

**Darstellung unserer Steuerungskennzahlen (KPIs)**

Buchungsdatum 3. Dezember 2022  
 Check-in-Datum 10. August 2023  
 Bruttobuchungswert 3.000 Euro  
 Take Rate 10 %  
 Buchungserlöse 300 Euro

**Finanzielle Haupt-Steuerungskennzahlen (KPIs)**

**Buchungserlöse** Buchungserlöse sind eine operative, nicht nach Rechnungslegungsgrundsätzen bestimmte Leistungskennzahl zur Messung der Performance, die wir als Nettowert der Buchungen in Euro definieren, der innerhalb eines Berichtszeitraums durch Transaktionen auf den HomeToGo-Plattformen ohne Berücksichtigung von Stornierungen erzielt wird. Buchungserlöse entsprechen nicht den nach IFRS erfassten Umsatzerlösen und sind nicht als deren Alternative oder Ersatz anzusehen. Anders als IFRS-Umsatzerlöse werden Buchungserlöse zum Zeitpunkt der Buchung erfasst. Umsatzerlöse aus dem nicht buchungsbasierten Geschäft wie die Erlöse aus dem Werbegeschäft oder Umsatzerlöse aus dem Subscription-Geschäft werden ohne Unterschied in den Buchungserlösen und den Umsatzerlösen nach IFRS erfasst, um die Darstellung der Umsätze zu vervollständigen.

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

**Bereinigtes EBITDA** Periodenergebnis vor  
 (i) Ertragsteuern,  
 (ii) Finanzerträgen, Finanzierungsaufwendungen,  
 (iii) Abschreibungen und Amortisierungen,  
 bereinigt um  
 (iv) Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütung und  
 (v) Einmaleffekte. Bei den Einmaleffekten handelt es sich um einmalige und somit nicht wiederkehrende Aufwendungen und Erträge, die außerhalb des normalen Geschäftsbetriebs anfallen. Dazu zählen beispielsweise Erträge und Aufwendungen aus Unternehmenszusammenschlüssen und sonstigen M&A-Aktivitäten, Rechtsstreitigkeiten, Umstrukturierungen, Zuwendungen der öffentlichen Hand sowie andere unregelmäßig wiederkehrende Posten, die eine Vergleichbarkeit der zugrunde liegenden Geschäftsentwicklung zwischen den Berichtszeiträumen erschweren.

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

**Berichtssegmente und damit verbundene Umsatzaktivitäten**

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

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

**Werbegeschäft** Umsatzerlöse aus dem Werbegeschäft werden mit allen Aktivitäten erwirtschaftet, bei denen der (Buchungs-)Vorgang des Reisenden nicht vollständig über eine Website des HomeToGo Marktplatzes, sondern über die externe Website eines Partners getätigt wird. Das Werbegeschäft ist weitestgehend mit dem ehemaligen CPA Offsite und CPC Geschäft vergleichbar.

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

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

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

**Weitere finanzielle KPIs (Nicht-GAAP)**

<p><b>Bruttobuchungswert (GBV)</b> Der GBV ist der in Euro ausgewiesene Bruttowert, der in einem Berichtszeitraum durch Buchungen auf unserer Plattform erzielt wird (wie von unseren Partnern übermittelt). Der GBV wird zum Zeitpunkt der Buchung erfasst und nicht um Stornierungen oder nach der Buchung vorgenommene Änderungen bereinigt. Bei Onsite- und volumenbasierten Transaktionen berücksichtigt der GBV das Buchungsvolumen, wie es in der Buchungsbestätigung an die Reisenden angegeben wird. Bei Transaktionen im Werbegeschäft wird der GBV teilweise von den Anbieter*innen der Unterkunft angegeben und teilweise geschätzt. Im Subscription-Geschäft wird der GBV ebenfalls geschätzt. Die Schätzungen basieren auf Seitenaufrufen oder der Anzahl von Anfragen, erwarteten Konversionsraten, der nachverfolgten Aufenthaltsdauer sowie dem nachverfolgten Preis pro Nacht. Multipliziert man die letzten beiden Zahlen miteinander, erhält man den Buchungswert.</p>
<p><b>Auftragsbestand der Buchungserlöse</b> 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.</p>
<p><b>Onsite Take Rate</b> 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).</p>
<p><b>Stornierungsrate</b> 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.</p>
<p><b>Nicht-finanzielle KPIs</b></p>
<p><b>Buchungen</b> Diese Kennzahl stellt die Anzahl der Buchungen dar, die von Reisenden generiert wurden, die den Marktplatz und die Dienstleistungen von HomeToGo_PRO nutzen.</p>
<p><b>Buchungswert pro Buchung</b> 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.</p>
<p><b>Onsite-Anteil</b> Der Onsite-Anteil gibt die Durchdringung unseres Onsite-Produktes bei unseren Partnern an. Der Onsite-Anteil errechnet sich als das Verhältnis der Buchungserlöse des Buchungsgeschäfts (Onsite) gemessen an den Buchungserlösen des Marktplatzes.</p>
<p><b>Weitere definierte Begriffe</b></p>
<p><b>Partners</b> 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.</p>
<p><b>Wiederkehrende Buchungserlöse</b> Buchungserlöse, die durch Bestandskund*innen generiert werden, d. h. Nutzer*innen unserer Plattform, die schon mindestens einmal bei uns gebucht haben.</p>
<p><b>Wiederkehrende*r Nutzer*in</b> 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.</p>
<p><b>Campaign Builder</b> Eines der besten Beispiele für einen HomeToGo-eigenen Werbe-Tech-Stack, mit dem sich Marketingkampagnen über viele Märkte und Marken effizient skalieren lassen. Mit Campaign Builder lassen sich viele Kampagnen gleichzeitig und automatisiert darstellen. Der Tech-Stack erfasst und erkennt die Suchnachfrage anhand Millionen von Suchbegriffen. So erhalten Reisende genau den Inhalt, den sie suchen.</p>
<p><b>HomeToGo Design System und White-Label-Lösung</b> Eine intern entwickelte modulare technische Plattform, die für verschiedene HomeToGo Marken und externe Marken verwendet wird.</p>
<p><b>NIST</b> Leitfaden für die Cybersicherheit, der Branchenstandards und Best-Practice-Ansätze zur Steuerung von Informationssicherheitsrisiken in sich vereint.</p>
<p><b>HomeToGo Payments</b> HomeToGo's eigene Zahlungslösung, die in Zusammenarbeit mit weltmarktführenden Zahlungsanbietern entwickelt wurde.</p>
<p><b>HomeToGo Add-ons</b> Zusätzliche Dienstleistungen, die auf unserer Plattform angeboten werden, um ein vollumfängliches und unkompliziertes Erlebnis zu bieten, wie z. B. der Zugang zu Stornierungsschutz und umfassender Reiseversicherung.</p>
<p><b>SaaS</b> Software-as-a-Service.</p>
<p><b>Gesellschaften der HomeToGo Gruppe</b></p>
<p><b>AMIVAC</b> Bietet Subscription-basierte Dienste sowohl für Gastgeber*innen als auch für professionelle Agenturen an. AMIVAC SAS (Paris, Frankreich) ist eine unmittelbare (hundertprozentige) Tochtergesellschaft der HomeToGo GmbH.</p>
<p><b>e-domizil</b> Spezialist für Ferienhausvermietungen mit den Marken e-domizil, e-domizil CH, atraveo und tourist-online.de. Die e-domizil GmbH (Frankfurt am Main, Deutschland) ist eine unmittelbare (hundertprozentige) Tochtergesellschaft der HomeToGo GmbH und hat zwei Tochtergesellschaften: die e-domizil AG (Zürich, Schweiz) und die Atraveo GmbH (Düsseldorf, Deutschland).</p>
<p><b>EscapadaRural</b> ESCAPADA RURAL SERVICIOS PARA PROPIETARIOS SL (Barcelona) ist eine direkte (hundertprozentige) Tochtergesellschaft der HomeToGo GmbH.</p>
<p><b>Ferries</b> Ferries S.r.l. (Mailand, Italien) ist eine direkte (hundertprozentige) Tochtergesellschaft der HomeToGo GmbH, die vor allem die Websites Agriturismo.it und Case-Vacanza.it betreibt.</p>
<p><b>SECRA</b> bietet Software für Gastgeber*innen, Vermietungsagenturen und Destinationen an, die eine durchgängige Verwaltung und Vermarktung von Ferienunterkünften ermöglicht. SECRA Bookings GmbH (Sierksdorf, Deutschland) ist eine direkte (hundertprozentige) Tochtergesellschaft der HomeToGo GmbH.</p>
<p><b>Smoobu</b> SaaS-Komplettlösung, die eigenständige Gastgeber*innen einfacher mit passenden Partnern verbindet. Die Smoobu GmbH (Berlin) ist eine direkte (hundertprozentige) Tochtergesellschaft der HomeToGo GmbH.</p>

**Kurz Mal Weg and 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.