

home
to go_

Halbjahresbericht 2025



HomeToGo veröffentlicht Q2/25 Ergebnisse: 11% höhere IFRS-Umsatzerlöse gestützt durch starkes Wachstum des HomeToGo_PRO Segments von 35% YoY. Bereinigtes EBITDA der Gruppe mehr als verdreifacht (+241% YoY). Verbesserung des Free Cash Flow um >50% YoY in H1

Im H1/25 erzielte HomeToGo ein solides Umsatzwachstum gegenüber dem Vorjahr, angetrieben durch eine positive Entwicklung sowohl im Marktplatz- als auch im HomeToGo_PRO Segment. Q2/25 spiegelte ähnliche Trends wie das erste Quartal des Jahres wider, mit Wachstum bei den Buchungs- und den IFRS-Umsatzerlösen sowie weiteren Fortschritten bei der Effizienz und Profitabilität des Unternehmens. Die IFRS-Umsatzerlöse erreichten mit 58,7 Mio. Euro (11,0 % ggü. dem Vorjahreszeitraum) einen neuen Rekord für ein zweites Quartal. Zudem verzeichnete das bereinigte EBITDA mit 7,4 Mio. Euro in Q2/25 eine beachtliche Verbesserung von 240,6 % ggü. dem Vorjahreszeitraum und erreichte damit eine EBITDA-Marge von 12,6 % (+8,5%-Pkt. ggü. dem Vorjahreszeitraum). Der große Auftragsbestand der Buchungserlöse¹ der HomeToGo Gruppe und das disziplinierte Kostenmanagement des Unternehmens unterstreichen die Zuversicht, die Prognose für das Geschäftsjahr 2025 zu erreichen. Im Hinblick auf die WEKO²-Entscheidung zur Interhome-Übernahme, die spätestens Ende September erfolgen soll, rechnet HomeToGo mit dem Abschluss der Transaktion und der Integration des zweitgrößten Spezialisten für die Vermietung und Verwaltung von Ferienhäusern und -wohnungen Europas in die Gruppe.

Highlights der Gruppe:

- Die **Buchungserlöse** für Q2/25 stiegen um 2,7 % ggü. dem Vorjahreszeitraum auf 65,5 Mio. Euro und für H1/25 um 4,4% ggü. dem Vorjahreszeitraum auf 153,6 Mio. Euro. Der Auftragsbestand der Buchungserlöse markierte mit 84,0 Mio. Euro einen neuen Rekord für ein zweites Quartal und wuchs um 5,5% ggü. dem Vorjahreszeitraum. Dies sorgt für eine hohe Planungssicherheit hinsichtlich der IFRS-Umsatzerlöse für das zweite Halbjahr 2025.
- In Q2/25 stiegen die **IFRS-Umsatzerlöse** von HomeToGo um 11,0 % auf 58,7 Mio. Euro und erreichten damit einen neuen Rekordwert für ein zweites Quartal. Dies ist in Teilen auch durch die späten Osterfeiertage 2025 beeinflusst, die zu einer Verschiebung der Umsatzrealisierung vom ersten in das zweite Quartal führte. Da HomeToGo, in Euro und nicht in US-Dollar berichtet, wurde dieser positive Effekt jedoch teilweise durch Währungseffekte abgeschwächt, der rund 20 % der Gruppenumsätze negativ beeinflussten. Im ersten Halbjahr 2025 konnte das Unternehmen die IFRS-Umsatzerlöse um 4,3 % auf 93,2 Mio. Euro steigern.
- Das **bereinigte EBITDA** verbesserte sich in Q2/25 um beachtliche 240,6 % ggü. dem Vorjahreszeitraum auf 7,4 Mio. Euro, bei einer bereinigten EBITDA-Marge von 12,6 %. Diese stellt eine erhebliche Verbesserung gegenüber Q1/25 dar, da die HomeToGo Gruppe einen Großteil der Verluste aus Q1/25 durch diszipliniertes Kostenmanagement, geringere Marketingausgaben und höhere operative Effizienz wieder aufholen konnte. Das bereinigte EBITDA betrug -20,6 Mio. Euro in H1/25, was einem Rückgang von -8,0 % ggü. dem Vorjahreszeitraum entspricht. Dies ist vor allem auf höhere Ausgaben in bezahlte Marketingkanäle in Q1/25 zurückzuführen.

Highlights der Geschäftssegmente:

- Das **Marktplatz-Segment**, HomeToGos AI-gestützte B2C-Plattform mit der weltweit größten Auswahl an Ferienhäusern und -wohnungen, lieferte im ersten Halbjahr 2025 eine stabile Performance ab. Dies spiegelte sich in einem Wachstum der Buchungserlöse von 1,7% ggü. dem Vorjahreszeitraum auf 114,6

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 dem Berichtszeitraum erfolgt.

² Schweizer Wettbewerbskommission

Mio. Euro sowie einem Wachstum der IFRS-Umsatzerlöse von 0,3% ggü. dem Vorjahreszeitraum auf 65,5 Mio. Euro wider. Hervorzuheben sind das signifikante Wachstum des bereinigten EBITDA des Marktplatz-Segments in H1/25 von 15,1% ggü. dem Vorjahreszeitraum sowie eine substantielle Verbesserung in Q2/25 von 4,5 Mio. Euro ggü. dem Vorjahreszeitraum. Die Entwicklung basiert vor allem auf reduzierten Ausgaben im Marketing, die die konsequente Managemententscheidung widerspiegelt, die Profitabilität gegenüber dem Umsatzwachstum in der ersten Hälfte von 2025 zu priorisieren.

- **Das HomeToGo_PRO-Segment**, welches B2B-Software- und Servicelösungen für den gesamten Reisemarkt mit besonderem Fokus auf SaaS-Lösungen für Anbieter von Ferienunterkünften umfasst, verzeichnete in H1/25 einen beachtlichen Anstieg der Buchungserlöse um 11,6% ggü. dem Vorjahreszeitraum auf 45,0 Mio Euro. Die IFRS-Umsatzerlöse sind signifikant um 12,6% auf 30,0 Mio. Euro ggü. dem Vorjahreszeitraum gewachsen und machten damit 32 % der gesamten IFRS-Umsatzerlöse der HomeToGo-Gruppe aus. Dieses Wachstum resultiert aus einem Anstieg der IFRS-Umsatzerlöse des Subscriptions-Geschäftes um 8,7% ggü. dem Vorjahreszeitraum sowie beim volumenbasierten Geschäft um starke 15,4% ggü. dem Vorjahreszeitraum. Letzteres wurde vor allem durch einen Anstieg der Buchungen, die durch HomeToGo_PRO generiert wurden, um 19,2% ggü. dem Vorjahreszeitraum getrieben. Insbesondere im zweiten Quartal beschleunigte sich die Wachstumsdynamik in diesem Segment: Die Buchungserlöse stiegen um 17,7% ggü. dem Vorjahreszeitraum und die IFRS-Umsatzerlöse wuchsen sogar deutlich stärker um 34,9% ggü. dem Vorjahreszeitraum. Ein wesentlicher positiver Beitrag im HomeToGo_PRO-Segment ist auf die starke Entwicklung unserer innovativen Produkt-Suite zur Weiterverbreitung von Inventar, genannt HomeToGo_PRO Doppelgänger, zurückzuführen. Die IFRS-Umsatzerlöse von HomeToGo_PRO Doppelgänger stiegen allein in Q2/25 um mehr als 200 % gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Zudem steigerte Smoobu die jährlich wiederkehrenden Einnahmen (ARR) aus dem Subscriptions-Geschäft um mehr als 30% ggü. dem Vorjahreszeitraum. Dieser Anstieg wurde durch die Gewinnung neuer Nutzer*innen als auch durch die bessere Monetarisierung der bestehenden Nutzerbasis unter anderem durch das Angebot von zusätzlichen Funktionen wie einen neuen Website-Builder oder ein neues Modul zur dynamischen Preisgestaltung erzielt. Aufgrund der Kostenverteilung zwischen den verschiedenen Segmenten sowie gezielte Investitionen in zukünftiges Wachstum reduzierte sich das bereinigte EBITDA für HomeToGo_PRO in H1/25 um -5,1 Mio. Euro ggü. dem Vorjahreszeitraum auf -0,6 Mio. Euro.

Liquiditätsentwicklung:

- **HomeToGo verfügte zum Ende von Q2/25 über eine solide Liquiditätsposition** von 152,0 Mio. Euro, was einem Anstieg von 8,6 Mio. Euro ggü. dem Ende von Q1/25 entspricht.
- Der größte Teil der Aufwendungen für Performance Marketing wurden in diesem Jahr hauptsächlich in Q2/25 beglichen - anders als im vorherigen Jahr, als diese Ausgaben vor allem in Q1/24 getätigt wurden. Dies führte zu einem Rückgang des **Free Cash Flow** in Q2/25 um -27,0 % ggü. dem Vorjahreszeitraum auf 8,8 Mio. Euro. Betrachtet man das ganze H1/25, so zeigt sich eine beachtliche Verbesserung des Free Cash Flow um 51,6 % ggü. dem Vorjahreszeitraum auf -5,0 Mio. Euro. Dies ist vor allem auf das verbesserte Working Capital-Management auch durch die schnelle Adaption von HomeToGo Payments durch HomeToGos Partner im Marktplatz zurückzuführen.

HomeToGo auf einen Blick

Kennzahlen	Q2/2025	Q2/2024	Veränderung vs. Vorjahr	H1/2025	H1/2024	Veränderung vs. Vorjahr
HomeToGo-Gruppe						
Buchungserlöse	65.546	63.812	2,7 %	153.627	147.173	4,4 %
Konsolidierung	(2.052)	(2.208)	(7,1) %	(5.981)	(5.791)	3,3 %
IFRS-Umsatzerlöse	58.736	52.929	11,0 %	93.157	89.333	4,3 %
Konsolidierung	(1.477)	(1.780)	(17,0) %	(2.316)	(2.580)	(10,2) %
Bereinigtes EBITDA	7.401	2.173	240,6 %	(20.574)	(19.047)	(8,0) %
Bereinigte Einmaleffekte	1.698	901	88,6 %	3.445	1.441	139,0 %
Bereinigte EBITDA-Marge	12,6 %	4,1 %	+8,5 pp	(22,1) %	(21,3) %	(0,8)pp
Bruttobuchungswert (GBV)	517.698	552.448	(6,3) %	1.222.487	1.215.075	0,6 %
Buchungen (Tsd.)	434.362	442.364	(1,8) %	950.655	1.025.770	(7,3) %
Konsolidierung	(17.538)	(19.434)	(9,8) %	(41.296)	(49.863)	(17,2) %
Periodenergebnis	(4.210)	(6.317)	33,4 %	(42.940)	(32.636)	(31,6) %
Free Cash Flow (FCF)	8.835	12.103	(27,0) %	(5.009)	(10.343)	51,6 %
Eigenkapital (Tsd. Euro) ³	313.993	258.972	21,2 %	313.993	258.972	21,2 %
Eigenkapitalquote	69,5 %	65,3 %	+4,2 pp	69,5 %	65,3 %	+4,2 pp
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zzgl. anderer hochliquider kurzfristiger finanzieller Vermögenswerte (Tsd. Euro) ⁴	151.998	95.693	58,8 %	151.998	95.693	58,8 %
Mitarbeiter*innen (zum Ende des Berichtszeitraums)				739	807	(8,4) %
HomeToGo Marktplatz						
	Q2/2025	Q2/2024	Veränderung vs. Vorjahr	H1/2025	H1/2024	Veränderung vs. Vorjahr
Buchungserlöse	46.973	48.492	(3,1) %	114.600	112.646	1,7 %
Buchungsgeschäft (Onsite)	27.563	28.054	(1,8) %	67.798	66.915	1,3 %
Werbe-geschäft	19.409	20.438	(5,0) %	46.802	45.731	2,3 %
IFRS-Umsatzerlöse	39.838	39.601	0,6 %	65.461	65.250	0,3 %
Buchungsgeschäft (Onsite)	23.015	23.306	(1,2) %	35.116	35.829	(2,0) %
Werbe-geschäft	16.823	16.296	3,2 %	30.345	29.421	3,1 %
Bereinigtes EBITDA	3.527	(994)	n.m	(19.971)	(23.531)	15,1 %
Bereinigte EBITDA-Marge	8,9 %	(2,5) %	11,4 pp	(30,5) %	(36,1) %	+5,6 pp
Onsite Take Rate	13,8 %	12,5 %	+1,4 pp	13,4 %	12,7 %	+0,7 pp
Auftragsbestand der Buchungserlöse				84.003	79.661	5,5 %
Buchungen (Tsd.)	342.009	350.140	(2,3) %	748.839	871.719	(14,1) %
Buchungsgeschäft (Onsite)	223.189	245.255	(9,0) %	529.315	585.474	(9,6) %
Werbe-geschäft	118.820	104.885	13,3 %	219.524	286.245	(23,3) %

³ Zum 30. Juni 2025 bzw. 31. Dezember 2024.

⁴ Zum 30. Juni 2025 einschließlich 12,4 Mio. Euro an verfügbungsbeschränkten Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten (zum 31. Dezember 2024: 2,4 Mio. Euro).

HomeToGo_PRO	Q2/2025	Q2/2024	Veränderung vs. Vorjahr	H1/2025	H1/2024	Veränderung vs. Vorjahr
Buchungserlöse	20.625	17.528	17,7 %	45.008	40.318	11,6 %
Subscriptions-Geschäft	6.468	5.662	14,2 %	12.158	11.320	7,4 %
Volumenbasiertes Geschäft	14.156	11.865	19,3 %	32.849	28.997	13,3 %
IFRS-Umsatzerlöse	20.375	15.108	34,9 %	30.012	26.663	12,6 %
Subscriptions-Geschäft	6.628	5.637	17,6 %	12.211	11.237	8,7 %
Volumenbasiertes Geschäft	13.747	9.470	45,2 %	17.801	15.426	15,4 %
Bereinigtes EBITDA	3.877	3.166	22,5 %	(603)	4.484	(113,4) %
Bereinigte EBITDA-Marge	19,0 %	21,0 %	(1,9)pp	(2,0) %	16,8 %	(18,8)pp
Buchungen (Tsd.)	109.891	111.658	(1,6) %	243.112	203.914	19,2 %
Volumenbasiertes Geschäft	109.891	111.658	(1,6) %	243.112	203.914	19,2 %

Inhalt

Konzern-Zwischenlagebericht

1.1 Informationen über die Gruppe	7
1.2 Wirtschaftsbericht	7
1.3 Ereignisse nach dem Bilanzstichtag	12
1.4 Risiko- und Chancenbericht	12
1.5 Ausblick	12

Konzern-Zwischenabschluss

2.1 Konzern-Gesamtergebnisrechnung	15
2.2 Konzernbilanz	16
2.3 Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung	17
2.4 Konzern-Kapitalflussrechnung	18
2.5 Verkürzter Anhang zum Konzernabschluss	20
2.6 Versicherung der gesetzlichen Vertreter	45

Service

3.1 Glossar	46
3.2 Finanzkalender	49
3.3 Impressum	49

Konzern-Zwischenlagebericht

1.1 Hintergrundinformationen 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 2024 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.

1.2 Wirtschaftsbericht

1.2.1 Ertragslage

Die HomeToGo-Gruppe hat im H1/2025 insgesamt eine starke Geschäftsentwicklung verzeichnet und damit den anhaltenden makroökonomischen und politischen Herausforderungen getrotzt. Der Bruttobuchungswert legte im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 7,4 Mio. Euro bzw. 0,6 % auf 1.222,5 Mio. Euro zu. Die Buchungserlöse stiegen um 4,4 % bzw. 6,5 Mio. Euro ggü. dem Vorjahreszeitraum auf 153,6 Mio. Euro. Zusätzlich haben wir mit 84,0 Mio. Euro einen neuen Q2-Rekordauftragsbestand der Buchungserlöse erzielt (+5,5% ggü. dem Vorjahreszeitraum). Die IFRS-Umsatzerlöse stiegen um 3,8 Mio. Euro ggü. dem Vorjahreszeitraum auf 93,2 Mio. Euro, was einer Verbesserung von 4,3% entspricht.

Die IFRS-Umsatzerlöse blieben im H1/2025 leicht unter den Buchungserlösen, was auf unser Geschäftsmodell und die zeitversetzte Bilanzierung von IFRS-Umsatzerlösen und Buchungserlösen im internen Berichtswesen zurückzuführen ist. Reisende planen ihren Urlaub in der Regel Monate im Voraus, was den hohen Auftragsbestand der Buchungserlöse im H1/2025 erklärt. Mehr als 40 % der bei uns im Q2/2025 gebuchten Reisen werden im Q3/2025 angetreten. Während wir die Buchungserlöse intern bereits zum Buchungszeitpunkt erfassen, werden die IFRS-Umsatzerlöse erst zum Zeitpunkt des Check-ins angesetzt, das heißt in den meisten Fällen in der zweiten Jahreshälfte wenn die meisten Kund*innen ihre Reise 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)	Q2/2025	Q2/2024	H1/2025	H1/2024
GBV des Marktplatzes	412.242	433.680	993.019	1.007.410
davon GBV aus dem Buchungsgeschäft (Onsite)	199.605	225.096	507.453	527.670
x Take Rate des Buchungsgeschäfts (Onsite) (in %)	13,8 %	12,5 %	13,4 %	12,7 %
Buchungserlöse aus dem Buchungsgeschäft (Onsite)	27.563	28.054	67.798	66.915
Buchungserlöse aus dem Werbegeschäft	19.409	20.438	46.802	45.731
Buchungserlöse HomeToGo_PRO	20.625	17.528	45.008	40.318
Buchungserlöse	65.546	63.812	153.627	147.173
Stornierungen	(9.062)	(9.735)	(32.118)	(22.267)
Buchungen mit Check-in-Datum in anderem Berichtszeitraum	2.252	(1.148)	(28.352)	(35.573)
IFRS-Umsatzerlöse	58.736	52.929	93.157	89.333

Im Segment Marktplatz konnten die Buchungserlöse und IFRS-Umsatzerlöse im H1/2025 ggü. dem Vorjahreszeitraum leicht gesteigert werden. Sie legten um 1,7% bzw. 0,3% zu. Im Buchungsgeschäft (Onsite) wurde ein geringfügiger Rückgang der Buchungserlöse um 1,3% ggü. dem Vorjahreszeitraum verzeichnet, was darauf zurückzuführen ist, dass die Anzahl der Buchungen um (9,6)% ggü. dem Vorjahreszeitraum **zurückging**. Diese Entwicklung konnte jedoch zum Teil durch eine höhere Onsite Take Rate von 13,4 % (+0,7pp ggü. dem Vorjahreszeitraum) ausgeglichen werden. Die 7%ige Steigerung des Buchungswerts pro Buchung ggü. dem Vorjahreszeitraum wurde in erster Linie im übrigen europäischen Raum und der übrigen Welt generiert, gefolgt von der DACH-Region und Nordamerika. Die Stornierungsraten hielten sich im H1/2025 stabil ggü. dem Vorjahreszeitraum.

Die IFRS-Umsatzerlöse im Werbegeschäft des Segments Marktplatz legten im H1/2025 um 3,1% zu und profitierten dabei insbesondere von der starken Entwicklung in Nordamerika.

Im Segment HomeToGo_PRO konnten die IFRS-Umsatzerlöse im H1/2025 um 12,6% ggü. dem Vorjahreszeitraum auf 30,0 Mio. Euro gesteigert werden, während sich die entsprechenden Buchungserlöse um 11,6% auf 45,0 Mio. Euro erhöhten. Sowohl das Subscriptions- als auch das volumenbasierte Geschäft trugen zu dieser positiven Entwicklung bei (Wachstum der IFRS-Umsatzerlöse von 8,7% bzw. 15,4% ggü. dem Vorjahreszeitraum).

Gleichzeitig konnte die Profitabilität im Q2/2025 deutlich ggü. dem Vorjahreszeitraum gesteigert und ein bereinigtes EBITDA für die Gruppe von 7,4 Mio. Euro (+240,6 % ggü. dem Vorjahreszeitraum) erwirtschaftet werden. Damit hat die Gruppe das schwächere Niveau des Vorquartals deutlich hinter sich gelassen und mit diszipliniertem Kostenmanagement, niedrigeren Marketingaufwendungen und operativen Effizienzsteigerungen einen wesentlichen Teil des Fehlbetrags aus dem Q1/2025 aufgeholt. Auf Halbjahressicht gesehen ging das bereinigte EBITDA um (8,0) % ggü. dem Vorjahreszeitraum auf (20,6) Mio. Euro zurück, was sich insbesondere auf die höheren Aufwendungen für bezahlte Marketingkanäle im Q1/2025 zurückführen lässt. In der Regel ist die Profitabilität im H1 eines Geschäftsjahres niedriger als im H2, denn die meisten Ausgaben für Marketing und Vertrieb werden in der ersten Jahreshälfte erfasst, während die IFRS-Umsatzerlöse zum Großteil in der zweiten Jahreshälfte realisiert werden, da die meisten unserer Reisenden ihren Urlaub zwar im H1 buchen, das Check-in-Datum aber im H2 liegt (insbesondere in der Hauptreisezeit von Juli bis einschließlich September).

Im Marktplatz-Segment stieg das bereinigte EBITDA im H1/2025 deutlich um 3,6 Mio. Euro bzw. 15,1% ggü. dem Vorjahreszeitraum auf (20,0) Mio. Euro. Im selben Zeitraum war bei HomeToGo_PRO ein Profitabilitätsrückgang um (5,1) Mio. Euro ggü. dem Vorjahreszeitraum auf (0,6) Mio. Euro zu beobachten. Dies ist insbesondere auf die Kostenallokation zwischen den Segmenten und auf gezielte Investitionen in künftiges Wachstum zurückzuführen. Während sich die Saisonalität der IFRS-Umsatzrealisierung im Marktplatz-Segment grundsätzlich deutlich bemerkbar macht (Höchststand der Erlöse im Sommer und Höchststand der Marketingaufwendungen im Winter bzw. 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 HomeToGo_PRO weist hingegen geringe Schwankungen auf, wobei das Muster der Umsatzrealisierung der des Marktplatz-Segments ähnelt.

Konzern-Gesamtergebnisrechnung:

(in Tsd. Euro)	Q2/2025	Q2/2024	Veränderung vs. Vorjahr	H1/2025	H1/2024	Veränderung vs. Vorjahr
IFRS-Umsatzerlöse	58.736	52.929	11,0 %	93.157	89.333	4,3 %
Umsatzkosten	(2.655)	(1.890)	(40,5) %	(5.292)	(3.819)	(38,6) %
Bruttoergebnis	56.080	51.040	9,9 %	87.865	85.514	2,7 %
Produktentwicklung und operativer Betrieb	(9.860)	(11.017)	10,5 %	(19.784)	(20.081)	1,5 %
Marketing und Vertrieb	(36.555)	(36.746)	0,5 %	(84.569)	(78.616)	(7,6) %
Allgemeine Verwaltungsaufwendungen	(10.779)	(9.633)	(11,9) %	(24.049)	(19.496)	(23,4) %
Sonstige Aufwendungen	(804)	(229)	(251,8) %	(1.124)	(468)	(140,1) %
Sonstige Erträge	686	472	45,4 %	1.621	868	86,6 %
Betriebsergebnis	(1.232)	(6.112)	79,8 %	(40.040)	(32.278)	(24,0) %
Finanzerträge	1.693	1.151	47,1 %	2.166	2.069	4,7 %
Finanzierungsaufwendungen	(3.632)	(1.042)	<(100)%	(4.023)	(1.195)	(236,5) %
Ergebnis vor Steuern	(3.171)	(6.003)	47,2 %	(41.897)	(31.405)	(33,4) %
Ertragsteuern	(1.039)	(315)	<(100)%	(1.043)	(1.231)	<(100)%
Periodenergebnis	(4.210)	(6.317)	33,4 %	(42.940)	(32.636)	(31,6) %
Sonstiges Ergebnis	(109)	(236)	<(100)%	(43)	528	>100%
Gesamtergebnis*	(4.319)	(6.554)	34,1 %	(42.984)	(32.108)	(33,9) %
Betriebsergebnis	(1.232)	(6.112)	79,8 %	(40.040)	(32.278)	(24,0) %
Abschreibungen	4.444	3.931	(13,1) %	8.882	5.418	(63,9) %
EBITDA	3.212	(2.181)	247,3 %	(31.158)	(26.860)	(16,0) %
Anteilsbasierte Vergütung	2.490	3.454	27,9 %	7.139	6.372	(12,0) %
Einmaleffekte	1.698	901	(88,6) %	3.445	1.441	(139,0) %
Bereinigtes EBITDA	7.401	2.173	240,6 %	(20.574)	(19.047)	(8,0) %
Bereinigte EBITDA-Marge	12,6 %	4,1 %	+8 pp	(22,1)%	(21,3)%	(1)pp

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

Überleitung zum bereinigten EBITDA (in Tsd. Euro)	Q2/2025	Q2/2024	Veränderung vs. Vorjahr	H1/2025	H1/2024	Veränderung vs. Vorjahr
Betriebsergebnis	(1.232)	(6.112)	79,8 %	(40.040)	(32.278)	(24,0) %
Abschreibungen	4.444	3.931	(13,1) %	8.882	5.418	(63,9) %
EBITDA	3.212	(2.181)	247,3 %	(31.158)	(26.860)	(16,0) %
Anteilsbasierte Vergütung	2.490	3.454	27,9 %	7.139	6.372	(12,0) %
davon:						
Produktentwicklung und operativer Betrieb	601	1.409	57,4 %	2.318	2.188	(5,9) %
Marketing und Vertrieb	183	131	(39,9) %	546	237	(130,6) %
Allgemeine Verwaltungsaufwendungen	1.706	1.914	10,9 %	4.276	3.947	(8,3) %
Einmaleffekte	1.698	901	(88,6) %	3.445	1.441	(139,0) %
davon:						
Vereinbarungen über leistungsabhängige Zahlungen mit Dienstbedingungen	—	387	(100,0) %	—	774	(100,0) %
Fusionen & Übernahmen	1.151	350	nm	2.308	433	nm
Vereinnahmung der Abwertung aus dem beizulegenden Zeitwert von Gutscheinen und erhaltenen Vorauszahlungen	269	—	nm	538	—	nm
Sonstige	279	163	(70,9) %	599	234	(155,5) %
Reorganisation & Restrukturierung	(52)	14	470,8 %	222	36	(513,6) %
Sonstige	331	149	(122,2) %	376	198	(90,0) %
Bereinigtes EBITDA	7.401	2.173	240,6 %	(20.574)	(19.047)	(8,0) %
Bereinigte EBITDA-Marge	12,6 %	4,1 %	+8 pp	(22,1) %	(21,3) %	(1)pp

Die Umsatzkosten stiegen im Q2/2025 um 0,8 Mio. Euro ggü. dem Vorjahreszeitraum auf nunmehr 2,7 Mio. Euro, wodurch die Bruttomarge um 0,5⁵ %-Pkt. zurückging. Dieser Rückgang ggü. dem Q2/2024 ist vor allem darauf zurückzuführen, dass sich der Abschreibungsaufwand für erworbene und selbst erstellte Software von 1,2 Mio. Euro im Q2/2024 auf 1,6 Mio. Euro im Q2/2025 erhöhte.

Die Marketing- und Vertriebsaufwandsquote von 57,9 %⁶ fiel im Q2/2025 7,0 %-Pkt. niedriger aus als im Vorjahreszeitraum, was insbesondere einer Verschiebung der IFRS-Umsatzerlöse infolge der späten Osterfeiertage im Jahr 2025 zuzuschreiben war. In der Folge wurden im Q2/2025 im Vergleich zu den Marketing- und Vertriebsaufwendungen höhere Erlöse erfasst. In absoluten Zahlen sanken die Marketing- und Vertriebsaufwendungen um 0,2 Mio. Euro ggü. dem Q2/2024. Der Hauptgrund für diesen Rückgang sind die niedrigeren Performance-Marketing-Aufwendungen. Beim Verhältnis von Marketingaufwendungen zu IFRS-Umsatzerlösen ist zu beachten, dass im Q1 und Q2 eines Jahres in der Regel sehr hohe Marketingaufwendungen für Seitenaufrufe und Buchungen anfallen, die entsprechenden IFRS-Umsatzerlöse daraus aber oftmals erst später, beim Check-in am gebuchten Reiseziel, erfasst werden.

⁵ Um Abschreibungen bereinigt.

⁶ Bereinigt um Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütung und Abschreibungen.

Auch die Aufwendungen für Produktentwicklung und operativen Betrieb sanken von 11,0 Mio. Euro im Vorjahresquartal um 10,5 % auf 9,9 Mio. Euro im Q2/2025, weil die personalbezogenen Aufwendungen und die Aufwendungen für die anteilsbasierte Vergütung niedriger ausfielen. Leicht gegenläufig wirkte der Anstieg der Aufwendungen im Zusammenhang mit Dienstleistungen für die Angebotsseite von 1,0 Mio. Euro im Q2/2024 auf nunmehr 1,6 Mio. Euro. Die entsprechende Aufwandsquote auf Basis der IFRS-Umsatzerlöse sank im Q2/2025 um +2,4pp auf 15,4 %⁷.

Die allgemeinen Verwaltungsaufwendungen erhöhten sich im Q2/2025 von 9,6 Mio. Euro im Vorjahresquartal auf 10,8 Mio. Euro. Der Anstieg in absoluten Zahlen ist das Resultat höherer Beratungsaufwendungen, personalbezogener Aufwendungen, Lizenzaufwendungen, sonstiger Aufwendungen sowie Mietaufwendungen. Allerdings waren in den allgemeinen Verwaltungsaufwendungen im H1/2025 auch 2,3 Millionen Euro an M&A-Kosten für die geplante Übernahme von Interhome enthalten, die einmaliger Natur sind. Die entsprechende bereinigte Aufwandsquote von Aufwendungen zu IFRS-Umsatzerlösen verbesserte sich im Q2/2025 um +0,2 %-Pkt.

1.2.2 Finanzlage

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

Verkürzte Kapitalflussrechnung

(in Tsd. Euro)	Q2/2025	Q2/2024	H1/2025	H1/2024
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zu Beginn des Berichtszeitraums	103.231	64.104	70.790	108.953
Nettomittelzufluss/-abfluss(-) aus operativer Tätigkeit	11.699	15.018	67	(5.290)
Nettomittelzufluss/abfluss(-) aus Investitionstätigkeit	37.391	2.978	6.235	(18.401)
Nettomittelzufluss/abfluss(-) aus Finanzierungstätigkeit	(406)	(4.558)	74.939	(6.260)
Fremdwährungseffekte	19	1.480	(97)	19
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am Ende des Berichtszeitraums⁽¹⁾	151.935	79.022	151.935	79.022
Andere hochliquide kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	63	16.672	63	16.672
Finanzmittel⁽¹⁾	151.998	95.693	151.998	95.693

(1) Zum 30. Juni 2025 einschließlich 12,4 Mio. Euro an verfügbungsbeschränkten Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten (zum 31. Dezember 2024: 2,4 Mio. Euro).

Im Q2/2025 erzielte HomeToGo einen Nettomittelzufluss aus operativer Tätigkeit in Höhe von 11,7 Mio. Euro (Q2/2024: 15,0 Mio. Euro). Der Rückgang des Nettomittelzuflusses aus operativer Tätigkeit, der im Q2/2025 ggü. dem Vorjahresquartal zu verzeichnen war, ist in erster Linie auf die Verlagerung der Performance-Marketing-Aktivitäten an das Ende des Q1/2025 zurückzuführen. Dadurch flossen für diese Aktivitäten ausschließlich im Q2/2025 Mittel ab, während der Großteil des Mittelabflusses für das Performance-Marketing im Vorjahr bereits im Q1/2024 anfiel.

Der Nettomittelzufluss aus Investitionstätigkeit belief sich im Q2/2025 auf 37,4 Mio. Euro (Q2/2024: 3,0 Mio. Euro). Der starke Anstieg ist hauptsächlich auf die Erlöse in Höhe von 40,0 Mio. Euro zurückzuführen, die mit der Veräußerung einer Anlage in einen Geldmarktfonds erzielt wurden. Teilweise kompensiert wurde dieser Zufluss durch Abflüsse im Zusammenhang mit aktivierten Softwareentwicklungskosten in Höhe von (2,1) Mio. Euro (Q2/2024: (2,0) Mio. Euro).

⁷ Bereinigt um Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütung und Abschreibungen.

Der Nettomittelabfluss aus Finanzierungstätigkeit belief sich im Q2/2025 auf (0,4) Mio. Euro (Q2/2024: (4,6) Mio. Euro) und umfasste vor allem Abflüsse im Zusammenhang mit den Tilgungsanteilen der Leasingzahlungen in Höhe von (0,3) Mio. Euro. Im H1/2025 wurde ein Nettomittelzufluss aus Finanzierungstätigkeit von 74,9 Mio. Euro generiert (H1/2024: Nettomittelabfluss von (6,3) Mio. Euro), der auch die Nettoerlöse aus unserer Kapitalerhöhung in Höhe von 82,6 Mio. Euro beinhaltete. Der Effekt wurde jedoch durch die Rückzahlung von Fremdkapital in Höhe von (7,1) Mio. Euro teilweise aufgewogen (H1/2024: (1,7) Mio. Euro).

Alles in allem erhöhte sich unser Finanzmittelbestand (bestehend aus Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten sowie anderen kurzfristigen hochliquiden finanziellen Vermögenswerten) im Q2/2025 um 61,4 Mio. Euro, woraus sich zum 30. Juni 2025 ein Buchwert von 152,0 Mio. Euro ergab. Damit bleibt unser Finanzmittelbestand insgesamt auf einem komfortablen Niveau und ermöglicht es uns, weiterhin über den gesamten Zyklus hinweg Investitionen zu tätigen und das Wachstum unseres Geschäfts sowohl auf organischem als auch auf anorganischem Wege flexibel zu finanzieren.

1.2.3 Vermögenslage

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

(in Tsd. Euro)	30. Jun. 2025		31. Dez. 2024		Veränderung	
Langfristige Vermögenswerte	260.900	58 %	265.089	70 %	(4.188)	(2) %
Kurzfristige Vermögenswerte	191.087	42 %	115.677	30 %	+75.411	+65 %
Summe Aktiva	451.988	100 %	380.765	100 %	+71.222	19 %
Eigenkapital	313.993	69 %	267.223	70 %	+46.770	+18 %
Langfristige Schulden	36.062	8 %	39.908	10 %	(3.846)	(10) %
Kurzfristige Schulden	101.933	23 %	73.635	19 %	+28.298	+38 %
Summe Passiva	451.988	100 %	380.765	100 %	+71.222	+19 %

Der Rückgang der langfristigen Vermögenswerte von 4,2 Mio. Euro zum Ende des Q2/2025 im Vergleich zum Jahresende 2024 lässt sich hauptsächlich auf einen Rückgang der immateriellen Vermögenswerte von 241,5 Mio. Euro zum 31. Dezember 2024 auf 239,0 Mio. Euro zum 30. Juni 2025 zurückführen. Der Rückgang ist durch Abschreibungsaufwendungen in den ersten sechs Monaten des Jahres 2025 begründet.

Die kurzfristigen Vermögenswerte sind hingegen gestiegen (30. Juni 2025: 191,1 Mio. Euro; 31. Dezember 2024: 115,7 Mio. Euro). Hauptgrund für diese Entwicklung ist die Erhöhung des Finanzmittelbestands von 70,8 Mio. Euro auf 151,9 Mio. Euro, die im Wesentlichen auf den Erlösen aus der im Q1/2025 erfolgten Kapitalerhöhung in Höhe von 82,6 Mio. Euro beruht.

Die langfristigen Schulden der Gruppe verringerten sich von 39,9 Mio. Euro zum 31. Dezember 2024 auf 36,1 Mio. Euro zum 30. Juni 2025. Zurückzuführen ist diese Entwicklung in erster Linie auf die Fortschreibung latenter Steuern aus Kaufpreisallokationen sowie auf Verbindlichkeiten in Höhe von 2,2 Mio. Euro aus dem Erwerb von Kraushaar Ferienwohnungen, die 2025 in die sonstigen kurzfristigen finanziellen Verbindlichkeiten umgegliedert wurden. Auch wenn diese Effekte teilweise durch den höheren beizulegenden Zeitwert einer Verbindlichkeit aus einer Put-Option von 5,2 Mio. Euro zum 31. Dezember 2024 auf 6,6 Mio. Euro zum 30. Juni 2025 kompensiert wurden, gingen die langfristigen Schulden insgesamt zurück.

Die kurzfristigen Schulden stiegen im ersten Halbjahr 2025 von 73,6 Mio. Euro zum 31. Dezember 2024 auf 101,9 Mio. Euro zum 30. Juni 2025, da sich die Verbindlichkeiten gegenüber Dritten aus erhaltenen Reisevorauszahlungen um 23,5 Mio. Euro erhöhten. Im Zuge der saisonbedingt höheren Reisetätigkeit nahmen auch die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen in den ersten sechs Monaten des Jahres 2025 zu.

Sie stiegen zum 30. Juni 2025 um 1,2 Mio. Euro auf 19,3 Mio. Euro. Der Anstieg der Reisevorauszahlungen wurde durch die Teilrückzahlung des Verkäuferdarlehens in Höhe von 7,0 Mio. Euro an die Verkäufer von Kurz Mal Weg und Kurzurlaub teilweise kompensiert.

Gesamtbeurteilung

Im H1/2025 hat sich das Geschäft nach Einschätzung des Vorstands in einem schwächeren makroökonomischen Umfeld als resilient erwiesen. Trotz eines eher moderaten Umsatzwachstums konnte HomeToGo sowohl seine Profitabilität als auch seinen Free Cash Flow deutlich steigern. Dabei spielten ein disziplinierter Umgang mit Marketingaufwendungen, operative Effizienzsteigerungen und ein solider Finanzmittelbestand eine wichtige Rolle. Im Segment HomeToGo_PRO wurde erneut ein gutes zweistelliges Umsatzwachstum erzielt. Die Ertragsströme der Gruppe konnten dabei weiter diversifiziert werden. Insgesamt hat HomeToGo bei seinen Margen- und Cashflow-Zielen gute Fortschritte erzielt. Die Ausgangsbasis für nachhaltiges Wachstum ist zu Beginn des H2/2025 somit gestärkt.

1.2.4 Belegschaft

Die Zahl der Mitarbeiter*innen verringerte sich zum 30. Juni 2025 von 795 am 31. Dezember 2024 auf 739 (-56).

1.3 Ereignisse nach der Berichtsperiode

Zwischen dem Berichtsstichtag 30. Juni 2025 und dem Datum, an dem der Konzern-Zwischenabschluss und der Konzern-Zwischenlagebericht vom Vorstand zur Veröffentlichung freigegeben wurden (13. August 2025), sind keine bedeutsamen Ereignisse eingetreten, die sich wesentlich auf die Darstellung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gruppe auswirken könnten.

1.4 Risiko- und Chancenbericht

Das Risiko- und Chancenmanagement von HomeToGo ermöglicht die stetige Prüfung der Chancen und Risiken des Unternehmens in einem sich verändernden Umfeld. Wir erkennen im Rahmen unserer Risikoeinschätzung derzeit keine Risiken, die den Fortbestand von HomeToGo gefährden könnten. HomeToGo ist einigen Risiken ausgesetzt, die sich negativ auf die Geschäftstätigkeit sowie die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage auswirken und insbesondere die Reputation und das Image der Gesellschaft gefährden könnten. Die im Risiko- und Chancenbericht des Geschäftsberichts 2024 genannten Risikokategorien behalten im aktuellen Berichtszeitraum ihre Gültigkeit. Sonstige wesentliche oder kritische Risiko-Cluster haben sich nicht ergeben.

1.5 Ausblick

1.5.1 Prognose

2024 war ein Jahr des Wandels, das ganz im Zeichen einer deutlichen Steigerung von Umsatz und Gewinn stand. Im Geschäftsjahr 2025 rechnet HomeToGo nun weiterhin mit branchenführenden Wachstumsraten.

Verzögerung beim Vollzug der Interhome-Übernahme

Wie am 27. Mai 2025 mitgeteilt, hat die Schweizer Wettbewerbskommission (WEKO) eine vertiefte Prüfung (Phase-II-Prüfung) der geplanten Übernahme der Hotelplan Group durch die DERTOUR Group eingeleitet. Obwohl HomeToGo nicht unmittelbarer Gegenstand dieser Prüfung ist und bereits alle erforderlichen regulatorischen Genehmigungen für die Übernahme von Interhome erhalten hat, war ursprünglich ein gemeinsamer Vollzug beider Übernahmen vereinbart worden.

Infolgedessen rechnet HomeToGo nun vorsichtshalber damit, die Übernahme von Interhome spätestens bis Ende September 2025 zu vollziehen – etwa vier Monate später als ursprünglich in der am 27. März 2025 veröffentlichten Prognose für das Geschäftsjahr 2025 vorgesehen. Die Verzögerung ist ausschließlich auf die

andauernde Phase-II-Prüfung zurückzuführen. Der Kaufpreis für die Übernahme von Interhome ist durch einen sogenannten „Locked Box“-Mechanismus strukturiert. Dieser stellt sicher, dass die vereinbarten wirtschaftlichen Bedingungen trotz der bestätigten Verzögerung beim Vollzug unverändert bleiben, was bei Vollzug zu einem signifikant positiven Effekt auf den Finanzmittelbestand der Gruppe führen dürfte.

Aufgrund der Verzögerung und der daraus resultierenden Verschiebung der erwarteten Konsolidierung von Interhome hat HomeToGo die erwarteten Effekte der Interhome-Übernahme am 30. Juni aus seiner Prognose ausgeschlossen. Stattdessen wird für das Geschäftsjahr 2025 die folgende Finanzprognose auf eigenständiger Basis abgegeben: HomeToGo erwartet nun auf eigenständiger Basis, d. h. ohne Berücksichtigung der Auswirkungen von Interhome, Buchungserlöse von mehr als 270 Mio. Euro (zuvor: >350 Mio. Euro einschließlich der Interhome-Übernahme), IFRS-Umsatzerlöse auf eigenständiger Basis von mehr als 230 Mio. Euro (zuvor: >300 Mio. Euro einschließlich der Interhome-Übernahme) und ein bereinigtes EBITDA auf eigenständiger Basis von mehr als 19 Mio. Euro (zuvor: >35 Mio. Euro einschließlich der Interhome-Übernahme). Beim Free Cash Flow 2025 rechnet HomeToGo nach wie vor mit einem positiven Wert auf eigenständiger Basis. HomeToGo wird seine Prognose für das Geschäftsjahr 2025 nach dem erfolgreichen Vollzug der Interhome-Transaktion aktualisieren und die Konsolidierungseffekte aus dem Erwerb berücksichtigen.

Ausblick

	Prognose für das Geschäftsjahr 2025
Buchungserlöse	>270 Mio. Euro
Veränderung vs. Vorjahr in %	>4 %
IFRS-Umsatzerlöse	>230 Mio. Euro
Veränderung vs. Vorjahr in %	>8 %
Bereinigtes EBITDA	>19 Mio. Euro
Veränderung vs. Vorjahr in %	>48 %
Free Cash Flow	Positiv
Veränderung vs. Vorjahr in %	k. A.

HomeToGo hält weiterhin uneingeschränkt an seinem mittelfristigen Wachstumskurs fest und rechnet nach wie vor mit Synergiepotenzial infolge der Konsolidierung von Interhome. Im Geschäftsjahr 2026 erwartet HomeToGo bei allen wesentlichen Finanzkennzahlen weiteres Wachstum: Die Buchungserlöse, einschließlich des konsolidierten Interhome-Geschäfts, sollen sich auf deutlich mehr als 400 Mio. Euro belaufen (neue Prognose 2025 ohne Interhome: >270 Mio. Euro). Gleichzeitig sollen die IFRS-Umsatzerlöse und das bereinigte EBITDA 2026 die ursprüngliche Prognose für das Geschäftsjahr 2025 deutlich übersteigen (ursprüngliche Prognose 2025 einschließlich Interhome: >300 Mio. Euro bzw. >35 Mio. Euro). Der Free Cash Flow soll sich ggü. dem Vorjahreszeitraum noch deutlicher verbessern.

Dafür werden wir uns weiterhin auf skalierbare Wachstumschancen, operative Exzellenz und die vollständige Konsolidierung von Interhome konzentrieren, um das erwartete Synergiepotenzial freisetzen zu können. Auch unsere langfristige Vision bleibt dieselbe: Wir wollen einzigartige Unterkünfte für alle leicht zugänglich machen.

1.5.2 Gesamtbeurteilung des Vorstands der HomeToGo SE

Die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage zeigt zum Zeitpunkt der Erstellung des Halbjahresberichts für das Geschäftsjahr 2025 eine weiterhin insgesamt gute wirtschaftliche Lage der Gruppe.

Luxemburg, den 13. August 2025

Vorstand der HomeToGo SE

Dr. Patrick Andrae
Mitgründer & CEO

Wolfgang Heigl
Mitgründer & CSO

Valentin Gruber
COO

Sebastian Bielski
CFO

Verkürzter Konzern-Zwischenabschluss

2.1 Konzern-Gesamtergebnisrechnung

(in Tsd. Euro, Angaben zu Aktien in Euro)	Anhang- angabe	1. Jan. bis 30. Jun.	
		2025	2024
IFRS-Umsatzerlöse	7.	93.157	89.333
Umsatzkosten		(5.292)	(3.819)
Bruttoergebnis		87.865	85.514
Produktentwicklung und operativer Betrieb	8.	(19.784)	(20.081)
Marketing und Vertrieb	9.	(84.569)	(78.616)
Allgemeine Verwaltungsaufwendungen	10.	(24.049)	(19.496)
Sonstige Aufwendungen		(1.124)	(468)
Sonstige Erträge		1.621	868
Betriebsergebnis		(40.040)	(32.278)
Finanzerträge	11.	2.166	2.069
Finanzierungsaufwendungen	11.	(4.023)	(1.195)
Finanzergebnis, netto	11.	(1.857)	873
Verlust vor Steuern		(41.897)	(31.405)
Ertragsteuern		(1.043)	(1.231)
Periodenergebnis		(42.940)	(32.636)
Sonstiges Ergebnis		(43)	528
Gesamtergebnis		(42.984)	(32.108)
Unverwässertes und verwässertes Ergebnis je Aktie		(0,37)	(0,27)
Gewichtete durchschnittliche Anzahl der im Umlauf befindlichen Stammaktien (unverwässert und verwässert)		115.591.079	117.226.845
Zurechenbares Periodenergebnis:			
Aktionär*innen der HomeToGo SE		(42.621)	(33.841)
Minderheitsgesellschafter		(319)	1.205
Zurechenbares Gesamtergebnis:			
Aktionär*innen der HomeToGo SE		(42.665)	(33.313)
Minderheitsgesellschafter		(319)	1.205

Der Anhang ist integraler Bestandteil dieses Konzernabschlusses.

2.2 Konzernbilanz

(in Tsd. Euro)	Anhang- angabe	30. Jun. 2025	31. Dez. 2024
Aktiva			
Langfristige Vermögenswerte			
Immaterielle Vermögenswerte		238.975	241.522
Sachanlagen		11.687	12.377
Sonstige Forderungen (langfristig)		17	—
Ertragsteuerforderungen (langfristig)		74	113
Sonstige finanzielle Vermögenswerte (langfristig)	12.	9.783	10.708
Sonstige Vermögenswerte (langfristig)		163	169
Latente Steueransprüche		200	200
Summe langfristiger Vermögenswerte		260.900	265.089
Kurzfristige Vermögenswerte			
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Forderungen (kurzfristig)		20.944	18.143
Ertragsteuerforderungen (kurzfristig)		4.973	4.112
Sonstige finanzielle Vermögenswerte (kurzfristig)	12.	4.580	16.381
Sonstige Vermögenswerte (kurzfristig)	13	8.655	6.251
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente		151.935	70.790
Summe kurzfristiger Vermögenswerte		191.087	115.677
Summe Aktiva		451.988	380.765
Passiva			
Eigenkapital			
Gezeichnetes Kapital		3.461	2.441
Kapitalrücklage		610.756	528.002
Rücklage aus der Währungsumrechnung		(680)	(637)
Rücklage für anteilsbasierte Vergütungen		112.794	106.815
Verlustvortrag		(444.872)	(402.250)
HomeToGo-Aktionär*innen zurechenbares Eigenkapital		281.460	234.371
Minderheitsgesellschafter		32.533	32.852
Summe Eigenkapital		313.993	267.223
Fremdkapitalaufnahme (langfristig)		94	68
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten (langfristig)	14.	17.252	18.926
Rückstellungen (langfristig)		550	550
Sonstige Verbindlichkeiten (langfristig)	15.	846	886
Latente Steuerschulden		17.319	19.477
Langfristige Schulden		36.062	39.908
Fremdkapitalaufnahme (kurzfristig)		7	109
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen (kurzfristig)		19.304	18.107
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten (kurzfristig)	14.	45.413	26.809
Rückstellungen (kurzfristig)		1.778	1.340
Sonstige Verbindlichkeiten (kurzfristig)	15.	30.343	22.474
Ertragsteuerverbindlichkeiten (kurzfristig)		5.087	4.796
Kurzfristige Schulden		101.933	73.635
Summe Schulden		137.995	113.543
Summe Passiva		451.988	380.765

Der Anhang ist integraler Bestandteil dieses Konzernabschlusses.

2.3 Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung

(in Tsd. Euro)	Anhang- angabe	Gezeich- netes Kapital	Kapital- rücklage	Eigene Aktien	Verlust- vortrag	Rücklage aus der Währungs- umrechnung	Rücklage für anteils- basierte Vergütungen	HomeToGo- Aktionär*inn en zurechen- bares Eigenkapital	Minderheits- gesell- schafter	Summe Eigenkapital
As of Jan 1, 2024		2.441	601.497	(77.506)	(371.456)	(1.016)	96.160	250.121	—	250.121
Periodenergebnis		—	—	—	(33.841)	—	—	(33.841)	1.205	(32.636)
Sonstiges Ergebnis		—	—	—	—	524	—	524	—	524
Gesamtergebnis		—	—	—	(33.841)	524	—	(33.317)	1.205	(32.112)
Minderheitsgesellschafter aus Unternehmenszusammenschlüssen		—	—	—	—	—	—	—	30.571	30.571
Übertragung eigener Aktien als Gegenleistung für Unternehmenszusammenschlüsse – abzüglich Transaktionskosten und Steuern		—	(20.951)	27.879	—	—	—	6.928	—	6.928
Aktienrückkäufe		—	—	(3.949)	—	—	—	(3.949)	—	(3.949)
Anteilsbasierte Vergütung		—	(4.957)	6.689	—	—	5.676	7.407	—	7.407
As of Jun 30, 2024		2.441	575.595	(46.888)	(405.296)	(492)	101.836	227.196	31.776	258.972
As of Jan 1, 2025		2.441	575.490	(47.488)	(402.250)	(637)	106.815	234.371	32.852	267.223
Periodenergebnis		—	—	—	(42.622)	—	—	(42.622)	(319)	(42.940)
Sonstiges Ergebnis		—	—	—	—	(43)	—	(43)	—	(43)
Gesamtergebnis		—	—	—	(42.622)	(43)	—	(42.665)	(319)	(42.984)
Minderheitsgesellschafter aus Unternehmenszusammenschlüssen		—	—	—	—	—	—	—	32.533	32.533
Kapitalerhöhung		1.020	83.980	—	—	—	—	85.000	—	85.000
Transaktionskosten für die Kapitalerhöhung		—	(2.377)	—	—	—	—	(2.377)	—	(2.377)
Anteilsbasierte Vergütung		—	(3.984)	5.133	—	—	5.980	7.129	—	7.129
As of Jun 30, 2025		3.461	653.111	(42.354)	(444.872)	(680)	112.794	281.460	32.533	313.993

Der Anhang ist integraler Bestandteil dieses Konzernabschlusses.

2.4 Konzern-Kapitalflussrechnung

(in Tsd. Euro)	Anhang- angabe	1. Jan. bis 30. Jun.	
		2025	2024
Verlust vor Ertragsteuern		(41.897)	(31.405)
Anpassungen aufgrund von:			
Abschreibungen		8.893	5.418
Zahlungsunwirksamer Aufwand für Leistungen an Arbeitnehmer*innen – anteilsbasierte Vergütungen		7.139	6.372
Steueraufwand aus der Ausübung der virtuellen Optionen		—	(637)
Barausgleich an Begünstigte aus dem virtuellen Aktienoptionsprogramm		—	(20)
Gewinn/Verlust aus der Veräußerung von Sachanlagen		(1)	—
Finanzergebnis, netto	11	1.857	(873)
Nettoumrechnungsdifferenzen		(50)	(343)
Veränderung der betrieblichen Vermögenswerte und Verbindlichkeiten			
Zunahme(-)/Abnahme der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstiger Forderungen		(2.828)	(12.167)
Zunahme(-)/Abnahme der sonstigen finanziellen Vermögenswerte	12.	364	(2.628)
Zunahme(-)/Abnahme der sonstigen Vermögenswerte	13	(1.857)	3.794
Zunahme/Abnahme(-) der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstiger Verbindlichkeiten		1.199	8.625
Zunahme/Abnahme(-) der sonstigen finanziellen Verbindlichkeiten	14.	23.284	24.285
Zunahme/Abnahme(-) der sonstigen Verbindlichkeiten	15.	7.991	(3.727)
Sonstige nicht zahlungswirksame Veränderungen von Forderungen und Verbindlichkeiten		(34)	—
Zunahme/Abnahme(-) der Rückstellungen		438	(1.122)
Cashflow aus operativer Tätigkeit		4.499	(4.429)
Gezahlte Zinsen		(1.423)	(241)
Erhaltene Zinsen		844	691
Gezahlte(-)/erhaltene Ertragsteuern		(3.853)	(1.311)
Nettomittelzufluss/-abfluss(-) aus operativer Tätigkeit		67	(5.290)
Ein-/Auszahlungen (-) für erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete finanzielle Vermögenswerte	12.	11.890	15.000
Auszahlungen für den Erwerb von Tochtergesellschaften, abzüglich erworbener Zahlungsmittel		—	(28.798)
Auszahlungen für Sachanlagen		(334)	(167)
Auszahlungen für immaterielle Vermögenswerte		(563)	(641)
Auszahlungen für selbst erstellte immaterielle Vermögenswerte		(4.793)	(3.793)
Ein-/Auszahlungen (-) aus der Veräußerung von Sachanlagen und immateriellen Vermögenswerten		34	(2)
Nettomittelzufluss/-abfluss(-) aus Investitionstätigkeit		6.235	(18.401)
Rückzahlung von Fremdkapital		(7.077)	(1.673)
Tilgungsanteile der Leasingzahlungen		(607)	(676)
Erhöhung des Eigenkapitals durch Aktionär*innen der Muttergesellschaft		82.623	—
Auszahlungen für Aktienrückkäufe		—	(3.911)
Nettomittelzufluss/-abfluss(-) aus Finanzierungstätigkeit		74.939	(6.260)

(in Tsd. Euro)	Anhang- angabe	1. Jan. bis 30. Jun.	
		2025	2024
Nettozunahme/-abnahme der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente		81.241	(29.951)
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zu Beginn des Berichtszeitraums		70.790	108.953
Auswirkungen von Wechselkursänderungen auf Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente		(97)	19
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am Ende des Berichtszeitraums		151.935	79.022

Der Anhang ist integraler Bestandteil dieses Konzernabschlusses.

2.5 Verkürzter Anhang zum Konzernabschluss

1. Angaben zur Gesellschaft

Die HomeToGo-Gruppe („HomeToGo“ oder „Gruppe“) besteht aus der Muttergesellschaft HomeToGo SE („HomeToGo SE“), Luxemburg, Luxemburg („die Gesellschaft“) sowie ihren unmittelbaren und mittelbaren Tochtergesellschaften. Die Gesellschaft ist im luxemburgischen Handelsregister (Registre de Commerce et des Sociétés – „RCS“) unter der Nummer B249273 eingetragen. Sitz der Gesellschaft ist 9, rue de Bitbourg, L-1273 Luxemburg.

Die HomeToGo-Gruppe verbindet Reisende nahtlos mit mehr als 20 Mio. Ferienunterkünften, die von mehr als 78.000 Online-Reiseagenturen (OTAs), Reiseveranstaltungsgesellschaften, Ferienhaus-Vermietungsagenturen und andere Anbieter*innen von Unterkünften („Partner“) weltweit sowohl auf unserem Marktplatz als auch über HomeToGo_PRO angeboten werden. Der B2C-Marktplatz von HomeToGo bringt Angebot und Nachfrage für über 20 Mio. Ferienunterkünfte von mehr als 18.000 zuverlässigen Partnern zusammen. Das Geschäft wird über lokale Websites und Apps in 32 Ländern betrieben. Der Marktplatz bietet mit einem einfachen Suchvorgang eine immense Zahl an Unterkünften und ermöglicht den Nutzer*innen die Buchung über unterschiedliche Partner, entweder auf der externen Website des jeweiligen Partners oder direkt auf der Marktplatz-Plattform von HomeToGo. HomeToGo_PRO bietet B2B-Software- und Servicelösungen für die Angebotsseite: Die Plattform umfasst über 60.000 zahlende Kund*innen und mehr als 210 Tsd. Ferienunterkünfte.

2. Grundlagen der Erstellung

Der verkürzte Konzern-Zwischenabschluss der HomeToGo SE zum 30. Juni 2025 wurde gemäß IAS 34 „Zwischenberichterstattung“ erstellt. Auch die Vorgaben des Wertpapierhandelsgesetzes („WpHG“) wurden erfüllt. Dieser Halbjahresbericht wurde nicht geprüft. In diesem verkürzten Konzernabschluss finden sich nicht alle Anhangangaben, die üblicherweise in einem Jahresfinanzbericht zu finden sind. Daher ist dieser verkürzte Konzernabschluss in Verbindung mit dem Konzernabschluss für das Geschäftsjahr zum 31. Dezember 2024 sowie in Verbindung mit von HomeToGo im Berichtszeitraum veröffentlichten Meldungen zu lesen.

Das Geschäftsjahr von HomeToGo endet am 31. Dezember. Alle wesentlichen konzerninternen Geschäftsvorfälle werden bei der Erstellung des Konzernabschlusses eliminiert.

Soweit nicht anders angegeben, wurde der verkürzte Konzernabschluss nach dem Anschaffungskostenprinzip erstellt. Der Konzernabschluss wird in Euro aufgestellt, der funktionalen Währung der Gesellschaft und aller Tochtergesellschaften von HomeToGo.

Alle Werte werden auf die nächsten Tausend gerundet, sofern nichts anderes angegeben wird. Bei der Addition von Beträgen oder Prozentsätzen kann es zu Rundungsdifferenzen kommen.

Der verkürzte Konzernabschluss wurde unter der Annahme der Unternehmensfortführung erstellt. Das Management geht davon aus, dass HomeToGo über adäquate Mittel verfügt, um die Geschäftstätigkeit auf absehbare Zeit fortzusetzen.

An manchen Standards wurden Änderungen vorgenommen, die seit diesem Berichtszeitraum gelten. Die Gruppe musste infolgedessen jedoch weder ihre Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze ändern noch nachträgliche Anpassungen vornehmen.

3. Konsolidierungskreis

Der verkürzte Konzernabschluss enthält die Salden und Ergebnisse der Gesellschaft und ihrer hundertprozentigen Tochtergesellschaften. Tochtergesellschaften sind von der Gesellschaft unmittelbar oder mittelbar beherrschte Unternehmen. Die Gesellschaft beherrscht ein Unternehmen, wenn ihr im Zuge der Beteiligung Risiken durch oder Rechte auf veränderliche Renditen entstehen und sie durch ihre Verfügungsgewalt über das Unternehmen die Höhe dieser Renditen beeinflussen kann. Tochtergesellschaften werden ab dem Zeitpunkt konsolidiert, an dem die Beherrschung beginnt, und bleiben bis zu dem Zeitpunkt konsolidiert, an dem die Beherrschung endet. Der Konsolidierungskreis hat sich seit dem 31. Dezember 2024 nicht verändert.

4. Zusammenfassung der wesentlichen Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Die in diesem verkürzten Konzern-Zwischenabschluss angewandten Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze wurden für alle dargestellten Berichtszeiträume einheitlich angewandt und entsprechen mehrheitlich den Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätzen, die im Konzernabschluss zum 31. Dezember 2024 angewandt wurden; eine Ausnahme bildet lediglich Folgendes:

Ertragsteuern

Der Ertragsteueraufwand wird nach der bestmöglichen Schätzung des Managements zum gewichteten durchschnittlichen effektiven Ertragsteuersatz p. a. für das Geschäftsjahr erfasst. Der für das Halbjahr zum 30. Juni 2025 geschätzte durchschnittliche Steuersatz p. a. beläuft sich auf 2,4 % (H1/2024: 3,8 %).

Maßgebliche rechnungslegungsbezogene Ermessensausübung, wesentliche Schätzungen und Annahmen

Die Aufstellung des verkürzten Konzern-Zwischenabschlusses von HomeToGo in Übereinstimmung mit den IFRS verlangt vom Vorstand Ermessensausübungen, Schätzungen und Annahmen, die sich auf die ausgewiesenen Erlöse, Aufwendungen, Vermögenswerte und Verbindlichkeiten sowie auf die beigefügten Anhangangaben und die Angaben zu Eventualverbindlichkeiten auswirken. Annahmen und Schätzungen sind mit Unsicherheit behaftet und die tatsächlichen Ergebnisse erfordern möglicherweise eine wesentliche Anpassung des Buchwerts der betroffenen Vermögenswerte oder Verbindlichkeiten künftiger Zeiträume. Die Schätzungen und zugrunde liegenden Annahmen werden fortlaufend überprüft.

Bei der Erstellung des verkürzten Konzern-Zwischenabschlusses hat der Vorstand im Hinblick auf die Anwendung der Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze der Gruppe dieselben signifikanten Ermessensausübungen vorgenommen wie im Konzernabschluss für das Geschäftsjahr zum 31. Dezember 2024 und auch die Hauptursachen für Schätzungsunsicherheiten waren dieselben.

5. Saisonalität

Die Nachfrage nach den Dienstleistungen der Gruppe unterliegt wie auch das Buchungs- und Reiseverhalten saisonalen Schwankungen. Im internen Berichtswesen fallen die Buchungserlöse⁸ im B2C-Segment HomeToGo Marktplatz und im B2B-Segment HomeToGo_PRO im Q1 und Q2 eines Jahres grundsätzlich am höchsten aus, da in diesem Zeitraum die Frühjahrs-, Sommer- und Winterurlaube geplant und gebucht werden. Die Buchungserlöse werden intern zum Zeitpunkt der Buchung erfasst. Die IFRS-Umsatzerlöse aus dem Segment HomeToGo Marktplatz hingegen erreichen ihren Höchststand für gewöhnlich im Q3, wenn die meisten Check-ins erfolgen und damit zu diesem Zeitpunkt die entsprechenden IFRS-Umsatzerlöse realisiert werden. Im Q4 sinken die IFRS-Umsatzerlöse der Gruppe dann üblicherweise. Da die Gruppe monatliche Rechnungen ausstellt, bei den Zahlungsbedingungen den Branchenstandards folgt und die Partner ihre Provisionen meist nach Check-in oder Check-out zahlen, steigt der Nettomittelzufluss/-abfluss aus operativer Tätigkeit im Q4. Eine Ausnahme hiervon bilden die Geschäftsmodelle von e-domizil, Kurz Mal Weg, Kurzurlaub und weiteren

⁸ Buchungserlöse sind eine operative, nicht nach Rechnungslegungsgrundsätzen bestimmte Leistungskennzahl zur Messung der Performance. Für eine Definition und weitere Erläuterungen verweisen wir auf unser Glossar.

kleineren Tochtergesellschaften, die ebenfalls Inkassodienstleistungen für die Anbieter*innen der Ferienunterkünfte (Gastgeber*innen, Ferienhaus-Vermietungsagenturen, Reiseziele und andere) anbieten und daher zwischen Buchungsdatum und Check-in-Datum Zahlungen in Tranchen einziehen. Zudem werden die Cashflow-Muster der Gruppe wesentlich vom Zeitpunkt der Performance-Marketing-Aufwendungen beeinflusst; diese fallen hauptsächlich im Q1 an.

Mit Ausnahme der stark variablen Performance-Marketing-Aufwendungen sind die übrigen Aufwendungen der Gruppe über die Quartale gesehen relativ stabil oder sie sind variabel, aber linear abhängig vom Transaktionsvolumen. Wie hoch die Performance-Marketing-Aufwendungen ausfallen, hängt stark von der Höhe des zusätzlichen anorganischen Traffics ab, den die Gruppe für die Plattform generieren will. Für weitere Einzelheiten zu zeitlichen Aspekten der Umsatzrealisierung verweisen wir auf den Konzernabschluss für das Geschäftsjahr zum 31. Dezember 2024.

Wir verweisen zudem auf die Anhangangaben 8. Product development and operations, 9. Marketing and sales und 10. General and administrative, in denen die Veränderungen der einzelnen Aufwandsarten im Berichtszeitraum erläutert werden.

6. Segmentinformation und geografische Angaben

Die nachstehende Tabelle zeigt die beiden Berichtssegmente der Gruppe:

Segment	Aktivitäten
HomeToGo Marktplatz	Unser Berichtssegment Marktplatz umfasst alle Geschäftsmodelle und Umsatzaktivitäten, bei denen Reisende im Mittelpunkt stehen. Dabei werden Umsatzerlöse hauptsächlich indirekt über unsere Partner erwirtschaftet. Es handelt sich um Umsatzaktivitäten aus dem Buchungsgeschäft (Onsite) und dem Werbegeschäft; mit Reisenden werden nur geringfügige direkte Umsatzerlöse erzielt.
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.

Als verantwortliche Unternehmensinstanz wurde der Vorstand der Gruppe identifiziert. In der nachfolgenden Tabelle sind die Steuerungskennzahlen (KPIs) aufgeführt, die die verantwortliche Unternehmensinstanz im Rahmen des internen Berichtswesens berücksichtigt.

KPI	Definition
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 Erträge und Aufwendungen, die außerhalb des normalen Geschäftsbetriebs anfallen. Hierzu 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.
Bereinigte EBITDA-Marge	Verhältnis von bereinigtem EBITDA zu IFRS-Umsatzerlösen.

Die nachfolgende Tabelle zeigt die Überleitung der Steuerungskennzahlen der Gruppe:

1. Jan. bis 30. Jun. 2025				
(in Tsd. Euro)	HomeToGo Marktplatz	HomeToGo PRO	Konsolidierung	Gruppe
IFRS-Umsatzerlöse	65.461	30.012	(2.316)	93.157
Marketing und Vertrieb	(69.235)	(16.622)	1.288	(84.569)
Bereinigtes EBITDA	(19.971)	(603)	—	(20.574)
Bereinigte EBITDA-Marge	(30,5) %	(2,0) %	—	(22,1) %

1. Jan. bis 30. Jun. 2024				
(in Tsd. Euro)	HomeToGo Marktplatz	HomeToGo PRO	Konsolidierung	Gruppe
IFRS-Umsatzerlöse	65.250	26.663	(2.580)	89.333
Marketing und Vertrieb	(67.211)	(18.266)	6.862	(78.616)
Bereinigtes EBITDA	(23.531)	4.484	—	(19.047)
Bereinigte EBITDA-Marge	(36,1) %	16,8 %	—	(21,3) %

Die Überleitung vom bereinigten EBITDA zum Betriebsergebnis vor Ertragsteuern stellt sich wie folgt dar:

1. Jan. bis 30. Jun.		
(in Tsd. Euro)	2025	2024
Bereinigtes EBITDA	(20.574)	(19.047)
Einmaleffekte	(3.445)	(1.441)
Abschreibungen	(8.882)	(5.418)
Finanzierungsaufwendungen, netto	(1.857)	873
Anteilsbasierte Vergütungen	(7.139)	(6.372)
Verlust vor Steuern	(41.897)	(31.405)

7. IFRS Umsatzerlöse

HomeToGo erfasst seine IFRS-Umsatzerlöse wie folgt:

(in Tsd. Euro)	1. Jan. bis 30. Jun.	
	2025	2024
IFRS-Umsatzerlöse		
Zu einem bestimmten Zeitpunkt erfasste Erlöse		
davon:		
Buchungsgeschäft (Onsite)	32.800	33.249
Werbe­geschäft	30.345	29.421
Volumenbasiertes Geschäft	17.801	15.426
Über einen bestimmten Zeitraum erfasste Erlöse		
davon:		
Subscriptions-Geschäft	12.211	11.237
	93.157	89.333

Auf dem HomeToGo Marktplatz werden die auf den HomeToGo-Plattformen durch Buchungen eingenommenen IFRS-Umsatzerlöse sowie die auf den Partnerplattformen erwirtschafteten Erlöse erfasst. Darüber hinaus wird auf dem HomeToGo Marktplatz zwischen Umsatzerlösen aus dem Buchungsgeschäft (Onsite) und Umsatzerlösen aus dem Werbe­geschäft unterschieden.

HomeToGo_PRO erzielt Umsatzerlöse aus dem Subscriptions-Geschäft sowie aus dem volumenbasierten Geschäft. Cashflows aus diesen Umsatzerlösen werden grundsätzlich vereinnahmt, bevor die zugrunde liegende Leistungsverpflichtung über einen bestimmten Zeitraum erfüllt wird. Dies führt zu einem hohen Saldo an Vertragsverbindlichkeiten in der Konzernbilanz, der in der Folge über den Leistungszeitraum aufgelöst wird.

8. Produktentwicklung und operativer Betrieb

(in Tsd. Euro)	1. Jan. bis 30. Jun.	
	2025	2024
Personalbezogene Aufwendungen	12.649	12.591
Anteilsbasierte Vergütung	2.318	2.188
Lizenz­aufwendungen	1.867	1.808
Externe Dienstleistungen	1.575	1.047
Abschreibungen	433	403
Softwareentwicklungsaufwendungen	121	1.033
Sonstige	823	1.011
	19.784	20.081

Produktentwicklung und operativer Betrieb umfassen personalbezogene Aufwendungen sowie Lizenz- und Softwareaufwendungen für die Entwicklung und Pflege der Plattform und der Systeminfrastruktur sowie Aufwendungen für den Kundenservice und die IT-Infrastruktur der Gruppe. Darüber hinaus sind externe Dienstleistungen enthalten, die für die Angebotsseite des Geschäft der Gruppe anfallen.

9. Marketing und Vertrieb

(in Tsd. Euro)	1. Jan. bis 30. Jun.	
	2025	2024
Performance-Marketing	71.445	69.075
Personalbezogene Aufwendungen	5.867	5.760
Abschreibungen	4.767	2.404
Anteilsbasierte Vergütung	546	237
Sonstige	1.945	1.141
	84.569	78.616

Performance-Marketing umfasst bezahlte Marketingdienstleistungen, Suchmaschinen-Marketing („SEM“), Content-Marketing und andere Formen des Inbound-Marketings sowie Onsite- und Offsite-Suchmaschinenoptimierung („SEO“). Ziel der Marketingaktivitäten ist es, Reisende auf die Buchungsplattformen der Gruppe zu bringen und aus Besucher*innen der Website aktive Nutzer*innen zu machen, die Buchungen vornehmen. Der Anstieg beim sonstigen Marketing- und Vertriebsaufwand ist auf das Sponsoring des Bundesliga-Vereins 1. FC Union Berlin in der zweiten Hälfte der Saison 2024/25 zurückzuführen. Die höheren Aufwendungen für Abschreibungen (H1/2024: 2,4 Mio. Euro; H1/2025: 4,8 Mio. Euro) resultieren aus zusätzlichen Abschreibungen auf Kundenbeziehungen und Markenrechte aus den Übernahmen der KMW Reisen GmbH, der Super Urlaub GmbH, der Kraushaar Ferienwohnungen GmbH und der timwork GmbH im Januar 2024. Die Aufwendungen für zusätzliche Abschreibungen von 2,2 Mio. Euro waren in den Zahlen für das H1/2024 nicht berücksichtigt, da die Kaufpreisallokationen erst im Q4/2024 abgeschlossen und die Aufwendungen für 2024 erst im Q4 vollständig erfasst wurden. Somit sind die Abschreibungen im H1/2025 und H1/2024 nicht vergleichbar.

10. Allgemeine Verwaltungsaufwendungen

(in Tsd. Euro)	1. Jan. bis 30. Jun.	
	2025	2024
Personalbezogene Aufwendungen	9.351	9.428
Beratungsaufwendungen	4.875	1.873
Anteilsbasierte Vergütung	4.276	3.947
Aufwendungen für externe Dienstleistungen	1.617	1.506
Lizenzaufwendungen	790	438
Erwartete Forderungsausfälle	708	701
Abschreibungen	542	553
Sonstige	1.890	1.050
	24.049	19.496

Die allgemeinen Verwaltungsaufwendungen umfassen den Personalaufwand sowie Aufwendungen für externe Dienstleistungen und Beratungsaufwendungen. Der Anstieg der Beratungsaufwendungen von 1,9 Mio. Euro im H1/2024 auf 4,9 Mio. Euro im H1/2025 war primär auf Transaktionskosten im Zusammenhang mit der geplanten Übernahme von Interhome zurückzuführen. Die Lizenzaufwendungen erhöhten sich hauptsächlich aufgrund der Beschaffung neuer Softwarelizenzen durch die Gruppe im H1/2025. Die sonstigen Aufwendungen stiegen infolge höherer Aufwendungen für erworbene Dienstleistungen und Sponsoring.

11. Finanzergebnis, netto

(in Tsd. Euro)	1. Jan. bis 30. Jun.	
	2025	2024
Finanzerträge		
Erträge aus der Neubewertung zum beizulegenden Zeitwert	1.473	1.370
Zinserträge	693	505
Sonstige	189	193
Finanzierungsaufwendungen		
Aufwendungen aus der Neubewertung zum beizulegenden Zeitwert	2.361	180
Zinsaufwendungen	1.815	830
Sonstige	36	186
Finanzergebnis, netto	(1.857)	873

Die Erträge aus der Neubewertung zum beizulegenden Zeitwert in Höhe von 1,5 Mio. Euro in der Berichtsperiode (Vergleichszeitraum: 1,4 Mio. Euro) stehen im Zusammenhang mit einem mit 0,5 Mio. Euro bewerteten Devisentermingeschäft zur Absicherung des Wechselkursrisikos aus einer Darlehensfazilität. Diese ist für die Kaufpreiszahlung für die erwartete Übernahme von Interhome bestimmt, wurde aber noch nicht in Anspruch genommen. Darüber hinaus beziehen sich 0,9 Mio. Euro auf die Neubewertung zum beizulegenden Zeitwert einer Aktienverbindlichkeit, die Teil der Gesamtgegenleistung mit einer vereinbarten Zahlungsaufschubung für eine der Akquisitionen im Januar 2024 ist. In der Vergleichsperiode stehen die Erträge aus der Neubewertung zum beizulegenden Zeitwert im Wesentlichen im Zusammenhang mit der Neubewertung der Call-Option auf die Anteile von Minderheitsgesellschaftern der GetAway Group GmbH. Zinserträge umfassen insbesondere Zinsen auf Bankeinlagen.

Der gestiegene Aufwand aus der Neubewertung zum beizulegenden Zeitwert in Höhe von 2,4 Mio. Euro in der Berichtsperiode (Vergleichszeitraum: 0,2 Mio. Euro) resultiert aus der Neubewertung der oben dargestellten Verbindlichkeit aus der Call-Option und der damit verbundenen unbedingten Put-Option auf Anteile von Minderheitsgesellschaftern der Kraushaar Ferienwohnungen GmbH und der timwork GmbH.

Die in der Berichtsperiode angefallenen Zinsaufwendungen von 1,8 Mio. Euro (Vergleichszeitraum: 0,8 Mio. Euro) betreffen vor allem nach IFRS 16 bilanzierte Leasingverhältnisse, Zinsen auf Darlehen und Zinsaufwendungen aus der Aufzinsung der Verbindlichkeit für die oben dargestellte unbedingte Put-Option. Darüber hinaus sind hier Zinsaufwendungen für die Aufzinsung der zu fortgeführten Anschaffungskosten bewerteten Verkäuferdarlehen enthalten, die als aufgeschobene Gegenleistung für die Unternehmenszusammenschlüsse mit der KMW Reisen GmbH und der Super Urlaub GmbH ausgewiesen werden.

12. Sonstige finanzielle Vermögenswerte (kurz- und langfristig)

Die sonstigen kurzfristigen finanziellen Vermögenswerte setzen sich wie folgt zusammen:

(in Tsd. Euro)	Zum	
	30. Jun. 2025	31. Dez. 2024
Kauttionen	4.003	4.491
Derivativer finanzieller Vermögenswert	513	—
Geldmarktfonds	63	11.890
	4.580	16.381

Der Posten „Kauttionen“ enthält ein zusätzliches Treuhandkonto mit einem Saldo von 2,3 Mio. Euro (31. Dezember 2024: 2,3 Mio. Euro), mit dem die spätere Aktienübertragung als Teil der Gegenleistung für eine der jüngsten Akquisitionen besichert wird. Der mit 0,5 Mio. Euro bewertete derivative finanzielle Vermögenswert

bezieht sich auf ein Devisentermingeschäft zur Absicherung des Wechselkursrisikos aus einer Darlehensfazilität. Diese ist für die Kaufpreiszahlung für die erwartete Übernahme von Interhome bestimmt, wurde aber noch nicht in Anspruch genommen. Die sonstigen kurzfristigen finanziellen Vermögenswerte enthalten eine Anlage in einen kurzfristigen Geldmarktfonds, der erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bilanziert ist.

Die sonstigen langfristigen finanziellen Vermögenswerte setzen sich wie folgt zusammen:

(in Tsd. Euro)	Zum	
	30. Jun. 2025	31. Dez. 2024
Call-Option auf Anteile von Minderheitsgesellschaftern	7.294	8.278
Kautionen	1.931	1.871
Beteiligungen	558	558
	9.783	10.707

Die sonstigen langfristigen finanziellen Vermögenswerte umfassen im Wesentlichen eine zum 30. Juni 2025 mit 7,3 Mio. Euro bewertete Call-Option auf die Anteile von Minderheitsgesellschaftern der GetAway Group GmbH.

13. Sonstige kurzfristige Vermögenswerte

Die sonstigen kurzfristigen Vermögenswerte setzen sich wie folgt zusammen:

(in Tsd. Euro)	Zum	
	30. Jun. 2025	31. Dez. 2024
Aktive Rechnungsabgrenzung	3.366	4.459
Geleistete Vorauszahlungen	2.442	297
Sonstige Steuerforderungen	1.799	1.355
Sonstige nichtfinanzielle Vermögenswerte	1.049	141
	8.655	6.251

Die sonstigen nichtfinanziellen Vermögenswerte beruhen überwiegend auf Transaktionskosten gemäß IFRS 9 in Höhe von 0,8 Mio. Euro zum 30. Juni 2025; diese wurden abgegrenzt, da das entsprechende Darlehen im Berichtszeitraum nicht in Anspruch genommen wurde. Die aktive Rechnungsabgrenzung steht überwiegend im Zusammenhang mit Software-Abonnements. Die höheren geleisteten Vorauszahlungen von 2,4 Mio. Euro (Vergleichszeitraum: 0,3 Mio. Euro) stehen im Zusammenhang mit saisonalen Ereignissen.

14. Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten (kurz- und langfristig)

Die sonstigen kurzfristigen finanziellen Verbindlichkeiten setzen sich wie folgt zusammen:

(in Tsd. Euro)	Zum	
	30. Jun. 2025	31. Dez. 2024
Reisevorauszahlungen	34.444	10.960
Aufgeschobene Gegenleistung	7.115	13.759
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	2.691	1.261
Leasingverbindlichkeiten	1.163	829
	45.413	26.809

Die Reisevorauszahlungen stiegen zum 30. Juni 2025 saisonal bedingt auf 34,4 Mio. Euro (2024: 11,0 Mio. Euro). Hierin enthalten sind von Reisenden vereinnahmte Vorauszahlungen sowie Vorauszahlungen für Vermittlungsdienste vor dem Check-in der Reisenden in der gebuchten Unterkunft. Die von den Reisenden vereinnahmten Vorauszahlungen werden meist unmittelbar vor dem Check-in der Reisenden an die Anbieter*innen von Unterkünften überwiesen. Für Vermittlungsdienste erhaltene Vorauszahlungen werden

unter den Vertragsverbindlichkeiten als Teil der sonstigen Verbindlichkeiten (kurzfristig) ausgewiesen. Wir verweisen hierzu auch auf die Tabelle in Anhangangabe 15. Other liabilities (current and non-current). Zum 30. Juni 2025 unterliegen von Reisenden vereinnahmte Vorauszahlungen in Höhe von 12,4 Mio. Euro (31. Dezember 2024: 2,4 Mio. Euro) vertraglichen Beschränkungen und stehen der Gruppe nicht zur allgemeinen Verwendung zur Verfügung.

Die aufgeschobene Gegenleistung betrifft Verkäuferdarlehen, die die Verkäufer von Kurz Mal Weg und Kurzzurlaub im Rahmen der Übernahme der beiden Unternehmen im Jahr 2024 gewährt hatten und die im H1/2025 teilweise zurückgezahlt wurden.

Die sonstigen langfristigen finanziellen Verbindlichkeiten setzen sich wie folgt zusammen:

(in Tsd. Euro)	Zum	
	30. Jun. 2025	31. Dez. 2024
Leasingverbindlichkeiten	10.611	11.549
Verbindlichkeit aus Put-Option von Minderheitsgesellschaftern	6.642	5.175
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	—	2.202
	17.252	18.926

Sonstige langfristige finanzielle Verbindlichkeiten beinhalten eine Verbindlichkeit für eine Put-Option, die der Verkäufer der Kraushaar Ferienwohnungen GmbH und der timwork GmbH im Zuge dieser Unternehmenszusammenschlüsse im Jahr 2024 gehalten hatte. Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten, die sich zum 31. Dezember 2024 auf 2,2 Mio. Euro beliefen, wurden im Jahr 2025 in die sonstigen kurzfristigen finanziellen Verbindlichkeiten umgegliedert.

15. Sonstige Verbindlichkeiten (kurz- und langfristig)

Die sonstigen kurzfristigen Verbindlichkeiten setzen sich wie folgt zusammen:

(in Tsd. Euro)	Zum	
	30. Jun. 2025	31. Dez. 2024
Vertragsverbindlichkeiten	19.242	12.114
Sonstige nichtfinanzielle Verbindlichkeiten	5.981	6.284
Personalbezogene Verbindlichkeiten	3.293	3.318
Sonstige Steuerverbindlichkeiten	1.827	757
	30.343	22.474

Vertragsverbindlichkeiten basieren auf Umsatzerlösen aus dem Subscriptions-Geschäft oder dem volumenbasierten Geschäft, die vorab vereinnahmt wurden, aber bei denen die vertragliche Leistungsverpflichtung zum Bilanzstichtag noch nicht vollständig erfüllt wurde (siehe hierzu auch Anhangangabe 7. IFRS Revenues). Der Anstieg der Vertragsverbindlichkeiten von 12,1 Mio. Euro zum 31. Dezember 2024 auf 19,2 Mio. Euro zum 30. Juni 2025 ist auf die Saisonalität unseres Geschäfts zurückzuführen: Die Gruppe verzeichnete einen deutlichen Anstieg von Reisevorauszahlungen und dementsprechend steigende Vertragsverbindlichkeiten. Sonstige nichtfinanzielle Verbindlichkeiten enthalten Verbindlichkeiten aus dem Erwerb von Gutscheinen durch Kund*innen, die innerhalb eines bestimmten Zeitraums eingelöst werden können.

Die Finanzinstrumente stellen sich zum 30. Juni 2025 wie folgt dar:

(in Tsd. Euro)	30. Jun. 2025			
	Buchwert	Kategorie nach IFRS 9	Beizulegender Zeitwert	Stufe der Bemessungshierarchie
Langfristige Vermögenswerte				
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	9.783			
davon Kautionen	1.931	Fortgeführte Anschaffungskosten		
davon Call-Option auf Anteile von Minderheitsgesellschaftern	7.294	FVTPL	7.294	Stufe 3
Kurzfristige Vermögenswerte				
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Forderungen	20.944	Fortgeführte Anschaffungskosten		
davon Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	20.471			
davon sonstige Forderungen	473			
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	151.935	Fortgeführte Anschaffungskosten		
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	4.580			
davon Kautionen	4.003	Fortgeführte Anschaffungskosten		
davon derivativer finanzieller Vermögenswert	513	FVTPL	513	Stufe 2
davon Geldmarktfonds	63	FVTPL	63	Stufe 1
Langfristige Schulden				
Fremdkapitalaufnahme	94	Fortgeführte Anschaffungskosten		
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	17.252			
davon Leasingverbindlichkeiten	10.611	k. A.		
davon Verbindlichkeit aus der Put-Option von Minderheitsgesellschaftern	6.642	Fortgeführte Anschaffungskosten	6.625	Stufe 3
Kurzfristige Schulden				
Fremdkapitalaufnahme	7	Fortgeführte Anschaffungskosten		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	19.304	Fortgeführte Anschaffungskosten		
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	45.413			
davon aufgeschobene Gegenleistung	7.115	Fortgeführte Anschaffungskosten		
davon Leasingverbindlichkeiten	1.163	k. A.		
davon sonstige Verbindlichkeiten	2.691	Fortgeführte Anschaffungskosten		
davon Reisevorauszahlungen	34.444	Fortgeführte Anschaffungskosten		

Die Finanzinstrumente stellen sich zum 31. Dezember 2024 wie folgt dar:

(in Tsd. Euro)	31. Dez. 2024			
	Buchwert	Kategorie nach IFRS 9	Beizulegender Zeitwert	Stufe der Bemessungshierarchie
Langfristige Vermögenswerte				
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	10.708			
davon Call-Option	8.278	FVTPL	8.278	Stufe 3
davon Kautionen	1.871	Fortgeführte Anschaffungskosten		
davon Beteiligungen	558	Fortgeführte Anschaffungskosten		
Kurzfristige Vermögenswerte				
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Forderungen	18.143	Fortgeführte Anschaffungskosten		
davon Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	17.856			
davon sonstige Forderungen	286			
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	70.790	Fortgeführte Anschaffungskosten		
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	16.381			
davon Kautionen	4.491	Fortgeführte Anschaffungskosten		
davon Geldmarktfonds	11.890	FVTPL	11.890	Stufe 1
Langfristige Schulden				
Fremdkapitalaufnahme	68	Fortgeführte Anschaffungskosten		
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	18.926			
davon Leasingverbindlichkeiten	11.549	k. A.		
davon Verbindlichkeit aus der Put-Option von Minderheitsgesellschaftern	5.175	Fortgeführte Anschaffungskosten	5.078	Stufe 3
davon sonstige Verbindlichkeiten	2.202	Fortgeführte Anschaffungskosten		
Kurzfristige Schulden				
Fremdkapitalaufnahme	109	Fortgeführte Anschaffungskosten		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	18.107	Fortgeführte Anschaffungskosten		
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	26.809			
davon aufgeschobene Gegenleistung	13.759	Fortgeführte Anschaffungskosten		
davon Leasingverbindlichkeiten	829	k. A.		
davon sonstige Verbindlichkeiten	1.261	Fortgeführte Anschaffungskosten		
davon Reisevorauszahlungen	10.960	Fortgeführte Anschaffungskosten		

Da bei HomeToGo die Kriterien für eine Saldierung nicht erfüllt sind, erfolgt keine Verrechnung von Finanzinstrumenten. Ist kein notierter Preis an einem aktiven Markt verfügbar, nutzt HomeToGo Bewertungstechniken, mit denen die Verwendung der relevanten beobachtbaren Inputfaktoren maximiert und die der nicht beobachtbaren Inputfaktoren minimiert werden. Die eingesetzte Bewertungstechnik bezieht alle Faktoren ein, die Marktteilnehmer*innen bei der Festlegung eines Preises für einen Geschäftsvorfall berücksichtigen würden.

Der folgende Abschnitt zeigt die Bewertungstechnik, die bei der Ermittlung von beizulegenden Zeitwerten der Stufe 3 zum 30. Juni 2025 bzw. zum 31. Dezember 2024 im Hinblick auf zum beizulegenden Zeitwert bemessene Finanzinstrumente in der Bilanz eingesetzt wird, sowie die wesentlichen verwendeten nicht beobachtbaren Inputfaktoren:

- Bewertungstechniken: Die Put-Option und die Call-Option werden auf Basis einer Monte-Carlo-Simulation bewertet.
- Wesentliche nicht beobachtbare Inputfaktoren: Der beizulegende Zeitwert der Call-Option wurde durch Fortschreibung des Equity-Value und des EBITDA festgesetzt. Die Eigenkapitalvolatilität wurde von einer Gruppe von Vergleichsunternehmen abgeleitet und ist daher nicht am Markt beobachtbar. Der risikolose Zinssatz basiert auf den Renditen für deutsche Bundesanleihen und ist am Markt beobachtbar.

Der beizulegende Zeitwert der Put-Option wurde unter Berücksichtigung des Equity-Value und des EBIT der jeweiligen Gesellschaft abgeleitet.

HomeToGo hat im Rahmen der de-SPAC-Transaktion im Jahr 2021 Optionsscheine der Klasse A und der Klasse B übernommen, die vor der Transaktion von Lakestar SPAC begeben worden waren. Diese Optionsscheine fallen in den Anwendungsbereich von IFRS 9. Zum 30. Juni 2025 wiesen diese Instrumente keinen wesentlichen beizulegenden Zeitwert auf.

In den dargestellten Zeiträumen erfolgten keine Übertragungen zwischen den verschiedenen Stufen der Zeitwerthierarchie. HomeToGo erfasst Übertragungen in die und aus den Stufen der Zeitwerthierarchie grundsätzlich am Ende des Berichtszeitraums.

Die folgende Tabelle zeigt eine Überleitungsrechnung der beizulegenden Zeitwerte der Stufe 3 für die Call-Option:

(in Tsd. Euro)	2025	2024
Anfangssaldo zum 1. Jan.	8.278	—
Zugänge im Geschäftsjahr	—	4.152
In den Finanzerträgen erfasste Erträge/Aufwendungen(-) aus der Bewertung zum beizulegenden Zeitwert	(985)	561
Schlussaldo zum 30. Jun.	7.294	4.713

Die folgende Tabelle zeigt die Auswirkungen auf den beizulegenden Zeitwert der Call-Option sowie die Auswirkungen auf das Finanzergebnis durch die Verschiebung wesentlicher Inputfaktoren im Bewertungsmodell für die Call-Option:

Schlussaldo zum 30. Jun. 2025 (in Tsd. Euro)	Effect on financial result (in EUR thousands)	Effect on financial result (in EUR thousands)
Änderung des EBITDA	+10%	(10) %
Änderung des Preises für die Call-Option	(903)	754
Änderung der Eigenkapitalvolatilität	+10 %	(10) %
Change in Call Option Price	2.023	(1.955)

18. Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Zwischen dem Berichtsstichtag und dem Datum, an dem der Konzern-Zwischenabschluss und der Konzern-Zwischenlagebericht vom Vorstand zur Veröffentlichung freigegeben wurden (13. August 2025), sind keine bedeutsamen Ereignisse eingetreten, die sich wesentlich auf den verkürzten Konzernabschluss zum 30. Juni 2025 auswirken könnten.

Luxemburg, den 13. August 2025

Vorstand der HomeToGo SE

Dr. Patrick Andrae
Mitgründer & CEO

Wolfgang Heigl
Mitgründer & CSO

Valentin Gruber
COO

Sebastian Bielski
CFO

2.6 Versicherung der gesetzlichen Vertreter

Nach bestem Wissen versichern wir, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen für die Zwischenberichterstattung der Konzern-Zwischenabschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gruppe vermittelt und im Konzern-Zwischenlagebericht der Geschäftsverlauf und die Lage der Gruppe so dargestellt werden, dass ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild vermittelt wird, und dass die wesentlichen Chancen und Risiken der voraussichtlichen Entwicklung der Gruppe im Lagebericht beschrieben sind.

Luxemburg, den 13. August 2025
Vorstand der HomeToGo SE

Dr. Patrick Andrae
Mitgründer & CEO

Wolfgang Heigl
Mitgründer & CSO

Valentin Gruber
COO

Sebastian Bielski
CFO

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 Nettomittelzufluss/-abfluss aus operativer Tätigkeit zuzüglich Netto-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.

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 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 im Laufe der Kundenbeziehung mehr als eine Buchung bei Marken vorgenommen haben,

die die HomeToGo-Marktplatztechnologie für Ferienunterkünfte nutzen.

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).

Kraushaar Ferienwohnungen

Spezialist für die Vermietung und Verwaltung von Ferienunterkünften mit Fokus auf Norddeutschland. Die Kraushaar Ferienwohnungen GmbH (Hamburg, Deutschland) ist eine mittelbare Tochtergesellschaft (Beteiligung von 75 %) der HomeToGo GmbH.

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
Hamburger Investorentage (HIT), Montega, Hamburg	Aug 28, 2025
Deutsche Bank European TMT Conference, London	Sep 3, 2025
CF&B Midcap Event, Paris	Sep 30 / Oct 01, 2025
Cantor Roadshow, Europa	Oct 6/7, 2025
Finanzergebnisse und Earnings Call Q3/2025	Nov 13, 2025
Deutsches Eigenkapitalforum, Frankfurt/Main	Nov 24/25, 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