

Übersicht verwendeter Nicht-IFRS-Leistungskennzahlen (Stand Mai 2023)



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 (CPA, CPC, CPL sowie Subscriptions & Services). 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 Subscriptions & Services werden ohne Unterschied in den Buchungserlösen und den Umsatzerlösen nach IFRS erfasst, um die Darstellung der Umsätze zu vervollständigen.

Onsite-Buchungserlöse und Onsite-Anteil* Die Onsite-Buchungserlöse sind eine Teilmenge der Buchungserlöse. Onsite-Buchungen sind Transaktionen, die vollständig über die HomeToGo-Domains laufen. Der Onsite-Anteil wird definiert als das Verhältnis von CPA-Onsite-Buchungserlösen zu den gesamten Buchungserlösen abzüglich der Erlöse aus Subscriptions & Services. Der Onsite-Anteil gibt die Durchdringung unseres Onsite-Produkt bei unseren Partnern an. Mit Onsite-Buchungserlösen kann die Gruppe eine höhere Take Rate realisieren und eine engere Bindung mit den Nutzer*innen der Plattform eingehen, was sich mit der Zeit in niedrigeren Marketingaufwendungen niederschlägt. Beides stärkt die Rentabilität der Gruppe.

IFRS-Umsatzerlöse Umsatzerlöse gemäß IFRS-Bilanzierung. Die CPA-Erlöse nach IFRS werden zum Check-in-Datum erfasst, während CPC- und CPL-Erlöse zum Buchungs- oder Klick-Datum erfasst werden. IFRS-Umsatzerlöse aus Subscriptions & Services werden über einen bestimmten Zeitraum bzw. bei Erbringung der Dienstleistungen erfasst. HomeToGo erwirtschaftet Umsatzerlöse über folgende wesentliche Umsatzkategorien:

Cost per Action („CPA“) CPA-Transaktionen liefern den höchsten Umsatzbeitrag; HomeToGo erhält hierbei eine prozentuale Provision für die erfolgreiche Vermittlung von Onsite- oder Offsite-Buchungen, d. h. für Buchungen, welche in einem Aufenthalt resultieren. Abhängig von den Vertragsbedingungen mit dem jeweiligen Partner werden die Umsatzerlöse für HomeToGo entweder als Prozentsatz der Provision oder als Prozentsatz des Buchungswerts berechnet (auch als Umsatzbeteiligung bezeichnet).

Cost per Click („CPC“) HomeToGo erhält eine feste Provision für jeden erfolgreichen Vermittlungsklick.

Cost per Lead („CPL“) HomeToGo erhält eine feste Provision für jede erfolgreiche Kundenanfrage („Lead“).

Subscriptions & Services umfasst subskriptionsbasierte Umsatzerlöse von Partnern, die die Plattform nutzen können, um dort ihre Unterkünfte über einen festgelegten Zeitraum anzubieten.

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.

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 (einschließlich aller Buchungsbestandteile ohne Mehrwertsteuer). Der GBV wird zum Zeitpunkt der Buchung erfasst und nicht um Stornierungen oder nach der Buchung vorgenommene Änderungen bereinigt. Für CPA-Transaktionen umfasst der GBV das Buchungsvolumen, wie es vom Partner gemeldet wird. Für CPC wird der GBV durch Multiplikation des Gesamtklickwertes mit der erwarteten Konversionsrate geschätzt. Der Gesamtklickwert entspricht der Anzahl der Tage in dem Zeitraum der Suche multipliziert mit dem Preis pro Nacht des angeklickten Angebots. Dieser Gesamtklickwert wird mit der durchschnittlichen Konversionsrate der Mikrokonversionsquelle für CPA-Partner im jeweiligen Monat multipliziert.

CPA-Take-Rate* Die CPA-Take-Rate ist die realisierte Marge aus dem Bruttobuchungsbetrag und wird definiert als der Quotient aus CPA-Buchungserlösen und GBV aus CPA-Buchungserlösen.

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 nicht aktiv genutzt, um die Gruppe zu steuern, aber auf fortlaufender Basis überwacht und zur Erstellung von Prognosen und Budgets genutzt.

Nicht-finanzielle KPIs

Buchungen* Diese Kennzahl stellt die Anzahl der Buchungen dar, die von Nutzer*innen auf den HomeToGo-Plattformen generiert wurden.

CPA-Buchungswert pro Buchung* Der CPA-Buchungswert pro Buchung wird definiert als CPA-Bruttobuchungswert pro Buchung vor Stornierungen.

Weitere definierte Begriffe

AMIVAC Bietet subscriptionsbasierte Dienste sowohl für Hausbesitzer*innen als auch für professionelle Agenturen in Frankreich an. AMIVAC SAS (Paris, Frankreich) ist eine direkte (hundertprozentige) Tochtergesellschaft der HomeToGo GmbH.

Campaign Builder	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.
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 direkte (hundertprozentige) Tochtergesellschaft der HomeToGo GmbH und hält die beiden Tochtergesellschaften e-domizil AG (Zürich, Schweiz) und Atraveo GmbH (Düsseldorf, Deutschland).
EscapadaRural	ESCAPADA RURAL SERVICIOS PARA PROPIETARIOS SL (Barcelona) ist eine direkte (hundertprozentige) Tochtergesellschaft der HomeToGo GmbH.
Feries	Feries 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.
HomeToGo Add-ons	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.
HomeToGo Design System und White-Label-Lösung	Eine intern entwickelte modulare technische Plattform, die für verschiedene HomeToGo Marken und externe Marken verwendet wird.
HomeToGo Payments	HomeToGo's eigene Zahlungslösung, die in Zusammenarbeit mit weltmarktführenden Zahlungsanbietern entwickelt wurde.
NIST	Leitfaden für die Cybersicherheit, der Branchenstandards und Best-Practice-Ansätze zur Steuerung von Informationssicherheitsrisiken in sich vereint.
Offsite-Geschäft Transaktionen	, bei denen die finale Buchung auf einer Partner-Website erfolgt (Verweise können CPA, CPC, CPL, etc. sein).
Onsite-Geschäft	Onsite-CPA-Transaktionen, die vollständig über die HomeToGo-Domains laufen – von der Kundenakquise bis zum Buchungsabschluss.
Partners	Unternehmen (wie Online-Reiseagenturen (OTAs), Reiseveranstalter*innen, Ferienhaus-Vermietungsagenturen, andere Anbieter von Unterkünften, Softwarepartner) oder Privatpersonen, die eigene Unterkünfte vertreiben, verwalten oder besitzen, die sie direkt oder indirekt über Plattformen der HomeToGo-Gruppe anbieten. Verträge mit unseren kommerziellen Partnern haben in der Regel keine feste Laufzeit. Gibt es doch eine Laufzeit, verlängert sich diese in der Regel automatisch.
Wiederkehrende Buchungserlöse	Buchungserlöse, die von bestehenden Kund*innen stammen, d.h. von Nutzer*innen unserer Plattform, die bereits mindestens eine Buchung getätigt haben.
Wiederkehrende*r Nutzer*in	Eindeutig identifizierbarer Nutzer*in, z.B. über Cookie oder Login, der auf eine der HomeToGo Group-Websites zurückkehrt. Der Nutzer*in hatte also mindestens einen vorherigen Besuch auf Lebenszeit. Daten ohne Agriturismo, AMIVAC, e-domizil, EscapadaRural und SECRA.
SaaS	Software-as-a-Service.
SECRA	bietet Software für Gastgeber*innen, Vermietungsagenturen und Destinationen an, die eine durchgängige Verwaltung und Vermarktung von Ferienunterkünften ermöglicht. SECRA GmbH und SECRA Bookings GmbH (beide Sierksdorf, Deutschland) sind direkte (hundertprozentige) Tochtergesellschaften der HomeToGo GmbH.

Smooibu SaaS-Komplettlösung, die eigenständige Gastgeber*innen einfacher mit passenden Partnern verbindet. Die Smooibu GmbH (Berlin) ist eine direkte (hundertprozentige) Tochtergesellschaft der HomeToGo GmbH.