaison regelmäßig erst im vierten Quartal fällig werden.

Der signifikante Anstieg der kurzfristigen Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstigen Verbindlichkeiten gegenüber dem 31. Dezember 2020 war auf Abgrenzungen von 9 Mio. Euro für transaktionsbezogene Kosten zurückzuführen, die zum 30. September 2021 noch offen waren.

Im Zuge des ausstehenden Barausgleichs von 42 Mio. Euro an die Berechtigten der virtuellen Aktienoptionen zum Ausgleich von Steuern und Sozialabgaben nach der De-SPAC-Transaktion (die ein Ausübungsereignis darstellte), stiegen die sonstigen kurzfristigen Verbindlichkeiten im Vergleich zum Jahresende 2020 deutlich an. Sonstige kurzfristige finanzielle Verbindlichkeiten zum 30. September 2021 enthalten im Wesentlichen Verbindlichkeiten aus Unternehmenskäufen in Höhe von 9 Mio. Euro und Rückzahlung an ehemalige Anteilseigner der Lakestar SPAC I SE in Höhe von 7 Mio. Euro.

Der Buchwert der immateriellen Vermögenswerte hat sich zum 30. September 2021 gegenüber dem 31. Dezember 2020 deutlich erhöht. Zurückzuführen war dies auf die Übernahme der Smoobu GmbH, einem Anbieter von Softwarelösungen für die Verwaltung von Ferienwohnungen mit Sitz in Berlin. Im Zuge des Erwerbs wurden ein zusätzlicher Geschäfts- oder Firmenwert von 15 Mio. Euro und sonstige immaterielle Vermögenswerte in Höhe von 7 Mio. Euro erfasst.

Die börsennotierten Optionsscheine und die den Kapitalgebern zustehenden Optionsscheine verbriefen das Recht, nicht aber die Verpflichtung, neue öffentliche Aktien von HomeToGo SE zu einem bestimmten Zeitraum zu einem festen oder bestimmbar Preis nach Maßgabe der Optionsscheinbedingungen zu erwerben. In der vorliegenden Mitteilung wurden diese Finanzinstrumente als Eigenkapitalinstrumente im Sinne von IFRS 2 berücksichtigt, weil sie unmittelbar zum Zeitpunkt des Vertrags über den Unternehmenszusammenschluss ausübbar wurden und die Ausübung innerhalb von 30 Tagen nach Vollzug des Unternehmenszusammenschlusses möglich wurde. Somit wurden diese Finanzinstrumente zum Zeitpunkt der ersten Ausübungsmöglichkeit als Eigenkapitalinstrumente im Sinne von IFRS 2 bilanziert. Die Bestimmungen zur Klassifizierung in Schulden und Eigenkapital im Sinne von IAS 32 wurden nicht angewendet. Der Vorstand ist sich allerdings bewusst, dass diese börsennotierten Optionsscheine und Kapitalgeber (Sponsoren)-Optionsscheine in anderen Rechtsordnungen nach Vollzug des Unternehmenszusammenschlusses als Schulden im Sinne von IAS 32 bilanziert werden und folglich ergebniswirksamen Marktwertanpassungen unterliegen.

## 2.3 Konzernkapitalflussrechnung

Die Liquiditäts- und Finanzlage von HomeToGo wird in der folgenden Kapitalflussrechnung dargestellt:

in Tsd. Euro	30. September 2020	30. September 2021
<b>Gewinn/Verlust vor Ertragsteuern</b>	<b>-11.314,0</b>	<b>-164.829,0</b>
<b>Anpassungen aufgrund von:</b>	-	-
Abschreibungen	2.553,2	3.199,7
Zahlungsunwirksamer Aufwand aus Leistungen an Arbeitnehmer – anteilsbasierte Vergütungen	8.521,3	89.403,4
Finanzierungskosten, netto	4.817,3	35.773,7
Nettowährungsumrechnungsdifferenzen	-478,3	-494,7
<b>Veränderung der betrieblichen Vermögenswerte und Verbindlichkeiten</b>		
Zunahme()/Abnahme der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstigen Forderungen	-17.948,9	-15.427,8
Zunahme()/Abnahme der sonstigen finanziellen Vermögenswerte	391,4	-4.628,3
Zunahme()/Abnahme der sonstigen Vermögenswerte	-568,1	-72,3
Zunahme/Abnahme() der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstigen Verbindlichkeiten	-1.673,0	10.093,2
Zunahme/Abnahme() der sonstigen finanziellen Verbindlichkeiten	-1.951,3	2.185,5
Zunahme/Abnahme() der sonstigen Verbindlichkeiten	-6.087,8	5.921,8
Zunahme/Abnahme() der Rückstellungen	119,7	34,6
<b>Mittelzufluss aus der operativen Geschäftstätigkeit</b>	<b>-23.618,6</b>	<b>-38.840,3</b>
Gezahlte Zinsen und sonstige Finanzierungskosten (-)	-361,8	-654,7
Gezahlte/erhaltene Ertragsteuern	-133,9	13,2
<b>Nettomittelabfluss aus operativer Geschäftstätigkeit</b>	<b>-24.114,4</b>	<b>-39.481,8</b>
Auszahlungen für den Erwerb von Tochterunternehmen, abzüglich erworbener Nettozahlungsmittel	-	-13.235,0
Auszahlungen für Sachanlagen	-33,6	-181,8
Auszahlungen für selbst erstellte immaterielle Vermögenswerte	-949,5	-1.176,7
Auszahlungen für finanzielle Vermögenswerte zu fortgeführten Anschaffungskosten	-	4,9
Einzahlungen aus der Veräußerung von Sachanlagen	-	1,8
<b>Nettomittelabfluss aus Investitionstätigkeit</b>	<b>-983,0</b>	<b>-14.586,8</b>
Einzahlungen aus Fremdkapitalaufnahmen und Wandeldarlehen	43.511,9	76.174,6
Erlöse aus der Kapitalumwandlung (nach Rückzahlungen)	-	178.474,1
Erlöse aus der PIPE-Finanzierung	-	75.000,0
Transaktionskosten	-	-1.818,0
Rückzahlung von Kreditaufnahmen und Wandelanleihen (einschließlich Zinsen)	-1.125,0	-1.612,8
Tilgungsanteile der Leasingzahlungen	-540,6	-956,6
<b>Nettomittelzufluss aus Finanzierungstätigkeit</b>	<b>41.846,3</b>	<b>325.261,3</b>
<b>Nettozunahme/-abnahme der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente</b>	<b>16.748,9</b>	<b>271.192,6</b>
<b>Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zu Beginn des Berichtszeitraums</b>	<b>10.972,2</b>	<b>36.236,9</b>
Auswirkungen von Wechselkursänderungen auf Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	339,4	898,3
<b>Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am Ende des Berichtszeitraums</b>	<b>28.060,5</b>	<b>308.327,8</b>

## 2.4 Eigenkapitalveränderungsrechnung

in Tsd. Euro	Anhang	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Gewinnrücklagen	Sonstige Rücklagen	Summe Eigenkapital
<b>Stand: 1. Jan. 2020</b>		<b>93,2</b>	<b>113.279,9</b>	<b>-88.852,1</b>	<b>10.959,0</b>	<b>35.480,0</b>
Ergebnis für das Geschäftsjahr		-	-	-10.572,7	-	-10.572,7
Sonstiges Ergebnis		-	-	-	-	-
<b>Gesamtergebnis für das Geschäftsjahr</b>		<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-10.572,7</b>	<b>-</b>	<b>-10.572,7</b>
Rücklage für anteilsbasierte Vergütung – Wert der Leistungen an Arbeitnehmer		-	-	-	8.521,3	8.521,3
Sonstige Effekte		-	-	-	-	-
<b>Stand: 30. Sept. 2020</b>		<b>93,2</b>	<b>113.279,9</b>	<b>-99.423,8</b>	<b>19.480,3</b>	<b>33.428,6</b>
<b>Stand: 1. Jan. 2021</b>		<b>93,2</b>	<b>113.279,9</b>	<b>-112.655,6</b>	<b>22.147,5</b>	<b>22.865,0</b>
Ergebnis für das Geschäftsjahr		-	-	-163.072,8	-	-163.072,8
Sonstiges Ergebnis		-	-	-	-	-
<b>Gesamtergebnis für das Geschäftsjahr</b>		<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-163.072,8</b>	<b>-</b>	<b>-163.072,8</b>
Wandlung von Wandelanleihen		18,4	146.258,7	-	-	146.277,1
Realisierung von Earn-outs		1,3	515,4	-	-515,4	1,3
Kapitalumwandlung		1.438,3	-1.438,3	-	-	-
Im Rahmen der Kapitalumwandlung ausgegebene Aktien, ohne Rückzahlungen		665,0	166.225,0	-	68.828,4	235.718,4
Anteilsausgabe für PIPE-Finanzierung		144,0	74.856,0	-	-	75.000,0
Transaktionskosten		-	-1.818,0	-	-	-1.818,0
Rücklage für anteilsbasierte Vergütung		80,8	12.693,3	-	-25.604,7	-12.830,6
Sonstige Effekte		-	-	(0,0)	-	(0,0)
<b>Stand: 30. Sept. 2021</b>		<b>2.441,1</b>	<b>510.572,0</b>	<b>-275.728,4</b>	<b>64.855,9</b>	<b>302.140,5</b>

## 3. Services

### 3.1 Finanzkalender

Ereignis	Datum
Q3/2021: Finanzergebnisse und Telefonkonferenz	16. Nov. 2021
Morgan Stanley European TMT Conference	17. Nov. – 18. Nov. 2021
Deutsche Börse AG: Deutsches Eigenkapitalforum 2021	24. Nov. 2021
Credit Suisse 25th Annual Technology Conference	29. Nov. – 2. Dez. 2021
UBS Global TMT Virtual Conference	6. Dez. – 8. Dez. 2021
Berenberg European Conference	9. Dez. 2021
Berenberg EU Opportunities Conference	14. März –17. März 2022

### 3.2 Kontakt

HomeToGo SE  
9, rue de Bitbourg  
L-1273  
Luxemburg

[press@hometogo.com](mailto:press@hometogo.com)

[ir@hometogo.com](mailto:ir@hometogo.com)