

Zusammengefasster Lagebericht des Scout24-Konzerns und der Scout24 AG

Grundlagen des Konzerns

Geschäftstätigkeit und Geschäftsfelder

Der Scout24-Konzern (nachfolgend auch "Scout24" oder "Scout24-Gruppe" genannt) ist ein führender Betreiber digitaler Marktplätze mit Fokus auf Immobilien und Automobile in Deutschland und anderen ausgewählten europäischen Ländern. Ein neues Zuhause zu finden oder ein Auto zu kaufen stellen zwei sehr wichtige Entscheidungen im Leben der Menschen dar. Wir begleiten unsere Nutzer und unterstützen sie, die besten Entscheidungen zu treffen. Hierfür bringen wir auf unseren Marktplätzen ein großes Angebot an Inseraten mit einer großen Anzahl von Nutzern zusammen.

Über unsere Online-Marktplätze bieten wir Nutzern Zugriff auf eine große Zahl an Immobilien- und Automobilinseraten sowie nützlichen Zusatzinformationen und Dienstleistungen, um ihnen zu helfen, die passende Immobilie oder das passende Auto zu finden und fundierte Entscheidungen zu treffen. Nutzer können unser Angebot kostenlos über verschiedene Kanäle nutzen, zum Beispiel per Desktop PC, über mobile Applikationen („Apps“), oder über unsere mobilen Websites. Darüber hinaus können Nutzer auch spezielle, teilweise kostenpflichtige Zusatzprodukte und Dienstleistungen in Anspruch nehmen. Gleichzeitig stellen wir unseren gewerblichen und privaten Anzeigenkunden effiziente Instrumente zur Verfügung, mit denen sie ihre Immobilien- oder Automobilinserate auf unseren Portalen optimal präsentieren und eine große, relevante sowie interessierte Zielgruppe erreichen können. Hier bieten wir speziell zugeschnittene und kosteneffiziente Lösungen für Marketing und zur Generierung von Anfragen ("Leads").

Die Produkte und Dienstleistungen auf unseren Plattformen sind auf die Bedürfnisse unserer Zielgruppen abgestimmt, ob sie nach Immobilien oder Automobilen suchen, diese anbieten oder auf unseren Plattformen werben. Infolgedessen generieren wir Umsatz sowohl mit Kleinanzeigen als auch weiteren Dienstleistungen, wie zusätzlichen Hilfsmitteln für Makler, Werbung, Generierung von Leads sowie Produkten entlang der Wertschöpfungskette. Im Bereich der Anzeigenprodukte bieten wir unseren gewerblichen Kunden drei verschiedene Modelle: ein Mitgliedschaftsmodell, ein Paketmodell sowie ein nutzungsbasiertes Modell (sogenanntes "Pay-Per-Ad"-Modell).

Wir betreiben unsere Marktplätze hauptsächlich unter den bekannten und beliebten Marken ImmobilienScout24 ("IS24") und AutoScout24 ("AS24"), welche auch unsere wesentlichen operativen Segmente darstellen.

ImmobilienScout24

IS24 ist ein digitaler Marktplatz, der gewerblichen Immobilienanbietern und Privat-anbietern (Eigentümern sowie Mietern auf der Suche nach Nachmietern) die kostenpflichtige Möglichkeit bietet, Immobilieninserate zu schalten, um mögliche Käufer und Mieter zu erreichen. Für gewerbliche Immobilienanbieter bietet IS24 zusätzliche Dienstleistungen, die die Kundenakquise und -pflege unterstützen. Kunden, die bei IS24 eine Mitgliedschaft abgeschlossen haben, können die Effektivität ihrer Anzeigen mit Hilfe von einzeln hinzubuchbaren Zusatzprodukten verbessern. Um die Aufmerksamkeit für eine Anzeige zu erhöhen, können Anbieter beispielsweise Sichtbarkeitsprodukte für eine prominenter Platzierung der Anzeige in den Suchergebnissen hinzubuchen. Auch im nutzungsbasierten Modell („Pay-Per-Ad“-Modell) können einzelne Zusatzprodukte hinzugebucht werden.

Suchanfragen und Recherchen von Nutzern, das heißt möglicher Käufer oder Mieter, lösen Besuche ("Traffic") aus, die Anfragen bei den gewerblichen und privaten Anbietern generieren. IS24 bietet seinen Nutzern zusätzliche Hilfestellung durch Dienstleistungsangebote in den Bereichen Immobilienbewertung, Bonitätsprüfung, Umzug, Baufinanzierung und Versicherungen.

IS24 ist das marktführende Immobilienanzeigenportal in Deutschland, gemessen an der Anzahl der Immobilieninserate und Kunden² sowie an Besucherzahlen und Nutzeraktivität³. IS24 ist für 50 % von Nutzern die erste Wahl unter Immobilienmarktplätzen im Internet.⁴ Auch im Brandindex der WirtschaftsWoche belegt IS24 den ersten Platz, gemessen an Qualität, Preis-Leistungs-Verhältnis, Zufriedenheit und Gesamteindruck der Marke.⁵ Für 79 % der Eigentümer, die im Internet nach einem Makler suchen, ist das Portal ImmobilienScout24.de die erste Wahl unter den Suchkanälen.⁶

In Österreich betreiben wir mit unseren Plattformen ImmobilienScout24.at und Immobilien.net ebenfalls ein führendes Immobilienanzeigenportal.⁷ Auch das Portal Immodirekt.at gehört seit 2016 zur Scout24-Gruppe in Österreich.

² Managementeinschätzung

³ Basierend auf Besucherzahlen (Unique Monthly Visitors, "UMV") und Nutzeraktivität, comScore Dezember 2016 (Desktop PC für Besucherzahlen, Desktop PC und mobile Endgeräte hinsichtlich Nutzeraktivität)

⁴ GfK Brand & Communication Research, Januar 2017

⁵ WirtschaftsWoche BrandIndex, Mai 2016

⁶ Mindline energy, Februar 2016

⁷ Managementeinschätzung, basierend auf Anzahl der Immobilieninserate im Vergleich zu anderen Immobilienanzeigenportalen (exklusive allgemeine Kleinanzeigenportale, welche verschiedenste Produktkategorien umfassen).

AutoScout24

AS24 bietet Händlern und Privatverkäufern Anzeigenplattformen für neue und gebrauchte Personenkraftwagen, Motorräder sowie Nutzfahrzeuge. Zusätzlich bietet AS24 ergänzende Dienstleistungen an, wie beispielsweise Werbeschaltungen für Automobilhersteller (Original Equipment Manufacturer, sogenannte "OEM").

AS24 ist ein führender digitaler Automobilmarktplatz in Europa (Managementeinschätzung, basierend auf der Anzahl der Inserate und der monatlichen Einzelbesuche), mit führenden Positionen in Italien, Belgien (inklusive Luxemburg), den Niederlanden und Österreich und einer zweiten Marktposition in Deutschland, jeweils gemessen an der Anzahl der Inserate.⁸ AS24 ist ebenfalls in Spanien und Frankreich tätig und bietet in zehn weiteren Ländern eine Version des Portals in der jeweiligen Landessprache an. Weiterhin bietet AS24 unter AutoScout24.com eine englische Sprachversion an, welche auch eine länderübergreifende Suche ermöglicht.

Die gestützte Markenbekanntheit von AS24 bei Internetnutzern, die einen Autokauf in Betracht ziehen, liegt in Deutschland bei 94 %, in Italien bei 64 %, in Österreich bei 78 % und in den Niederlanden bei 72 %, jeweils in der relevanten Zielgruppe.⁹

Corporate

Corporate bildet ein weiteres Geschäftsfeld, welches die operativen Geschäftsfelder IS24 und AS24 unterstützt. Der Bereich erbringt Managementdienstleistungen, zum Beispiel in den Bereichen Finanzen, Recht, Personal, Gebäudemanagement, IT, Unternehmensentwicklung und -strategie, Risiko- und Compliance Management sowie weiteren ähnlichen Bereichen. Das Kerngeschäft von Scout24 besteht aus den zwei operativen Segmenten sowie Corporate.

Weitere Geschäftsfelder

Von unserem Kerngeschäft nicht umfasst ist das Segment "Sonstige" ("Sonstige"), das im Wesentlichen FinanceScout24 ("FS24") enthält.

Organisation und Konzernstruktur

Leitung und Kontrolle

Die Steuerung der Scout24-Gruppe erfolgt durch die in München, Deutschland, ansässige Scout24 AG. Die Scout24 AG wird als Management-Holding geführt. Die Scout24 AG hält zum Bilanzstichtag mittelbar Beteiligungen an 17 operativ tätigen Tochterunternehmen, die im Konzernabschluss voll konsolidiert werden, sowie an zwei at-Equity konsolidierten Unternehmen und an einer Minderheitsbeteiligung.

Ergänzende Lage-
berichterstattung
Scout24 AG
↪ Seite 101

⁸ Autobiz, Dezember 2016

⁹ Norstat, Dezember 2016

Der Vorstand der Scout24 AG setzt sich aus zwei Mitgliedern zusammen. Dem Vorstand obliegt die Verantwortung für die Strategie und die Steuerung des Konzerns. Greg Ellis als Vorstandsvorsitzender verantwortet die operativen Bereiche Vertrieb, Marketing, IT von IS24 und AS24, Personal, Unternehmenskommunikation, Unternehmensentwicklung und -strategie, und Mergers & Acquisitions; Christian Gisy als Finanzvorstand verantwortet die Bereiche Finanzen, Controlling, Investor Relations, Treasury, Legal und Compliance, Risikomanagement und Internes Kontrollsystem sowie Einkauf. Der Aufsichtsrat bestand im Geschäftsjahr 2016 aus insgesamt neun Mitgliedern. Der Aufsichtsrat besteht aus Vertretern der strategischen Investoren der Scout24 AG sowie unabhängigen Wirtschaftsexperten. Er berät den Vorstand und überwacht dessen Geschäftsführung. In Entscheidungen von grundlegender Bedeutung für das Unternehmen wird der Aufsichtsrat eingebunden. Insbesondere prüft er die Jahresabschlüsse und Lageberichte und berichtet über die Jahresabschlussprüfung in der Hauptversammlung.

Vergütungsbericht
↳ Seite 196

Die Vergütung von Vorstand und Aufsichtsrat sowie Anreiz- und Bonussysteme werden im Vergütungsbericht des Konzernanhangs (als Teil des Kapitel 5.7) beziehungsweise im Anhang zum Jahresabschluss erläutert.

Übernahmerelevante Angaben gemäß §§289 Abs. 4, 315 Abs. 4 HGB sowie eine ergänzende Lageberichterstattung zum Einzelabschluss der Scout24 AG werden als integrale Bestandteile des zusammengefassten Lageberichts in den entsprechenden Kapiteln ab Seite 97 bzw. 101 dargestellt.

www.scout24.com

Vorstand und Aufsichtsrat der Scout24 AG legen Wert auf eine verantwortungsvolle und auf langfristigen Erfolg ausgelegte Unternehmensführung und orientieren sich an den Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex. Der Bericht zur Corporate Governance inklusive der Erklärung zur Unternehmensführung gemäß §§289a, 315 Abs. 5 HGB ist auf unserer Webseite unter Investor Relations/Corporate Governance abrufbar.

Konzernstruktur

Im Berichtszeitraum fanden folgende Veränderungen in der organisatorischen Konzernstruktur statt:

Am 01. Februar 2016 hat die AutoScout24 Nederland B.V., Amsterdam, 100 % der Eigenkapitalanteile an der European AutoTrader B.V., Hoofddorp (nachfolgend „AutoTrader.nl“) erworben.

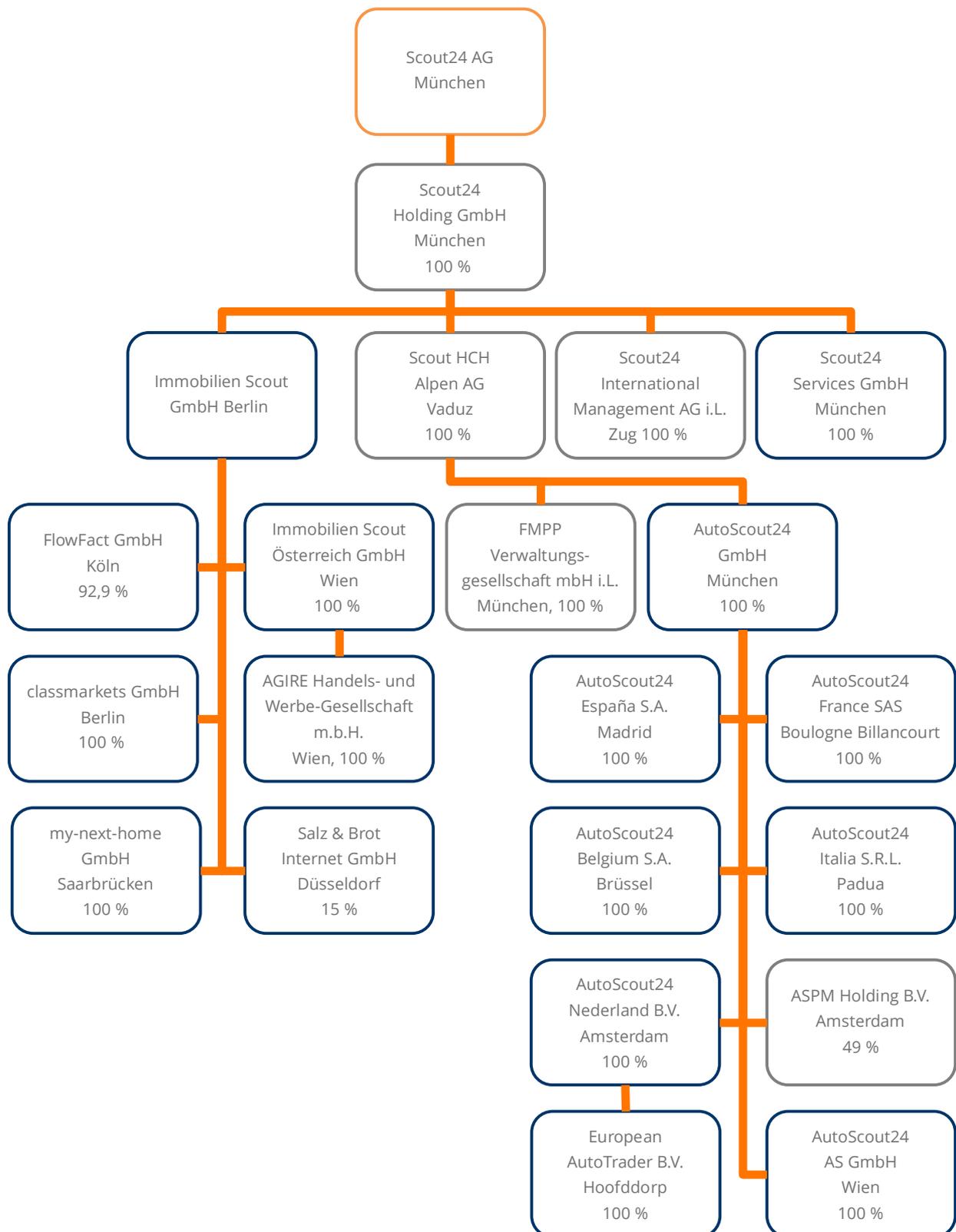
Am 01. Juni 2016 hat die Immobilien Scout Österreich GmbH, Wien, 100 % der Eigenkapitalanteile an der AGIRE Handels- und Werbe-Gesellschaft m.b.H., Wien (nachfolgend „immodirekt.at“), erworben. Ebenfalls am 01. Juni hat die Immobilien Scout GmbH, Berlin, 100 % der Eigenkapitalanteile an der my-next-home GmbH, Saarbrücken (nachfolgend „my-next-home“), erworben.

Am 06. Dezember 2016 verkaufte die Immobilien Scout GmbH, Berlin, ihre gesamte Eigenkapitalbeteiligung an der Stuffle GmbH, Berlin.

Zur Verschlankung der Konzernstruktur erfolgte am 11. August 2016 die Verschmelzung der easyautosale GmbH, München, auf die AutoScout24 GmbH, München. Die Verschmelzung erfolgte zu Buchwerten.

Ebenfalls in 2016 hat die Scout24 HCH Alpen AG ihren Sitz von Zug, Schweiz, nach Vaduz, Liechtenstein, verlagert.

Die nachfolgende Darstellung gibt (in vereinfachter Form) einen Überblick der direkten und indirekten Beteiligungen der Scout24 AG zum 31.12.2016:



Strategie

Unsere Anzeigenumsatzerlöse sind nicht unmittelbar von der Anzahl der durchgeführten Immobilientransaktionen oder Autoverkäufe abhängig, sondern von Anzahl und Dauer der Anzeigen unserer Kunden ("Listings") und somit insbesondere von den Online-Werbeausgaben gewerblicher Immobilienanbieter sowie Autohändler. Für Scout24 ist es entscheidend, seine führende Marktposition bei Besucherzahlen ("Traffic") und Nutzeraktivität zu erhalten bzw. auszubauen, um für Anzeigenkunden attraktiv zu bleiben. Ein hoher Bestand an Anzeigen und eine große Nutzeranzahl verstärken sich gegenseitig, da Anbieter und Nutzer dazu neigen, den Marktplatz zu bevorzugen, der den liquidesten Markt bietet und somit am effizientesten ist. Dementsprechend werden wir immer danach streben, neue Funktionalitäten auf unseren Webseiten einzuführen, um die jeweils beste Nutzererfahrung zu bieten. Wir planen, durch attraktive Preismodelle sowie weitere Dienstleistungen unser Leistungsversprechen und den Nutzen unserer Anzeigenportale für unsere Kunden zu optimieren. Wir bieten unseren Kunden beispielsweise die Möglichkeit, die Effektivität ihrer Anzeigen mit Hilfe von hinzubuchbaren Sichtbarkeitsprodukten zu verbessern und unterstützen sie bei der Imagepflege mit Hilfe unserer Marketingprodukte für professionelle Anbieter. Durch unsere führende Position bei Besucherzahlen und Nutzeraktivität sind wir gut aufgestellt, um auch von den Umsatz- und Wachstumspotenzialen in den großen angrenzenden Marktsegmenten außerhalb unseres Kerngeschäfts der Kleinanzeigen zu profitieren, sei es über die Wertschöpfungskette des gesamten Immobilienverkaufs- bzw. Vermietungsprozesses oder des Automobilmarktes hinweg. Mit dem Ausbau von Dienstleistungen entlang der Wertschöpfungskette folgen wir konsequent unserer Ausrichtung auf die Bedürfnisse unserer Nutzer sowie unserer Strategie, uns von einem reinen Kleinanzeigenportal in Richtung eines Marktnetzwerkes zu entwickeln. Unser Fokus liegt auf nachhaltigem und profitabilem Wachstum sowie der nachhaltigen Steigerung unseres Unternehmenswertes.

In diesem Zusammenhang konzentrieren wir unsere Akquisitionsstrategie auf kleinere Zukäufe entlang der Wertschöpfungskette, die unsere Marktposition stärken, uns weiteren Zugriff auf benachbarte Umsatzquellen geben oder uns den Ausbau unserer technologischen Leistungsfähigkeit ermöglichen.

Weiterhin verfolgen wir konsequent den „OneScout24“-Ansatz, um das operative Geschäft unserer Segmente IS24 und AS24 zu straffen, Synergien und Skaleneffekte zu heben sowie den Erfahrungsaustausch innerhalb der Gruppe zu fördern. „OneScout24“ trägt der Tatsache Rechnung, dass die digitalen Marktplätze von IS24 und AS24 (a) im Wesentlichen auf den gleichen Geschäftsgrundlagen beruhen, (b) einen signifikanten relevanten Anteil ihrer Nutzer teilen, da Kaufentscheidungen für Immobilien und Autos oftmals von den gleichen Entwicklungen im Leben der Nutzer beeinflusst werden und (c) operative Synergien ermöglichen, zum Beispiel bei einer nutzerorientierten Produktentwicklung, einer innovationsgetriebenen IT, einer effizienten Markenwerbung, einem leistungsstarken Vertrieb und einzigartigen Möglichkeiten der Datennutzung, welche zu höherer Effizienz führen.

Gemäß unserem Fokus auf nachhaltigem und profitablen Unternehmenswachstum, verfolgen wir auch eine entsprechende Dividendenpolitik, die uns gleichzeitig die Finanzierung weiteren Wachstums sowie eine weitere Reduktion unseres Verschuldungsgrads (Verhältnis von Nettoverschuldung zu EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit der letzten zwölf Monate) ermöglicht. Der Zielwert für unseren Verschuldungsgrad liegt bei 2,50:1. Wir erwarten, dass wir diesen Wert Mitte des Jahres 2017 erreichen werden. Aufgrund dessen und unter Berücksichtigung der erreichten signifikanten Reduktion der Zinsmargen im Rahmen der Refinanzierung Ende des Jahres 2016 schlagen wir dem Aufsichtsrat für das Jahr 2016 eine Dividende in Höhe von EUR 0,30 je dividendenberechtigter Aktie vor. Dies entspricht einer Ausschüttung von 32,28 Millionen Euro. Bezogen auf den Kurs zum 30. Dezember 2016 ergibt sich eine Dividendenrendite von 0,9 %.

Steuerungssystem

Entlang unserer Strategie haben wir unser internes Steuerungssystem ausgerichtet und entsprechende Leistungsindikatoren definiert. Wir unterscheiden finanzielle und nicht finanzielle Leistungsindikatoren, mit denen wir den Erfolg in der Umsetzung unserer Strategie messbar machen.

Ein wichtiger Teil unseres internen Steuerungssystems sind detaillierte Monatsberichte, die eine Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung, eine Konzern-Bilanz, eine Kapitalflussrechnung sowie die Monatsergebnisse unserer Kerngeschäfte beinhalten. Weiterhin werden in 14-tägig stattfindenden Besprechungen unseres oberen Führungskreises („Executive Leadership Team“, ELT) der aktuelle Geschäftsverlauf sowie Prognosen der nächsten Wochen mit Blick auf die Entwicklung der finanziellen und nicht finanziellen Leistungsindikatoren diskutiert. Anhand dieser Berichte nehmen wir Plan-/ Ist-Vergleiche vor und leiten bei Abweichungen weitere Analysen oder geeignete Korrekturmaßnahmen ein.

Ergänzt werden diese Berichte durch regelmäßige längerfristige Prognosen zum Geschäftsverlauf sowie durch einen jährlich stattfindenden Budgetprozess.

Sowohl die aktuelle Ertragslage als auch die Prognosen werden dem Aufsichtsrat in quartalsweise stattfindenden Sitzungen vorgestellt.

Steuerungsgrößen

Gemäß unserem Fokus auf nachhaltiges und profitables Wachstum sowie der nachhaltigen Steigerung unseres Unternehmenswertes, sind Umsatz sowie EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit¹⁰ unsere wichtigsten finanziellen Ziel- und Steuerungsgrößen auf Konzern- und Segmentebene.

¹⁰ EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit ist definiert als Gewinn vor Finanzergebnis, Ertragsteuern, Abschreibungen, Wertminderung und dem Ergebnis aus dem Verkauf von Tochtergesellschaften, bereinigt um nicht-operative Effekte und Sondereffekte. Die EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit stellt das Verhältnis von EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit zu Umsatz dar.

Ergänzt werden diese Indikatoren durch Investitionen in Sachanlagevermögen und immaterielle Vermögenswerte („Investitionen“) sowie durch weitere segmentspezifische Steuerungsgrößen („Hilfsindikatoren“).

Der finanzielle Erfolg unserer Portale wird gemäß unserer Strategie im Wesentlichen bestimmt durch den Bestand an Anzeigen („Listings“) sowie an Nutzerreichweite bzw. Besucherzahlen („Traffic“). Die wichtigsten Hilfsindikatoren auf Segmentebene sind somit die Anzahl der Listings, insbesondere im Vergleich zum Wettbewerb, sowie Kennzahlen zu Nutzerreichweite und Nutzeraktivität. Wir betrachten zusätzlich den Umsatz nach Hauptkundengruppen und die entsprechenden direkten Umsatztreiber wie die Anzahl der Kunden und durchschnittliche Erlöse je Kunde (Average Revenue per User, "ARPU").

ImmobilienScout24

- Die **Anzahl Listings** stellt den Bestand aller Immobilienanzeigen zu einem bestimmten Stichtag (i.d.R. Monatsende) auf der entsprechenden Website dar.
- **UMV (Unique Monthly Visitors)** bezieht sich auf die monatlichen Einzelbesucher, die die Webseite über Desktop-PC, mobile Endgeräte oder Apps (Multiplattform) besuchen, unabhängig davon, wie oft sie das Portal in diesem Monat besuchen und (bei den Multiplattform-Kennzahlen) unabhängig davon, wie viele verschiedene Zugänge (Desktop und Mobil) sie nutzen.¹¹
- **Umsatzerlöse von Kernmaklern** bestehen aus Umsatzerlösen, die durch Bestellungen von Mitgliedschaften von IS24-Kernmaklern im Rahmen unseres Mitgliedschaftsmodells erzielt werden, einschließlich aller Dienstleistungen, die im Rahmen dieser Verträge angeboten werden. Umsatzerlöse von Kernmaklern beinhalten auch Bestellungen von Anzeigendienstleistungen im Rahmen des paketbasierten Preismodells und aller anderen Dienstleistungen, die im Rahmen dieser Verträge für diejenigen Kernmakler angeboten werden, die noch nicht ins Mitgliedschaftsmodell gewechselt sind.
- **Umsatzerlöse von anderen Maklern** bestehen aus Umsatzerlösen, die von gewerblichen Immobilienhändlern erzielt werden, die nicht unsere Kernmakler sind und beinhalten IS24-Werbekampagnen, unseren gewerblichen Immobilienmarktplatz, Pay-per-Ad-Umsatzerlöse, Umsatzerlöse durch FlowFact (unsere CRM-Software für gewerbliche Immobilienhändler) und weitere nicht-anzeigenbezogene Umsatzerlöse. Auch die Umsatzerlöse unserer Portale in Österreich werden hier ausgewiesen.
- **Sonstige Umsatzerlöse** bestehen aus Umsatzerlösen, die durch private Anzeigen oder mit Dienstleistungen entlang des Immobilienverkaufs- bzw. Vermietungsprozesses erzielt werden, einschließlich Bonitätsprüfung und Bewertungsdienstleistungen und Umsatzerlösen aus der Generierung von Leads an Umzugs-, Finanz- und Baufinanzierungsdienstleister, sowie Umsatz-

¹¹ Datenquelle: comScore

erlösen aus dem Verkauf von Werbung, die nicht direkt mit dem Immobilien-geschäft zusammenhängt und anderen verschiedenen Umsatzerlösen.

- Die **Anzahl Kernmakler** definieren wir als gewerbliche Immobilienhändler, welche zum Ende des entsprechenden Zeitraums einen Mitgliedschafts- oder einen Paketvertrag mit uns haben.
- Der **ARPU von Kernmaklern** in Euro pro Zeitraum wird berechnet, indem die Umsatzerlöse, erzielt mit unseren Kernmaklern im jeweiligen Zeitraum, durch die durchschnittliche Anzahl an Kernmaklern (berechnet aus Bestand an Kernmaklern am Beginn und am Ende des Zeitraums) und weiter durch die Anzahl der Monate im jeweiligen Zeitraum geteilt wird.

AutoScout24

- **Anzahl Listings** des jeweiligen Landes stellt den Bestand an neuen und gebrauchten Automobilen sowie Kleintransportern zu einem bestimmten Stichtag (i.d.R. Monatsmitte) auf der jeweiligen Website dar.¹²
- **UMV (Unique Monthly Visitors)** bezieht sich auf die monatlichen Einzelbesucher, die die Webseite über Desktop-PC, mobile Endgeräte oder Apps (Multiplattform) besuchen, unabhängig davon, wie oft sie das Portal in diesem Monat besuchen und (bei den Multiplattform-Kennzahlen) unabhängig davon, wie viele verschiedene Zugänge (Desktop und Mobil) sie nutzen. Die UMV für Benelux/Italien beinhalten die Gesamtzahl der UMVs für Belgien, der Niederlande, Luxemburg und Italien.¹³
- **Umsatzerlöse von Kernhändlern** bestehen aus Umsatzerlösen, die von AS24-Kernhändlern in Deutschland oder in Belgien (inklusive Luxemburg), den Niederlanden und Italien („Benelux/Italien“) erzielt werden, die Anzeigendienstleistungen im Rahmen unseres paketbasierten Anzeigenmodells erwerben und alle anderen hiermit verbundenen Produkte, die von solchen Händlern erworben werden.
- **Umsatzerlöse von anderen Händlern** bestehen aus Umsatzerlösen, die von Händlern erzielt werden, die auf dem AS24-Nutzfahrzeugmarkt tätig sind, von Händlern aus Spanien, Österreich und Frankreich, Umsatzerlösen über das Werkstattportal und für andere Dienstleistungen für Händler wie z.B. Plattformschnittstellen. Zudem sind Umsatzerlöse aus dem Produkt „Express-Verkauf“ enthalten.
- **Sonstige Umsatzerlöse** bestehen aus Umsatzerlösen aus privaten Anzeigen, sowie aus Werbeverkäufen (insbesondere von OEMs).
- Die **Anzahl der Kernhändler** definieren wir als alle gewerblichen Fahrzeug- und Motorradhändler in Deutschland oder Benelux/Italien, die am Ende des entsprechenden Zeitraums entweder einen Paket- oder einen gebündelten Vertrag haben, um ihre Fahrzeug- oder Motorradanzeigen auf unserer Plattform zu bewerben.

¹² Datenquelle: autobiz

¹³ Datenquelle: comScore

- Der **ARPU von Kernhändlern** in Euro pro Zeitraum wird berechnet, indem die Umsatzerlöse, erzielt mit unseren Kernhändlern im jeweiligen Zeitraum, durch die durchschnittliche Anzahl an Kernhändlern (berechnet aus Bestand an Kernmaklern am Beginn und am Ende des Zeitraums) und weiter durch die Anzahl der Monate im jeweiligen Zeitraum geteilt wird.

Forschung und Entwicklung

Basierend auf dem „OneScout24“-Ansatz ist unsere Produktentwicklung dezentral in den Segmenten IS24 bzw. AS24 aufgestellt, agiert aber nach gleichen Prinzipien. Das im Geschäftsjahr 2015 gestartete Projekt zur technischen Annäherung der beiden Plattformen IS24 und AS24 im Rahmen der Migration zu einem Cloud-basierten Datensystem wurde auch im Geschäftsjahr 2016 weiter vorangetrieben.

Wir folgen dem Ansatz der agilen Produktentwicklung mit iterativem Vorgehen und einem Prozess der kontinuierlichen Verbesserung. Diese wird unterstützt durch automatisierte Test- und Lieferprozesse, die es ermöglichen, die entwickelten Produkte, Erweiterungen oder Fehlerkorrekturen mit geringem Risiko und niedrigem manuellem Aufwand verfügbar zu machen. Interdisziplinäre Teams mit Fokus auf den Bedürfnissen der unterschiedlichen Kundengruppen bzw. den Nutzern ermöglichen mehr Freiheiten, Eigeninitiative und -verantwortung in der Produktentwicklung.

Groß geworden als klassisches Desktop-Internet-Unternehmen, kommen aufgrund einer konsequenten Mobile-First-Strategie, getrieben durch die Produktentwicklung, heute schon nahezu 70 % des gesamten Traffics der IS24 und AS24 in Deutschland über mobile Kanäle.¹⁴ Der mobile Mensch sucht Immobilien und Autos zunehmend von unterwegs aus. Smartphones und Tablets ersetzen mehr und mehr den heimischen Desktop-PC. Zur Unterstützung und Verbesserung der Nutzererfahrungen auf allen relevanten digitalen Geräten liegt der Fokus der Produktentwicklung auf nativen Apps für Smartphones sowie responsiven Designs für alle weiteren Geräte.

Wir sind bestrebt, ständig neue Produkte für die Bedürfnisse unserer privaten und gewerblichen Kunden zu entwickeln. So werden beispielsweise Anbieter während des Anzeigenerstellungsprozesses und bei der Präsentation ihrer Anzeigen bestmöglich mit Produkten und Services unterstützt. Wir möchten die Kommunikation zwischen Anbietern und Interessenten direkter und persönlicher gestalten. Im Geschäftsjahr 2016 entwickelte IS24 unter anderem einen In-App Nachrichtendienst, welcher den Kontakt zwischen Makler und Immobiliensuchenden auf kurzem und direktem Wege persönlicher gestaltet. Auch für AS24 ist eine ähnliche Funktion geplant, mit der Nutzer via Textnachrichten in Echtzeit Kontakt zu Händlern aufnehmen können. Laut des DAT-Reports haben sich im Jahr 2016 21 % der Autokäufer aufgrund der Inter-

¹⁴ Schätzungen des Managements, basierend auf der Summe der Besuche der IS24 und AS24 Plattformen (nicht dedupliziert) über mobile Endgeräte, mobil-optimierte Webseite und Apps im Verhältnis zu der Summe der gesamten Besuche, gemessen mit dem eigenen Traffic Monitor (google Analytics), Dezember 2016

netangebote statt eines Gebrauchtwagens einen Neuwagen gekauft.¹⁵ Um diese Zielgruppe besser anzusprechen, wurde bei AS24 unter anderem ein neues Produkt in Form einer nahtlosen Integration einer Neuwagenseite in den Suchergebnissen entwickelt. Die entwickelten Produkte werden regelmäßig Benutzer-Tests in hauseigenen UX („User Experience“) Research-Labs unterzogen, so dass auch diese Erfahrungswerte in die Produktoptimierung einfließen.

Der Gesamtaufwand für die Produktentwicklung, d.h. für die internen operativen IT-Funktionen und hinzugekaufte Leistungen, belief sich im Jahr 2016 auf 28,7 Millionen Euro (2015: 24,1 Millionen Euro), hiervon wurden insgesamt 16,0 Millionen Euro bzw. 55,7 % (2015: 14,7 Millionen Euro bzw. 61,0 %) im Rahmen der bestehenden Bilanzierungsregeln aktiviert. Die Veränderung der Entwicklungskosten zum Vorjahr begründet sich hauptsächlich durch die gestiegenen Personalkosten sowie durch die Aktivierung zusätzlicher Projekte im Jahr 2016, insbesondere im Segment IS24. Forschungskosten bestehen nur in unwesentlicher Höhe und werden in der Gewinn- und Verlustrechnung ausgewiesen.

Corporate Social Responsibility

Gesellschaftliches Engagement ist bei Scout24 gelebte Unternehmenskultur. Im ersten Halbjahr 2017 werden wir erstmalig eine Publikation zum Thema Corporate Social Responsibility veröffentlichen. Im Scout24 CSR-Bericht werden wir über unsere aktuellen Initiativen, wesentliche Indikatoren zu den Themen Unternehmensführung, Compliance, Diversität, Ökologie sowie gesellschaftliches Engagement informieren und einen Ausblick über zukünftige Maßnahmen zum Thema Nachhaltigkeit geben.

Nachfolgend geben wir einen wesentlichen Überblick über unser Selbstverständnis zur Corporate Social Responsibility:

Ein neues Zuhause zu finden oder ein Auto zu kaufen, stellen zwei sehr wichtige Entscheidungen im Leben der Menschen dar. Wir begleiten unsere Nutzer und unterstützen sie, die besten Entscheidungen zu treffen.

Gleichzeitig ist es unser Anspruch, unsere technologischen und fachlichen Kompetenzen bestmöglich zu nutzen, um so Online-Marktplätze zu betreiben, die State-of-the-Art sind. Das ist der Schlüssel zu unserem nachhaltigen Erfolg.

www.scout24.com Dieser Erfolg wird maßgeblich durch unsere Leistungen und unsere Werte bestimmt. Unsere Werte haben wir in unserem Verhaltenskodex - unserem Code of Conduct - niedergelegt. Daraus ergibt sich, dass wir als verantwortungsvoller Arbeitgeber und Geschäftspartner handeln und als engagierter Akteur für eine zukunftsfähige Gesellschaft agieren. Unser Code of Conduct ist auf unserer Webseite unter Investor-Relations/Corporate-Governance/ Verhaltenskodex einsehbar.

¹⁵ DAT, DAT-Report 2017

Wir engagieren uns für unsere Kunden und Nutzer

Für uns stehen unsere Kunden und unsere Nutzer im Mittelpunkt. Wir unterstützen sie mit langfristiger Partnerschaft. Wir kennen den Markt, in dem sie agieren und bieten ihnen Lösungen, die ihren Bedürfnissen entsprechen.

Wir behandeln Daten absolut vertraulich und kommunizieren professionell

Wir schützen die Daten von Kunden, Geschäftspartnern sowie Mitarbeitern, indem wir mit diesen Daten verantwortungsvoll umgehen und diese ausschließlich im Rahmen der gesetzlichen Vorschriften nutzen.

Wir schätzen die Vielfalt und das Engagement unserer Mitarbeiter und tolerieren keine Benachteiligung

Wir fördern ein motivierendes und respektvolles Arbeitsumfeld, in dem unsere Mitarbeiter ihr großes Potenzial einbringen können. Wir möchten hoch qualifizierte und engagierte Mitarbeiter gewinnen, fördern und an Scout24 binden. Wir sind überzeugt, dass uns die Vielfalt unserer Kolleginnen und Kollegen mit ihren unterschiedlichen Ansichten und Fähigkeiten bereichert. Wir gewährleisten eine sichere Arbeitsumgebung und halten die vor Ort geltenden Gesetze und Vorschriften zur Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz sowie alle Gesetze zur Chancengleichheit und gleichberechtigten Förderung für alle Beschäftigten ein. Wir tolerieren keine Form der Diskriminierung, Belästigung, Bedrohung oder sonstigen feindseligen oder missbräuchlichen Verhaltens am Arbeitsplatz. Ebenso wenig dulden wir falsche oder böswillige Aussagen oder Handlungen, die Kunden, Beschäftigten, Anteilseignern der Scout24-Gruppe oder dem gesellschaftlichen Umfeld schaden könnten. Es ist unser Bestreben und wir haben entsprechende Verfahren, auftretende Probleme respektvoll, vertraulich und schnell zu lösen.

Bei allen unseren Geschäftstätigkeiten behalten wir stets die Bedeutung von gesellschaftlicher Verantwortung im Blick

Bei allen unseren Geschäftstätigkeiten verstehen wir uns auch als „Corporate Citizen“ und engagieren uns an unseren Standorten für eine starke lokale Zivilgesellschaft. Die Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung sehen wir als integralen Bestandteil unseres Handelns, als eine Investition in die Gesellschaft und damit zugleich in unsere eigene Zukunft. Das gesellschaftliche Engagement der Scout24-Gruppe konzentriert sich auf die Stärkung der Zivilgesellschaft durch die Unterstützung sozialer Projekte mit Mitarbeiterengagement („Corporate Volunteering“), unentgeltliche Wissensvermittlung („pro Bono“) sowie übergreifende Kooperationen mit festen Sozialpartnern an den Unternehmensstandorten.

Als wichtigstes Instrument in der Gestaltung unseres Engagements dient unser IT- und Produkt Know-how, um kreative und inspirierende Lösungen für gesellschaftliche Probleme zu finden. Auf unserer IS24 Plattform können Nutzer beispielsweise gezielt nach barrierefreien Immobilien suchen.

Exchange drives
innovation
↳ Seite 20

Wirtschaftsbericht - Geschäftsverlauf und Lage des Konzerns

Gesamtwirtschaftliche und branchenbezogene Rahmenbedingungen

Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Scout24 ist im Immobilienbereich in Deutschland und Österreich, sowie im Automobilbereich in Deutschland, Italien, Belgien (inklusive Luxemburg), den Niederlanden, Spanien, Frankreich und Österreich, also innerhalb der Eurozone, aktiv. Deutschland ist mit 83 % Umsatzanteil im Geschäftsjahr 2016 der Hauptmarkt von Scout24. Die konjunkturelle Lage in Deutschland war im Jahr 2016 gekennzeichnet durch ein solides und stetiges Wirtschaftswachstum, mit einem Anstieg des realen Bruttoinlandsproduktes um 1,9 % gegenüber dem Vorjahr.¹⁶ Auch in 2017 wird ein moderates Wachstum von 1,8 % erwartet.¹⁷ Im Euroraum ist gemäß Vereinigung der drei führenden europäischen Wirtschaftsforschungsinstitute, Eurozone Economic Outlook, ebenfalls mit einer stabilen Entwicklung zu rechnen.¹⁸

Vor dem Hintergrund einer stabilen wirtschaftlichen Entwicklung wird unser Geschäftsmodell jedoch im Wesentlichen durch die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für Online-Marktplätze gestützt. Die Verbreitung des Internets in Deutschland und in Europa ist in den letzten zehn Jahren stark gestiegen. Die gleichzeitige Entwicklung einer Vielzahl digitaler Medien und E-Commerce Webseiten sowie mobiler Apps haben die Internetnutzung als einen festen Bestandteil im Leben der Konsumenten verankert. Insgesamt nutzten im ersten Quartal 2016 87 % der Bevölkerung in Deutschland das Internet (2015: 85 %). 73 % der Nutzer gingen auch mobil ins Netz, dies ist ein Anstieg von 3 Prozentpunkten gegenüber dem Vorjahr. 89 % nutzten das Internet zur Suche nach Informationen über Waren und Dienstleistungen.¹⁹ So informieren sich gemäß einer Studie im Auftrag der AS24 bereits 7 von 10 Interessenten für Neu- oder Gebrauchtwagen online vor dem Besuch eines Autohauses.²⁰ In Europa hatten im Jahr 2016 85 % der Privathaushalte Zugang zum Internet, ein Anstieg um 2 Prozentpunkte im Vergleich zum Vorjahr.²¹

Dieser Trend beeinflusst zunehmend die Allokation von Marketingbudgets. In Deutschland ist der Anteil der Gesamtwerbeausgaben, die Werber in Zeitungswerbung investieren, von 37,8 % im Jahr 2006 auf 23,5 % im Jahr 2016 zurückgegangen und sinkt bis 2019 voraussichtlich weiter auf 20,2 %. Im Gegensatz dazu ist der Anteil

¹⁶ Statistisches Bundesamt, Erste Jahresergebnisse vom 12. Januar 2017

¹⁷ Deutsche Bundesbank, Perspektiven der deutschen Wirtschaft, Monatsbericht, Dezember 2016

¹⁸ Eurozone economic outlook vom 11. Januar 2017

¹⁹ Statistisches Bundesamt, Private Haushalte in der Informationsgesellschaft - Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien, Erhebung 2015 und 2016

²⁰ puls Marktforschung, Dezember 2016

²¹ Eurostat, Internet-Zugangsdichte - Haushalte, Abruf vom 22.01.2016

an den Gesamtwerbeausgaben für Onlinewerbung von 8,3 % im Jahr 2006 auf 31,6 % im Jahr 2016 gestiegen. Die Ausgaben für Onlinewerbung lagen in 2016 bereits 38,1 % höher als die Ausgaben für TV-Werbung. Es wird erwartet, dass der Anteil der Ausgaben für Onlinewerbung weiter zunimmt und im Jahr 2019 36,6 % erreicht.²² Auch Automobilhändler investieren einen wesentlichen Teil des Werbebudgets in Onlinewerbung: In 2016 wurden 48,4 % der Gesamtwerbeausgaben für Onlinewerbung eingesetzt (2015: 54,2 %). Die Abnahme des Online-Anteils gegenüber dem Vorjahr ist im Wesentlichen auf den freien Handel zurückzuführen, welcher im letzten Jahr verstärkt offline über Anzeigen und Flyer geworben hat. Insgesamt ist der Online-Anteil in den letzten fünf Jahren sehr stark gestiegen, von 28,5 % im Jahr 2011 auf 48,4 % im Jahr 2016. 34 % der Händler rechnen mit einem erneuten Anstieg des Online-Anteils im nächsten Jahr.²³

Mit unseren führenden Marktpositionen, sowohl im Vergleich mit reinen Online-Rubriken-Portalen als auch mit allgemeinen Kleinanzeigenportalen, sind wir gut aufgestellt, um von diesem Trend zu profitieren. IS24 ist das marktführende Immobilienanzeigenportal in Deutschland²⁴, AS24 ein führender digitaler Automobilmarktplatz in Europa, mit führenden Positionen in Italien, Belgien (inklusive Luxemburg), den Niederlanden und Österreich und einer zweiten Marktposition in Deutschland²⁵.

Entwicklung des deutschen Wohnimmobilienmarkts

Der deutsche Immobilienmarkt umfasst sowohl Wohn- als auch Gewerbeimmobilien. IS24 spricht beide Segmente an, erwirtschaftet jedoch einen Großteil des Umsatzes mit dem Wohnimmobilienmarkt sowie im Bereich der Verkaufstransaktionen.

In 2015 gab es für den Bereich der Wohnimmobilien (exklusive Wohnbauland) 602.700 Verkaufstransaktionen. Die aktuelle GEWOS-Prognose vom 13. September 2016 erwartet eine jährliche Wachstumsrate von 3,6 % auf zirka 624.800 Verkaufstransaktionen in 2016. Ausgehend von der weiter steigenden Nachfrage nach Immobilien – auch aufgrund der hohen Zuwanderung nach Deutschland – sowie den anhaltend günstigen Finanzierungsbedingungen und dem stabilen wirtschaftlichen Wachstum rechnet GEWOS für 2016 mit einem Anstieg des Transaktionsvolumens im Wohnimmobilienmarkt²⁶ von zirka 9,7 % gegenüber 2015. Auch in 2017 wird die positive Entwicklung auf dem deutschen Immobilienmarkt anhalten, so die Prognose von GEWOS.²⁷

Deutschlands Immobilienmaklerstruktur ist stark fragmentiert. Nach Einschätzungen von Scout24 findet eine Marktkonsolidierung statt, so dass trotz steigenden Transaktionsvolumens die Anzahl der am Markt aktiven Makler auch in 2016 um zirka 8 %

²² ZenithOptimedia, Advertising Expenditure Forecasts, Dezember 2016

²³ puls Marktforschung, Dezember 2016

²⁴ Basierend auf Anzahl an Immobilieninseraten (Managementeinschätzung) sowie Besucherzahlen (Unique Monthly Visitors, "UMV") und Nutzeraktivität (comScore Dezember 2016 (Desktop PC für Besucherzahlen, Desktop PC und mobile Endgeräte hinsichtlich Nutzeraktivität))

²⁵ Basierend auf der Anzahl an Automobilinseraten (Autobiz, Dezember 2016)

²⁶ Exklusive Wohnbauland

²⁷ GEWOS 2016

gesunken ist. Dies ist teilweise auf das im Juni 2015 neu eingeführte sogenannte „Bestellerprinzip“ (definiert im Mietrechtsnovellierungsgesetz (MietNovG)) zurückzuführen, sowie auf den Trend zur Professionalisierung in Anlehnung an bereits weiter entwickelte Immobilienmärkte.

Entwicklung des europäischen Automobilmarktes

AS24 erwirtschaftet seinen Umsatz in Deutschland und ausgewählten europäischen Ländern (Belgien inklusive Luxemburg, Niederlande, Italien, Spanien, Frankreich, Österreich) sowie hauptsächlich im Bereich der Gebrauchtwagentransaktionen.

Deutschland stellt mit einer Gesamtanzahl von 45,1 Millionen PKWs in 2015²⁸ und einem Gesamtumsatz von rund 169,5 Milliarden Euro aus Verkäufen von neuen und gebrauchten PKWs²⁹ den größten europäischen Automobilmarkt dar. Laut Kraftfahrt-Bundesamt haben im Jahr 2016 zirka 7,4 Millionen Gebrauchtfahrzeuge den Besitzer gewechselt, dies sind zirka 1 % mehr als in 2015. Insgesamt wurden in 2016 zirka 3,35 Millionen Neufahrzeuge zugelassen, ein Anstieg von 4,5 % gegenüber dem Jahr 2015.³⁰ Für das Jahr 2017 rechnet der Zentralverband Deutsches Kfz-Gewerbe (ZDK) mit einem leichten Rückgang auf rund 3,2 Millionen Pkw-Neuzulassungen. Auf dem Gebrauchtwagenmarkt geht der ZDK für 2017 von einer vergleichbaren Entwicklung wie im Jahr 2016 aus und erwartet 7,3 bis 7,4 Millionen Besitzumschreibungen.³¹ Auch 75 % der Fahrzeughändler rechnen laut Umfrage von AutoScout24 für 2017 mit einem erfolgreichen, zumindest auf vergleichbar hohem Niveau mit 2016, ersten Halbjahr. Besonders optimistisch zeigen sich hier die markengebundenen Händler.³²

Italien ist ein weiterer großer Automobilmarkt in Europa mit zirka 37,4 Millionen registrierten PKW.³³ Die Zahl der verkauften PKW in Italien ist im Zeitraum nach der Wirtschaftskrise zurückgegangen. Für das Jahr 2016 berichtet das italienische Ministerium für Verkehr ein Wachstum von 15,8 % gegenüber dem Vorjahr auf rund 1,8 Millionen Fahrzeugzulassungen (2015: 1,5 Millionen Fahrzeugzulassungen).³⁴ Damit liegt der italienische Automobilmarkt zwar immer noch 28,0 % unter dem Vorkrisenniveau (2007: 2,5 Millionen Fahrzeugzulassungen), zeigt aber Anzeichen der Erholung. Für das Jahr 2017 rechnet das italienische Forschungsinstitut für den Automobilmarkt Centro Studi Promotor mit einem weiteren Anstieg von rund 12,8 % in 2017 auf 2,0 Millionen Fahrzeugzulassungen.³⁵ Vor diesem Hintergrund ist die Anzahl der Online-Automobilanzeigen im Dezember 2016 um 13,2 % gegenüber dem Vorjahr gestiegen.³⁶

²⁸ Kraftfahrt-Bundesamt

²⁹ DAT, DAT-Report 2016

³⁰ Kraftfahrt-Bundesamt, Fahrzeugzulassungen im Dezember 2016, Januar 2017

³¹ Zentralverband Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe, November 2016

³² puls Marktforschung, Dezember 2016

³³ Automobile Club D'Italia, Angabe für 2015, Statistisches Jahrbuch 2016

³⁴ UNRAE, Immatricolazioni di autovetture per marca Dicembre 2016, Januar 2017

³⁵ Centro Studi Promotor, Dati e Analisi, Ausgabe Januar 2017

³⁶ Autobiz, Dezember 2016

Der Automobilmarkt in den Benelux-Staaten hat sich im Gegensatz zu Italien in den letzten zehn Jahren stabil entwickelt. Belgien verzeichnete mit 539.519 Neuzulassungen einen Anstieg von 7,7 % gegenüber dem Vorjahr (2015: 501.066).³⁷ In 2016 gab es in den Niederlanden 382.825 Neuzulassungen, und somit, im Wesentlichen bedingt durch steuerliche Änderungen im Bereich der Dienstwagen, 14,7 % weniger als im Vorjahr. Für das Jahr 2017 wird auf Basis steuerlicher Anpassungen eine Stabilisierung des Marktes und ein deutliches Wachstum der Neuzulassungen auf circa 415.000 erwartet.³⁸ Der Gebrauchtwagenmarkt wuchs im Jahr 2016 um 3,6 % gegenüber 2015, rund 2,0 Millionen Fahrzeuge wechselten den Besitzer im Jahr 2016.³⁹ Die Anzahl der Online-Automobilanzeigen in den Benelux-Staaten ist im Dezember 2016 gegenüber dem Vorjahr um 11,5 % gestiegen.⁴⁰

Geschäftsentwicklung Konzern

Die Strategie der konsequenten Ausrichtung auf die Bedürfnisse der Nutzer, der Steigerung des Anzeigenbestandes, der Verbesserung des Leistungsversprechens durch Zusatzprodukte sowie der Weiterentwicklung von einem Kleinanzeigenportal zu einem Marktnetzwerk zahlt sich aus. Scout24 befindet sich weiterhin auf Wachstumskurs und erzielte im Geschäftsjahr 2016 eine deutliche Steigerung der Außenumsätze um 12,3 % auf 442,1 Millionen Euro. Dieser Anstieg ist hauptsächlich zurückzuführen auf die steigende Kundenanzahl und eine zunehmende Penetration von Sichtbarkeitsprodukten bei AS24, eine verbesserte Zielgruppenansprache („programmatic advertising“) unserer Werbeangebote und das verbesserte Angebot von Dienstleistungen entlang des Immobilienverkaufs- bzw. Vermietungsprozesses. Auch Akquisitionen haben in 2016 zum Wachstum beigetragen, hier insbesondere die Akquisition des niederländischen digitalen Automobilanzeigenportals European Auto Trader B.V. („AutoTrader.nl“).

Der gruppenübergreifende Bereich Scout24 Media, welcher Aktivitäten im Werbeanzeigenverkauf unterstützt und alle Aktivitäten im Bereich der Dienstleistungen für Nutzer bündelt, konnte im Jahr 2016 seine Position ausbauen und die Positionierung der Scout24 als führender datengetriebener Herausgeber in Deutschland und Europa weiter festigen.

Basierend auf dem starken operativen Leverage und somit einem unterproportionalen Kostenwachstum verbesserte sich das Konzern-EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit im Gesamtjahr 2016 um 18,4 % auf 224,5 Millionen Euro, die Marge betrug 50,8 %; im Gesamtjahr 2015 betrug die Marge 48,2 %.

³⁷ FEBIAC, Immatriculations de véhicules neufs Décembre 2016, Januar 2017

³⁸ RAI, Januar 2017

³⁹ VWE Automotive, Januar 2017

⁴⁰ Autobiz, Dezember 2016

Die Investitionen im Jahr 2016 betragen 19,5 Millionen Euro und liegen somit auf Vorjahresniveau (2015: 19,3 Millionen Euro). Im Verhältnis zum Umsatz verringerte sich das Investitionsvolumen auf 4,4 % gegenüber 4,9 % im vergleichbaren Vorjahreszeitraum.

Die Cash Contribution, definiert als EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit vermindert um Investitionen, stieg im Geschäftsjahr 2016 um 34,7 Millionen Euro auf 205,0 Millionen Euro gegenüber dem Vergleichszeitraum 2015. Die Cash Conversion Rate⁴¹, bezogen auf das EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit, betrug 91,3 % gegenüber 89,8 % der Vergleichsperiode.

Kapitalausstattung
und Finanzierungsstruktur
↳ Seite 70

Zum 31. Dezember 2016 beliefen sich die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente auf 43,4 Millionen Euro (31. Dezember 2015: 70,6 Millionen Euro). Die Nettofinanzverbindlichkeiten⁴² beliefen sich auf 633,9 Millionen Euro, im Vergleich zu 711,3 Millionen Euro zum 31. Dezember 2015. Dies ist in erster Linie auf die freiwillige Tilgung von Finanzverbindlichkeiten von insgesamt 100,0 Millionen Euro zurückzuführen.

Mit den vorgelegten Zahlen hat Scout24 die Prognose aus dem Geschäftsbericht 2015 voll erfüllt. Das Umsatzwachstum liegt mit 12,3 % im Rahmen der Erwartungen (Wachstum um einen niedrigen zweistelligen Prozentbereich), die EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit liegt mit 50,8 % leicht über den Erwartungen (zwischen 49,5 % und 50,5 %). Die nicht-operativen Kosten beliefen sich auf insgesamt 17,8 Millionen Euro, und somit über der avisierten Größenordnung (rund 14,5 Millionen Euro). Dies ist im Wesentlichen auf höhere Aufwendungen für die durchgeführte Reorganisation zurückzuführen. Die Investitionen liegen mit einer Gesamthöhe von 19,5 Millionen Euro leicht über den Erwartungen, welche von leicht niedrigeren Investitionen als im Geschäftsjahr 2015 (19,3 Millionen Euro) ausging. Dies ist insbesondere auf eine höhere Aktivierung von Entwicklungskosten im Bereich IS24 zurückzuführen.

Entwicklung der Geschäftsbereiche

Bei der Beurteilung der operativen Leistungsfähigkeit fokussiert sich das Scout24-Management auf das Kerngeschäft, welches aus den Segmenten IS24, AS24 und dem Bereich Corporate besteht, und verwendet dabei zur Unternehmenssteuerung Umsatz, EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit bzw. die EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit sowie weitere Leistungskennzahlen, wie im Kapitel Steuerungssystem erläutert. Diese Kennzahlen und ihre Entwicklung im Berichtszeitraum werden im nachfolgenden Abschnitt dargestellt.

⁴¹ Cash conversion rate ist definiert als EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit abzüglich Investitionen im Verhältnis zu EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit.

⁴² Nettofinanzverbindlichkeiten sind definiert als Summe der kurz- und langfristigen Verbindlichkeiten vermindert um liquide Mittel.

Wesentliche Leistungsindikatoren

(in Millionen Euro)	Q4 2016 (ungeprüft)	Q4 2015 (ungeprüft)	+/-	GJ 2016	GJ 2015	+/-
Umsatzerlöse von Kernmaklern (Deutschland)	39,7	38,7	2,6 %	156,9	149,6	4,9 %
Umsatzerlöse von sonstigen Maklern	9,1	8,3	9,6 %	35,4	33,7	5,0 %
Sonstige Umsatzerlöse	24,3	22,7	7,0 %	92,4	83,5	10,7 %
Außenumsätze gesamt	73,1	69,8	4,7 %	284,6	266,7	6,7 %
EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit	45,7	40,0	14,3 %	179,2	159,2	12,6 %
EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit	62,5 %	57,3 %	5,2pp	63,0 %	59,7 %	3,3pp
EBITDA	42,3	35,8	18,2 %	162,6	147,9	9,9 %
Investitionen	3,4	2,2	54,5 %	11,1	9,8	13,3 %
Kernmakler (Anzahl zum Periodenende)	17.411	19.355	-10,0 %	17.411	19.355	-10,0 %
Kernmakler (Anzahl Periodendurchschnitt)	17.390	19.698	-11,7 %	18.383	20.724	-11,3 %
Kernmakler ARPU (EUR/Monat) UMV⁴³	762	655	16,3 %	711	602	18,1 %
(nur Desktop, in Zahlen und Millionen) UMV⁴⁴	5,1	7,2	-29,2 %	6,4	7,7	-16,9 %
(Multiplattform, in Zahlen und Millionen)	10,3	11,7	-12,0 %	11,9	11,9	-0,0 %

Die Außenumsätze im Segment IS24 stiegen im Berichtszeitraum um 6,7 % auf 284,6 Millionen Euro im Vergleich zu 266,7 Millionen Euro in 2015. Das Umsatzwachstum liegt somit am unteren Ende der im Geschäftsbericht 2015 kommunizierten Erwartungen (Wachstum um einen hohen einstelligen bis niedrigen zweistelligen Prozentbereich). Der größte Umsatzanteil entfällt, wie auch im Vorjahr, auf die Umsatzerlöse von Kernmaklern, welche um 4,9 % auf 156,9 Millionen Euro (2015: 149,6 Millionen Euro) zunahmen. Getrieben wurde dieses Umsatzwachstum von einem erwartungsgemäß starken Anstieg des ARPU⁴⁵ um 18,1 % auf 711 Euro für das Gesamtjahr 2016 (2015: 602 Euro), der eine abnehmende Anzahl an Kernmaklern teilweise ausgleichen konnte. Die Anzahl an Kernmaklern verringerte sich zu Ende Dezember 2016 im

⁴³ ComScore 2016, Mittelwert der jeweiligen Periode

⁴⁴ ComScore 2016, Mittelwert für den Zeitraum von Januar bis Mai 2016 sowie Oktober bis Dezember 2016. Im Zeitraum von Juni bis September 2016 wurden fehlerhafte Daten erhoben, dieser Zeitraum wurde daher in der Berechnung des Mittelwertes ausgeschlossen.

⁴⁵ ARPU: Durchschnittlicher Erlös pro User, berechnet über die mit Kernmaklern erzielten Umsatzerlöse im jeweiligen Zeitraum geteilt durch die durchschnittliche Anzahl der Kernmakler (berechnet aus Bestand an Kernmaklern am Beginn und am Ende des Zeitraums), weiterhin dividiert durch die Anzahl der Monate im entsprechenden Zeitraum.

Vergleich zu Ende Dezember 2015 von 19.355 um 1.944 auf 17.411. Der Rückgang liegt leicht über den Erwartungen und ist bedingt durch Anbieterwechsel, dem Umstieg einiger Makler auf das professionelle Pay-per-Ad Modell sowie Geschäftsaufgaben infolge des im Juni 2015 eingeführten Mietnovellierungsgesetzes (auch bekannt als „Bestellerprinzip“) und der Marktbedingungen in Deutschland. Die Migration unserer Kunden in das Mitgliedschaftsmodell geht dessen ungeachtet weiterhin erwartungsgemäß voran, bis Ende Dezember 2016 haben von den rund 90,0 % unserer Kernmakler, denen wir das Mitgliedschaftsmodell im Jahr 2016 angeboten haben, 86,9 % gewechselt (2015: 76,4 %).

Die Umsatzerlöse von sonstigen Maklern sind im Jahresvergleich um 5,0 % auf 35,4 Millionen Euro (2015: 33,7 Millionen Euro) gewachsen. Das Wachstum liegt somit leicht über der im Geschäftsbericht 2015 kommunizierten Prognose (Wachstum um einen niedrigen einstelligen Prozentsatz), hauptsächlich bedingt durch dynamisch steigende Umsatzerlöse der Immobilienmarktplätze in Österreich, welche zusätzlich durch die Akquisition der immodirekt.at unterstützt wurden (Umsatzbeitrag seit 01. Juni 2016: 0,5 Millionen Euro). Auch die Umsatzerlöse im professionellen Pay-Per-Ad-Bereich haben sich trotz sinkender Buchungszahlen leicht positiv entwickelt. Die Umsatzerlöse der CRM-Software FlowFact waren im Wesentlichen stabil. My-next-home hat seit der Akquisition zum 01. Juni 2016 mit 0,2 Millionen Euro zu den Umsatzerlösen von sonstigen Maklern beigetragen.

Die Initiativen im Bereich der Dienstleistungen entlang des gesamten Immobilienverkaufs- bzw. Vermietungsprozesses, gesteuert durch den gruppenübergreifenden Bereich Scout24 Media, trugen in erster Linie zum Anstieg der sonstigen Umsatzerlöse um 10,7 % auf 92,4 Millionen Euro in 2016 bei (2015: 83,5 Millionen Euro). Auch der Bereich der privaten Kleinanzeigen trug aufgrund leicht ansteigender Buchungszahlen positiv zum Umsatzwachstum bei. Darüber hinaus beinhalten die sonstigen Umsatzerlöse 1,6 Millionen Euro Umsatzerlöse der classmarkets GmbH, Berlin, die am 8. September 2015 gekauft wurde (2015: 0,5 Millionen Euro). Das Wachstum der sonstigen Umsatzerlöse entspricht somit voll den Erwartungen eines Wachstums im niedrigen zweistelligen Prozentbereich.

IS24 konnte im abgelaufenen Geschäftsjahr seine Marktstellung weiter ausbauen: Im Einklang mit der Marktentwicklung, welche mit einer Verringerung der durchschnittlichen Standzeiten der Anzeigen auf den Plattformen einhergeht, ist in 2016 die Gesamtzahl an Anzeigen auf der IS24 Plattform zwar leicht rückläufig (zirka 466 Tausend Anzeigen zum Dezember 2016 im Vergleich zu zirka 504 Tausend Anzeigen im Dezember 2015), der Marktanteil konnte jedoch ausgebaut werden.⁴⁶ Die Anzahl der Anzeigen im Vergleich zum nächsten Wettbewerber wurde von 1,4fach in 2015 auf das 1,6fache in 2016 erhöht.⁴⁷

⁴⁶ Schätzungen des Managements

⁴⁷ Schätzungen des Managements

Durch dieses umfangreiche Angebot konnte IS24 seine führende Position bei Besucherzahlen („Traffic“) und Nutzeraktivität behaupten, mit durchschnittlich 477 Millionen Minuten verbrachter Zeit auf der Plattform in 2016 (Desktop-PC und mobile Endgeräte, 2,6 mal mehr im Vergleich zum engsten Wettbewerber).⁴⁸ Die durchschnittliche Anzahl an Besuchen („Sessions“) pro Monat auf den Webseiten lag in 2016 bei 72 Millionen (2015: 72 Millionen), wohingegen, unterstützt durch unseren „mobile-first“ Ansatz, die durchschnittliche Anzahl an Besuchen über mobile Endgeräte um 9,6 % zunahm.⁴⁹ Die durchschnittliche Anzahl an Besuchen über mobile Endgeräte machen zwischenzeitlich 68,6 % der Gesamtsessions aus (63,2 % in 2015).

Vor dem Hintergrund der positiven Umsatzentwicklung sowie durch konsequente Weiterführung des „OneScout24“-Ansatzes erhöhte sich das EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit in 2016 im Vergleich zur Vorjahresperiode um 12,6 % auf 179,2 Millionen Euro. Die EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit stieg auf 63,0 % im Vergleich zu 59,7 % im Gesamtjahr 2015 und übertrifft damit die Erwartungen wie im Geschäftsbericht 2015 kommuniziert (zwischen 60,5 % und 61,5 %).

Die Investitionen in der Berichtsperiode betrugen 11,1 Millionen Euro im Vergleich zu 9,8 Millionen Euro im Vergleichszeitraum 2015. Wesentlicher Grund für den Anstieg war eine höhere Aktivierung von Entwicklungskosten als im Vorjahr, im Wesentlichen bedingt durch zusätzliche Projekte sowie durch gestiegene Personalkosten.

⁴⁸ ComScore 2016, Mittelwert für den Zeitraum von Januar bis Juni 2016 sowie November bis Dezember 2016. Im Zeitraum von Juli bis Oktober 2016 wurden fehlerhafte Daten erhoben, dieser Zeitraum wurde daher in der Berechnung des Mittelwertes ausgeschlossen.

⁴⁹ Schätzungen des Managements, basierend auf Sitzungen auf der IS24 Plattform über mobile Endgeräte, mobil-optimierte Webseite und IS24-Apps im Verhältnis zu Gesamtbesuchern, gemessen mit dem eigenen Traffic Monitor (google analytics).

Wesentliche Leistungsindikatoren

(in Millionen Euro)	Q4 2016 (ungeprüft)	Q4 2015 (ungeprüft)	+/-	GJ 2016	GJ 2015	+/-
Umsatzerlöse von Kernhändlern (Deutschland)	15,2	12,1	25,6 %	55,8	43,3	28,9 %
Umsatzerlöse von Kernhändlern (Benelux/Italien)	12,7	9,6	32,3 %	48,9	36,0	35,8 %
Umsatzerlöse von anderen Händlern	3,5	3,1	12,9 %	13,6	11,6	17,2 %
Sonstige Umsatzerlöse	10,1	8,7	16,1 %	33,6	30,0	12,0 %
Außenumsätze gesamt	41,5	33,4	24,3 %	152,0	120,7	25,9 %
EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit	16,7	8,9	87,6 %	64,2	43,8	46,6 %
EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit	40,2 %	26,7 %	13,5pp	42,2 %	36,2 %	6,0pp
EBITDA	14,1	8,1	74,1 %	55,9	39,7	40,8 %
Investitionen	1,7	3,1	-45,2 %	7,3	9,0	-18,9 %
Deutschland						
Kernhändler (Anzahl zum Periodenende)	24.421	22.298	9,5 %	24.421	22.298	9,5 %
Kernhändler (Anzahl Periodendurchschnitt)	24.351	22.137	10,0 %	23.360	21.036	11,0 %
Kernhändler ARPU (EUR/Monat)	208	182	14,3 %	199	171	16,4 %
UMV⁵⁰ (nur Desktop, in Zahlen und Millionen)	3,0	4,2	-28,6 %	3,7	4,5	-17,8 %
UMV⁵¹ (Multiplattform, in Zahlen und Millionen)	5,3	6,2	-14,5 %	6,1	6,5	-6,2 %
Benelux/Italien						
Kernhändler (Anzahl zum Periodenende)	18.747	17.447	7,5 %	18.747	17.447	7,5 %
Kernhändler (Anzahl Periodendurchschnitt,)	18.623	17.363	7,3 %	18.097	16.922	6,9 %
Kernhändler ARPU (EUR/Monat)	228	184	23,9 %	225	177	27,1 %
UMV⁵² (nur Desktop, in Zahlen und Millionen)	2,5	2,9	-13,8 %	2,8	3,1	-9,7 %

Die Außenumsätze im Segment AS24 zeigen einen starken Wachstumskurs mit einem Anstieg von 25,9 % auf 152,0 Millionen Euro im Geschäftsjahr 2016 gegenüber 120,7 Millionen Euro im Geschäftsjahr 2015. Dieser Anstieg übertrifft die im Ge-

⁵⁰ ComScore 2016, Mittelwert der jeweiligen Periode

⁵¹ ComScore 2016, Mittelwert der jeweiligen Periode

⁵² ComScore 2016, Mittelwert der jeweiligen Periode

schäftsbericht 2015 kommunizierte Prognose, welche von einem ähnlichen Wachstum wie im Jahr 2015 (13,0 %) ausgegangen ist, bei weitem. Der dynamische Anstieg wird hauptsächlich durch einen höher als erwarteten Anstieg der Umsatzerlöse von Kernhändlern Deutschland um 28,9 % (erwartet: niedriger zweistelliger Prozentsatz) und Benelux/Italien um 35,8 % (erwartet: ähnliche Größenordnung wie in 2015, d.h. rund 15,1 %) bestimmt. Beide profitieren den Erwartungen entsprechend von einer wachsenden Anzahl Kernhändler sowie einem starken Wachstum des ARPU (durchschnittlicher Erlös pro Kernhändler pro Monat). Das Wachstum des ARPU lässt sich größtenteils auf die zunehmende Penetration der Sichtbarkeitsprodukte zurückführen. Die im Februar akquirierte AutoTrader.nl trug erwartungsgemäß 5,5 Millionen Euro zum Umsatz der AS24 bei, wovon 5,0 Millionen Euro auf Umsatzerlöse von Kernhändlern entfallen. Bereinigt um den Konsolidierungseffekt sind die Umsatzerlöse von Kernhändlern Benelux/Italien um 21,9 %, die Außenumsätze im Segment AS24 um 21,7 % gewachsen. Die Anzahl der Kernhändler in Deutschland stieg zum 31. Dezember 2016 um 9,5 % auf 24.421 und der ARPU (durchschnittlicher Erlös pro Kernhändler) nahm um 16,4 % auf 199 Euro im Vergleich zum Gesamtjahr 2015 zu. In Benelux und Italien stieg der ARPU um 27,1 % auf 225 Euro einhergehend mit der wachsenden Anzahl der Kernhändler um 7,6 % auf 18.747.

Die Umsatzerlöse von anderen Händlern stiegen, angetrieben durch Wachstum der Umsatzerlöse in Österreich und Spanien, ebenfalls deutlich um 17,2 % auf 13,6 Millionen Euro (2015: 11,6 Millionen Euro). Auch das Produkt „Express-Verkauf“, entstanden durch die Akquisition der easyautosale im Jahr 2015, hat positiv zum Wachstum der Umsatzerlöse von anderen Händlern beigetragen. Die sonstigen Umsatzerlöse profitierten von einem soliden Wachstum der Werbeumsätze, insbesondere mit OEM, und nahmen um 12,0 % auf 33,6 Millionen Euro zu (2015: 30,0 Millionen). Die Prognose einer positiven Entwicklung der Umsatzerlöse von anderen Händlern und der sonstigen Umsatzerlöse wurde somit voll bestätigt.

Durch Vorantreiben der strategischen Ausrichtung auf die Erhöhung des Anzeigenbestandes, durch Steigerung der Nutzerfreundlichkeit, durch ein verbessertes Angebot für mobile Endgeräte, sowie durch die Fortführung der Händler-Neugewinnungsstrategie in den vergangenen zwölf Monaten erreichte AS24 eine weitere Erhöhung des gesamten Anzeigenbestandes um 6,6 % auf 1.286 Tausend im Dezember 2016 (im Vergleich zu 1.206 Tausend im Dezember 2015). Des Weiteren konnte AS24 seine Marktführerschaft, basierend auf Anzahl der Anzeigen in Belgien (inklusive Luxemburg), Niederlande und Österreich, erfolgreich verteidigen sowie in Italien weiter ausbauen.⁵³ Durch verbesserte Funktionalität für mobile Endgeräte stieg der Anteil der Sitzungen über mobile Endgeräte an den Gesamtsitzungen in Deutschland auf 63,0 % im Jahresdurchschnitt 2016. In 2015 betrug der Anteil der Sitzungen über mobile Endgeräte im Durchschnitt 49,7 % der Gesamtsitzungen. Der durchschnittliche Anteil der Besuche über mobile Endgeräte an den Gesamtbesuchen in Belgien, den Niederlanden und Italien stieg im gleichen Zeitraum von 53,1 % auf 63,5 %.⁵⁴

⁵³ Autobiz, Dezember 2016

⁵⁴ Schätzungen des Managements, basierend auf Sitzungen auf der AS24 Plattform über mobile Endgeräte, mobil-optimierte Webseite und Apps im Verhältnis zu Gesamtbesuchern, gemessen mit dem eigenen Traffic Monitor (Google Analytics).

Die positive Umsatzentwicklung sowie die Weiterführung des „OneScout24“-Ansatzes spiegelt sich im EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit wider, welches um 46,6 % auf 64,2 Millionen Euro zunahm. Die EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit stieg um 6,0 Prozentpunkte auf 42,2 %, die Prognose aus dem Geschäftsbericht 2015 wurde somit auch hier übertroffen (Anstieg der EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit um einige wenige Prozentpunkte).

Die Investitionen beliefen sich im Geschäftsjahr 2016 auf 7,3 Millionen Euro, im Vergleichszeitraum betragen diese 9,0 Million Euro. Der Rückgang ist im Wesentlichen auf die auslaufenden Investitionen im Zusammenhang mit einem technologischen Wechsel der AS24-Plattform sowie der Migration einiger Applikationen in die „Cloud“ zurückzuführen.

Corporate

Die Außenumsätze waren im Geschäftsjahr 2016 erwartungsgemäß weiter rückläufig (1,3 Millionen Euro im Vergleich zu 2,8 Millionen Euro in 2015). Das um den Ausgleich der Management Fee bereinigte EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit betrug im Geschäftsjahr 2016 negative 18,7 Millionen Euro verglichen mit negativen 14,1 Millionen Euro für das Gesamtjahr 2015. Die erwartungsgemäße Verschlechterung begründet sich durch die Fortführung des „OneScout24“-Ansatzes und die damit verbundene verstärkte Bündelung von gruppenweiten Funktionen im Segment Corporate.

Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage des Konzerns

Änderung der Berichtsstruktur

Zur Vereinheitlichung des internen und externen Reportings und der damit einhergehenden Verbesserung der Steuerungsstruktur wurde die Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung zum 1. Januar 2016 vom Umsatz- auf das Gesamtkostenverfahren umgestellt. Die Umstellung auf das Gesamtkostenverfahren stellt eine freiwillige Änderung von Bilanzierungs-, Bewertungs- und Ausweismethoden im Sinne des IAS 8.14b dar. Um die Vergleichbarkeit zu den Vorjahresperioden zu gewährleisten, wurden die entsprechenden Werte rückwirkend angepasst.

Ertragslage

Scout24 hat auch im Geschäftsjahr 2016 ihren Wachstumskurs beibehalten und konnte die Umsatzerlöse um 48,5 Millionen Euro oder 12,3 % auf 442,1 Millionen Euro im Vergleich zum Geschäftsjahr 2015 (393,6 Millionen Euro) steigern, im Wesentlichen getrieben durch die starke Performance von AutoScout24 (AS24) und die Initiativen zur Monetarisierung der Dienstleistungsangebote für Nutzer unter dem Dach Scout24 Media. Die Neu-Akquisitionen im Geschäftsjahr 2016, AutoTrader.nl, immodirekt.at sowie my-next-home.de, trugen insgesamt 6,3 Millionen Euro zum Umsatz in 2016 bei. Bereinigt um die Akquisitionen betrug das Umsatzwachstum im Geschäftsjahr 2016 10,7 % im Vergleich zum Gesamtjahr 2015.

Die aktivierten Entwicklungskosten stiegen im Geschäftsjahr 2016 aufgrund verstärkter Entwicklungsleistungen um 1,0 Millionen Euro auf 11,7 Millionen Euro.

Die sonstigen betrieblichen Erträge lagen im Geschäftsjahr 2016 mit 2,6 Millionen Euro deutlich unter dem Vorjahresniveau (8,5 Millionen Euro). Dies lässt sich im Wesentlichen auf einen Ertrag durch Weiterverrechnung von Kosten des Börsengangs in Höhe von 5,0 Millionen Euro in 2015 zurückführen.

Der Personalaufwand (inklusive nicht-operativer Effekte in Höhe von 15,3 Millionen Euro) nahm um 12,5 Millionen Euro bzw. 12,6 % auf 112,0 Millionen Euro (2015: 99,5 Millionen Euro, davon nicht-operative Effekte in Höhe von 11,9 Millionen Euro) und damit überproportional zur durchschnittlichen Mitarbeiterzahl zu; dies begründet sich im Wesentlichen durch nicht-operative Aufwendungen im Rahmen der im Jahr 2016 durchgeführten Reorganisation und aus anteilsbasierter Vergütung, aber auch durch einen höheren Personalaufwand pro FTE aufgrund einer veränderten Personalstruktur, welche den erhöhten Anforderungen Rechnung trägt.

Aufgrund des operativen Leverage entwickelten sich Marketingaufwand (50,6 Millionen Euro) und IT-Aufwand (13,3 Millionen Euro) trotz einem Anstieg der Umsatzerlöse in 2016 im Vergleich zum Vorjahr weitestgehend stabil (2015: 50,6 Millionen Euro bzw. 12,3 Millionen Euro).

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen verringerten sich im Vergleich zum Geschäftsjahr 2015 um 9,5 Millionen Euro bzw. 11,4 % auf 73,7 Millionen Euro (2015: 83,2 Millionen Euro). Dies ist im Wesentlichen zurückzuführen auf gesunkene Beratungs- und sonstige Dienstleistungen, welche in 2015 durch nicht-operative Kosten des Börsengangs in Höhe von 10,5 Millionen Euro belastet waren.

Als Ergebnis der zuvor beschriebenen Entwicklungen stieg das Betriebsergebnis vor Abschreibungen - EBITDA (im folgenden „EBITDA“) im Berichtszeitraum um 23,9 % auf 206,8 Millionen Euro (2015: 166,9 Millionen Euro).

Im EBITDA enthalten sind 17,8 Millionen Euro nicht-operative Kosten (Vorjahr: 22,6 Millionen Euro), welche sich im Wesentlichen aus Personalaufwand sowie Kosten im Rahmen von M&A Transaktionen zusammensetzen. Der Personalaufwand beinhaltet Personalaufwand aus anteilsbasierter Vergütung für Managementbeteiligungsprogramme (aus Programm 2014 und Programm 2015) in Höhe von 4,1 Millionen Euro (Vorjahr: 3,6 Millionen Euro) und aus leistungsbasierter Vergütung aus Kaufvertragsverpflichtungen in Höhe von 2,8 Millionen Euro (Vorjahr: 2,2 Millionen Euro). Das EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit stieg dementsprechend um 18,4 % von 189,6 Millionen Euro auf 224,5 Millionen Euro.

Anteilsbasierte
Vergütung
↘ Seite 184

Die Überleitungsrechnung zum EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit sieht wie folgt aus:

Überleitungsrechnung EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit

Konzern (in Millionen Euro)	GJ 2016	GJ 2015
EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit	224,5	189,6
Nicht-operative Kosten	-17,8	-22,6
darin Personalaufwand	-15,3	-11,9
darin Kosten im Rahmen von M&A Transaktionen	-3,3	0,0
darin Kosten des Börsengangs	0,0	-5,5
darin sonstige nicht-operative Kosten	0,8	-5,3
EBITDA	206,8	166,9

IS24 (in Millionen Euro)	GJ 2016	GJ 2015
EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit	179,2	159,2
Nicht-operative Kosten	-16,6	-16,6
darin Personalaufwand	-9,6	-5,4
darin Kosten im Rahmen von M&A Transaktionen	-0,1	-1,0
darin sonstige nicht-operative Kosten	0,7	-1,1
darin Management Fee ⁵⁵	-7,5	-3,8
EBITDA	162,6	147,9

AS24 (in Millionen Euro)	GJ 2016	GJ 2015
EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit	64,2	43,8
Nicht-operative Kosten	-8,3	-4,1
darin Personalaufwand	-1,5	-2,0
darin Kosten im Rahmen von M&A Transaktionen	-2,4	-0,1
darin sonstige nicht-operative Kosten	-0,3	-0,2
darin Management Fee ⁵⁶	-4,1	-1,7
EBITDA	55,9	39,7

Die Abschreibungen beliefen sich auf 65,5 Millionen Euro, von denen 49,6 Millionen Euro auf immaterielle Vermögenswerte entfallen, die aus Kaufpreisallokationen entstanden sind (2015: 65,6 Millionen Euro bzw. 48,8 Millionen Euro).

Der Nettofinanzaufwand belief sich im Geschäftsjahr 2016 auf 43,8 Millionen Euro, verglichen mit 22,4 Millionen Euro im Geschäftsjahr 2015, wobei im Jahr 2015 ein einmaliger Ertrag aus dem Verkauf von Beteiligungen an at-Equity bilanzierten Un-

^{55,56} Das Corporate Segment berechnet zur Abdeckung gewisser Management Dienstleistungen an IS24 und AS24 eine Management Fee. Diese ist Teil des Ergebnisses aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit im Segment Corporate, jedoch nicht in den Segmenten IS24 und AS24, wo sie als nicht-operativer Effekt gezeigt wird und somit nicht im EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit enthalten ist.

ternehmen in Höhe von 22,1 Millionen Euro enthalten ist. Der im Nettofinanzaufwand enthaltene Zinsaufwand Dritte belief sich im Geschäftsjahr 2016 auf 45,8 Millionen Euro (2015: 47,7 Millionen Euro). Bedingt durch am Ende des Geschäftsjahres 2016 durchgeführte Refinanzierung und die unterjährig getätigten vorzeitigen Rückzahlungen des vorherigen Konsortialkredits in Höhe von 100,0 Millionen Euro, ist der Zinsaufwand Dritte in 2016 belastet durch einen Einmaleffekt in Höhe von 14,4 Millionen Euro für die Amortisation von Anschaffungsnebenkosten des vorherigen Konsortialkredits.

Der Ertragsteueraufwand belief sich im Geschäftsjahr 2016 auf 31,6 Millionen Euro, woraus sich eine effektive Steuerquote von 32,1 % ergibt, verglichen mit einem Steueraufwand in Höhe von 22,0 Millionen Euro im Geschäftsjahr 2015. Den Ertragsteueraufwand mindern latente Steuererträge in Höhe von 11,2 Millionen Euro, die im Wesentlichen auf Abschreibungen auf Vermögenswerte, die aus Kaufpreisallokationen entstanden sind, entfallen. Im Geschäftsjahr 2015 beliefen sich die latenten Steuererträge auf 10,1 Millionen Euro.

Entsprechend verzeichnete Scout24 für das Geschäftsjahr 2016 ein Konzernergebnis nach Steuern in Höhe von 66,9 Millionen Euro. Hierin enthalten ist ein auf Anteile nicht beherrschender Gesellschafter entfallender Verlust in Höhe von minus 0,3 Millionen Euro. Den Aktionären zuzurechnen ist somit ein Ergebnis in Höhe von 67,2 Millionen Euro, woraus sich ein Ergebnis je Aktie von 0,62 Euro ergibt.

Finanzlage

Grundsätze und Ziele des Finanzmanagements

Der Bereich Group Treasury plant und steuert zentral den Bedarf und die Bereitstellung liquider Mittel innerhalb der Scout24-Gruppe. Auf Basis einer jährlichen Finanzplanung und einer monatlich rollierenden Liquiditätsplanung wird die finanzielle Flexibilität und jederzeitige Zahlungsfähigkeit der Gruppe sichergestellt. Für alle wesentlichen Konzerngesellschaften wird zudem das Cash-Pooling-Verfahren genutzt.

Die derzeitige Dividendenpolitik ist mit dem Verschuldungsgrad (Verhältnis von Nettoverschuldung zu EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit der letzten 12 Monate) verknüpft. Der Zielkorridor für den Verschuldungsgrad liegt bei 2,50:1. Dieser Wert wird voraussichtlich Mitte des Jahres 2017 erreicht. Aufgrund dessen und unter Berücksichtigung der erreichten signifikanten Reduktion der Zinsmargen im Rahmen der Refinanzierung Ende des Jahres 2016 schlägt der Vorstand dem Aufsichtsrat für das Jahr 2016 eine Dividende in Höhe von EUR 0,30 je dividendenberechtigter Aktie vor. Dies entspricht einer Ausschüttung von 32,28 Millionen Euro. Bezogen auf den Kurs zum 30. Dezember 2016 ergibt sich eine Dividendenrendite von 0,9 %.

Kapitalausstattung und Finanzierungsstruktur

Die Scout24 AG refinanzierte sich zum Ende des Geschäftsjahres 2016 und löste den existierenden Konsortialkredit mit einer Restschuld in Höhe von 681,0 Millionen Euro zum 30. Dezember 2016 ab. Im Rahmen des neuen Konsortialkreditvertrags (Facility Agreement, im folgenden „FA“) verfügte die Scout24 AG zum 31. Dezember 2016 über einen Gesamtkreditrahmen in Höhe von 800,0 Millionen Euro. Der unbesicherte Konsortialkredit setzt sich aus 600,0 Millionen Euro Stammkredit sowie einem revolvingierenden Kreditrahmen in Höhe von 200,0 Millionen Euro, von dem 80,0 Millionen Euro in Anspruch genommen worden sind, zusammen. Der Stammkredit ist jährlich bis zur Fälligkeit zum 29. Dezember 2021 mit mindestens 30,0 Millionen Euro zu tilgen, der verbleibende Betrag sowie der revolvingierende Kreditrahmen sind endfällig.

Der Zinssatz für die unter dem Konsortialkredit gezogenen Fazilitäten basiert auf dem EURIBOR plus einer Zinsmarge, welche an den Verschuldungsgrad geknüpft ist. Im Rahmen des neuen FA konnten die Zinsmargen signifikant gesenkt werden, so dass die höchste Zinsmarge nun bei 2,0 % (vor Refinanzierung: 4,25 %) liegt. Der EURIBOR ist nach unten bei 0,0 % begrenzt.

Das im Rahmen des FA geltende Covenant bezieht sich auf das Verhältnis von Nettoverschuldung zu EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit der letzten zwölf Monate (Verschuldungsgrad) und liegt zum 31.12.2016 bei 3,75:1,00. Im Berichtszeitraum wurde der Covenant eingehalten, zum 31. Dezember 2016 betrug der EBITDA-Headroom 24,0 %.

Aufgrund der guten Cash Conversion Rate⁵⁷ konnten im Laufe des Jahres 2016 in Summe 100,0 Millionen Euro, zu jeweils einer Tranche in Höhe von 40,0 Millionen Euro im April und 60,0 Millionen Euro im September 2016, des damals bestehenden Kredits freiwillig getilgt werden.

Neben dem Bestand an liquiden Mitteln in Höhe von 43,4 Millionen Euro (31.12.2015: 70,6 Millionen Euro) verfügt der Konzern zudem über Liquidität aus dem oben genannten Kontokorrent-Kredit in Höhe von 120,0 Millionen Euro, welche zum 31.12.2016 nicht in Anspruch genommen wurde. Für Avale wurde neben dem FA ein weiterer Kreditvertrag in Höhe von 0,4 Millionen Euro abgeschlossen.

Leasingverhältnisse und sonstige Verpflichtungen
↪ Seite 174

Zum Bilanzstichtag bestanden außerbilanzielle Verpflichtungen in einer Gesamthöhe von 30,2 Millionen Euro, davon 13,1 Millionen Euro mit einer Restlaufzeit von einem Jahr, 15,2 Millionen Euro mit einer Restlaufzeit von über einem Jahr bis fünf Jahre und 1,9 Millionen mit einer Restlaufzeit über fünf Jahre. Zum 31. Dezember 2015 bestanden außerbilanzielle Verpflichtungen in einer Gesamthöhe von 36,2 Millionen Euro. Der Rückgang um 6,0 Millionen Euro bedingt sich im Wesentlichen durch die Verkürzung der Restmietlaufzeit für Büroflächen aufgrund von befristeten Mietverträgen.

⁵⁷ Cash Conversion Rate ist definiert als EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit abzüglich Investitionen im Verhältnis zu EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit.

Liquiditäts- und Investitionsanalyse

Scout24 erzielte im Geschäftsjahr 2016 einen Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit in Höhe von 154,9 Millionen Euro, ein Anstieg um 24,4 % im Vergleich zu 124,5 Millionen Euro im Geschäftsjahr 2015. Dies ist im Wesentlichen auf das gestiegene EBITDA zurückzuführen. Gegenläufig wirkten Zahlungsmittelabflüsse in Höhe von 43,0 Millionen Euro aus Ertragsteuerzahlungen, welche das Geschäftsjahr 2016 als auch das Vorjahr betrafen.

Der negative Cashflow aus Investitionstätigkeit in Höhe von minus 48,8 Millionen Euro resultiert überwiegend aus der Akquisition der AutoTrader.nl in Höhe von 29,5 Millionen Euro sowie Investitionen in Vermögenswerte in Höhe von 19,5 Millionen Euro. Die Investitionen in Vermögenswerte verteilen sich zu 17,1 Millionen Euro auf immaterielle Vermögensgegenstände und 2,4 Millionen Euro auf Sachanlagevermögen. Die Investitionen in immaterielle Vermögensgegenstände umfassen hauptsächlich die Aktivierung von eigenen und fremden Entwicklungsleistungen, wobei ein wesentlicher Anteil auf Investitionen im Zusammenhang mit einem technologischen Wechsel der AS24-Plattform sowie der Migration einiger Applikationen in die „Cloud“ entfällt. Weitere Entwicklungen umfassen unter anderem Produktinnovationen im Bereich der Kommunikation im Rahmen der Immobiliensuche sowie im IS24 Pay-per-Ad-Geschäft.

Im Geschäftsjahr 2015 generierte Scout24 36,2 Millionen Euro aus Netto-Devestition, im Wesentlichen aufgrund der Veräußerung der Beteiligung an PropertyGuru Pte. Ltd, Singapur. Die Investitionen in Vermögenswerte betrugen in 2015 19,3 Millionen Euro.

Der Cashflow aus Finanzierungstätigkeit belief sich im Berichtszeitraum auf minus 133,3 Millionen Euro. Hierin enthalten sind freiwillige Rückzahlungen des vorherigen Konsortialkreditvertrags in Höhe von 100,0 Millionen Euro sowie 29,1 Millionen Euro Zinszahlungen.

Insgesamt gingen die verfügbaren Zahlungsmittel im Geschäftsjahr 2016 um 27,2 Millionen Euro von 70,6 Millionen Euro am 31. Dezember 2015 auf 43,4 Millionen Euro zum 31. Dezember 2016 zurück.

Vermögenslage

Die Bilanzsumme des Konzerns belief sich zum 31. Dezember 2016 auf 2.130,9 Millionen Euro und blieb damit nahezu unverändert (zum 31. Dezember 2015: 2.173,2 Millionen Euro).

Die langfristigen Vermögenswerte gingen um 1,0 % bzw. 20,8 Millionen Euro auf 2.034,7 Millionen Euro (31. Dezember 2015: 2.055,5 Millionen Euro) zurück. Dies ist im Wesentlichen auf den Rückgang bei den sonstigen immateriellen Vermögenswerten um 16,1 % bzw. 41,9 Millionen Euro auf 217,6 Millionen Euro durch Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte, die aus Kaufpreisallokationen entstanden

sind, zurückzuführen. Gegenläufig wirkte der Anstieg der Geschäfts- und Firmenwerte um 28,9 Millionen Euro, hauptsächlich bedingt durch die Akquisition der AutoTrader.nl.

Die kurzfristigen Vermögenswerte sanken von 117,7 Millionen Euro auf 96,2 Millionen Euro, überwiegend durch den Rückgang der Zahlungsmittel von 70,6 Millionen Euro auf 43,4 Millionen Euro.

Die kurzfristigen Verbindlichkeiten stiegen im Berichtszeitraum von 86,9 Millionen Euro auf 112,3 Millionen Euro, hauptsächlich durch den Anstieg der finanziellen Verbindlichkeiten. Im Rahmen der Refinanzierung zum 30. Dezember 2016 wurde eine jährliche verpflichtende Tilgung in Höhe von 30,0 Millionen Euro vereinbart, diese werden entsprechend unter kurzfristige Verbindlichkeiten ausgewiesen.

Die langfristigen Verbindlichkeiten verringerten sich von 1.165,0 Millionen Euro zum 31. Dezember 2016 auf nunmehr 1.027,8 Millionen Euro zum 31. Dezember 2015. Dies ist in erster Linie auf freiwillige Rückzahlungen des vorherigen Konsortialkreditvertrags in Höhe von 100,0 Millionen Euro sowie die Umgliederung von 30,0 Millionen Euro in die kurzfristigen Verbindlichkeiten zurückzuführen. Die passiven latenten Steuern, die überwiegend auf temporäre Differenzen aus Kaufpreisallokationen gebildet wurden, verringerten sich im Einklang mit den rückläufigen immateriellen Vermögenswerten.

Das Eigenkapital stieg von 921,3 Millionen Euro auf 990,8 Millionen Euro. Entsprechend beträgt die Eigenkapitalquote zum 31. Dezember 2016 nun 46,5 % nach 42,4 % zum 31. Dezember 2015.

Mitarbeiter

Da Scout24 sich in einem schnell wandelnden Umfeld bewegt, ist ein wesentlicher Wettbewerbsvorteil, herausragende Talente für das Unternehmen zu gewinnen und halten zu können. Die konstruktive Nutzung des Diversity-Managements, der Umgang mit der Vielfalt aller Mitarbeiter hat für Scout24 eine herausragende Bedeutung. Scout24 steht für eine wertschätzende Unternehmenskultur, in der offenes, vorurteilsfreies Miteinander ein zentraler Aspekt ist. Für Scout24 arbeiten Menschen mit den unterschiedlichsten Überzeugungen, kulturellen und beruflichen Hintergründen, Fähigkeiten und Ansichten. Diese Vielfalt begreift Scout24 als Stärke - denn durch sie ist es möglich, optimal auf die individuellen Bedürfnisse der Kunden und die Herausforderungen eines sich stetig verändernden Marktes einzugehen.

Zum 31. Dezember 2016 beschäftigte Scout24 1.135 Mitarbeiter (berechnet als Vollzeitäquivalente, „FTE“), verglichen mit 1.120 FTE zum 31. Dezember 2015, ohne Praktikanten, Auszubildende, Aushilfen, Werkstudenten, Leiharbeitnehmer und freie Mitarbeiter.

Die nachstehenden Tabellen zeigen die Mitarbeiterzahl (FTE) - inklusive Vorständen und Geschäftsführung - jeweils zum 31. Dezember 2016 und 31. Dezember 2015 gegliedert nach Segmenten und Regionen:

FTE (zum Periodenende)	31.12.2016	31.12.2015
Gruppe	1.135	1.120
IS24	653	681
AS24	378	379
Corporate	95	48
sonstige	9	12

FTE (zum Periodenende)	31.12.2016	31.12.2015
Gruppe	1.135	1.120
Inland	994	993
Ausland	141	127

Gesamtaussage

Die Scout24-Gruppe hat mit der insgesamt sehr positiven Geschäftsentwicklung in der Berichtsperiode ihren Fokus auf nachhaltiges und profitables Wachstums erneut unter Beweis gestellt. Wir haben unser Wachstum im Wesentlichen organisch, aber auch durch gezielte, unsere Marktposition stärkende Akquisitionen, vorangetrieben. Darüber hinaus haben wir die Neuausrichtung unserer Organisation auch im Jahr 2016 zielstrebig vorangetrieben und die Nutzung von Synergien gefördert.

Die Entwicklung unserer EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit spiegelt den Erfolg unserer Strategie wider. Auf Basis unserer Margenqualität, einer starken Cash Contribution,⁵⁸ einer soliden Bilanzstruktur sowie dem guten Verhältnis von Nettoverschuldung zu EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit der letzten zwölf Monate, befinden wir uns in einer hervorragenden Position, die Transformation unserer Gesellschaft von einem Anbieter digitaler Kleinanzeigenportale zu dem branchenführenden Anbieter digitaler Marktnetzwerke voranzutreiben, sowie unsere Ertragskraft zu behaupten und weiter zu steigern.

⁵⁸ Cash Contribution ist definiert als EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit vermindert um Investitionen.

Risiko- und Chancenbericht

Die Scout24-Gruppe wird regelmäßig mit Risiken und Chancen konfrontiert, die sich sowohl negativ als auch positiv auf die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage der Gruppe auswirken können. Um Risiken- und Chancen frühzeitig zu identifizieren und adäquat handhaben zu können, setzt die Scout24-Gruppe wirksame Steuerungs- und Kontrollsysteme ein. In diesem Risiko- und Chancenbericht sind die wichtigsten Risiken und Chancen der Scout24-Gruppe dargestellt.

Gesamtaussage zur Risikolage aus Sicht der Unternehmensleitung

Die Gesamtrisikolage wird stets in einem tragbaren Rahmen gehalten, eine Gefährdung der Unternehmensgruppe ist derzeit nicht erkennbar.

Das Internetgeschäft in Deutschland, Europa und weltweit ist weiterhin auf Wachstumskurs. Insbesondere im Anzeigengeschäft verschieben sich die Geschäftsmodelle immer weiter weg von traditionellen Offline-Angeboten (z.B. Printmedien) hin zu entsprechenden Online-Angeboten. Der gesamte Markt unterliegt stetigen Veränderungen und einem intensiven Wettbewerb. Zugleich stellt die Schaffung von Transparenz in digitalen Marktplätzen mit relevanten Inhalten und Angeboten für Nutzer ein signifikantes Geschäftspotenzial für innovative Vermarktungsstrategien der Angebote auf diesen Handelsplätzen dar. Wir sind operativ und strategisch gut positioniert, um von dieser Dynamik der Märkte zu profitieren und sie als Wachstumschance für das Anzeigen- und Werbegeschäft nutzen zu können. Zusammen definieren diese Entwicklungen das Risiko- und Chancenprofil der Scout24-Gruppe.

In den vergangenen Jahren haben wir unsere Wertschöpfungskette rund um das Anzeigengeschäft konsequent diversifiziert und damit die Weichen für künftiges Umsatzwachstum auch außerhalb des klassischen Anzeigengeschäfts eines Online-Marktplatzes gestellt. Zugleich haben wir die Scout24-Gruppe in den vergangenen Monaten noch effizienter aufgestellt und unser Unternehmensportfolio weiter optimiert. Finanziell und bilanziell steht die Scout24-Gruppe weiterhin auf einem soliden Fundament.

Wir bewerten daher die Risiken zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Lageberichts als begrenzt, die Gesamtrisikolage ist beherrschbar. Gegenüber der Berichterstattung zum Jahresabschluss am 31. Dezember 2015 hat sich keine (grundlegende) Änderung der Gesamtrisikolage ergeben. Es sind derzeit keine Risiken erkennbar, die einzeln oder zusammen mit anderen Risiken zu einer signifikanten oder dauerhaften Beeinträchtigung der Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage der Scout24-Gruppe führen könnten bzw. als bestandsgefährdend anzusehen wären.

Risikomanagementsystem, Compliance Management System und Internes Kontrollsystem

Die grundsätzliche Ausgestaltung des Risikomanagementsystems orientiert sich an dem international anerkannten Rahmenwerk COSO Enterprise Risk Management Framework des Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission. Dieses Rahmenwerk verknüpft das gruppenweite Risikomanagement mit dem internen Kontrollsystem („IKS“), welches gleichfalls auf dem COSO-Rahmenwerk basiert. Dieser ganzheitliche Ansatz unterstützt die Gesellschaft dabei, Steuerungs- und Überwachungsaktivitäten an den Unternehmenszielen und deren inhärenten Risiken auszurichten.

Das interne Kontrollsystem ist ein wesentlicher Bestandteil des Risikomanagementsystems und umfasst die Gesamtheit aller Regelungen und Maßnahmen, Grundsätze und Verfahren, um Unternehmensziele zu erreichen. Es soll insbesondere die Sicherheit und Effizienz der Geschäftsabwicklung sowie die Zuverlässigkeit der Finanzberichterstattung gewährleisten.

Das Risikomanagement stellt auf die systematische Erfassung und Bewertung von Risiken ab und zielt auf einen kontrollierten Umgang mit diesen Risiken. Es soll die Scout24-Gruppe in die Lage versetzen, ungünstige Entwicklungen frühzeitig zu erkennen, um zeitnah gegensteuernde Maßnahmen zu ergreifen und diese überwachen zu können.

Das Risikomanagement im Berichtszeitraum hat sich überwiegend auf diejenigen Aktivitäten konzentriert, die den zukünftigen Ertrag (EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit, EBITDA, EBIT) maßgeblich beeinflussen und für die Zukunftsperspektiven der Gesellschaft bedeutsam sind.

Scout24 gliedert seine Risiken nach externen, finanziellen, operativen, strategischen und Compliance Risiken, sogenannten Risikofeldern. Die Bewertung der Risiken erfolgt, soweit dies möglich ist, nach quantitativen Parametern, der Eintrittswahrscheinlichkeit, und der potenziellen Schadenshöhe.

Zielbild für das Risiko- und Chancenmanagement ist ein ganzheitlicher, integrierter Ansatz, der die Governance-Komponenten Risikomanagement, internes Kontrollsystem (IKS) und Compliance kombiniert, ergänzt durch unterstützende Prüfungsaktivitäten der internen Revision. Ausgangs- und Anknüpfungspunkt sind dabei die Anforderungen an Risikomanagement- und Compliance Management Systeme für kapitalmarktorientierte Unternehmen.

Grundlagen des Risiko- und Chancenmanagements der Scout24-Gruppe

Zu den Grundsätzen einer verantwortungsbewussten Unternehmensführung gehört für die Scout24-Gruppe ein stetes verantwortungsvolles Abwägen von Risiken und Chancen, die sich aus dem unternehmerischen Handeln ergeben können. Ziel des Risiko- und Chancenmanagements ist es, eine Strategie zu erarbeiten und Ziele festzulegen, die eine optimale Balance zwischen Wachstum und Rendite einerseits und den damit verbundenen Risiken andererseits schaffen, und dadurch den Unternehmenswert systematisch und nachhaltig steigern.

Risikoausprägungen, die wir bereits in unserer finanziellen Planung berücksichtigt haben, werden konsequenterweise nicht erläutert.

Scout24 bewertet die für die Unternehmensentwicklung der Gruppe insgesamt maßgeblichen Chancen und Risiken umfassend im Rahmen des jährlich stattfindenden Budgetplanungsprozesses. Dabei werden zur Ableitung der integrierten Finanzplanung sowohl Branchen- und Wettbewerbsumfeld als auch die allgemeine Marktentwicklung analysiert und entsprechend die sich für das Unternehmen ergebenden Chancen und Risiken bewertet. Ergänzt wird dies durch die Ergebnisse des einmal im Jahr erstellten und quartalsweise aktualisierten Risikoinventars, welches sicherstellt, dass Risiken und Chancen unternehmensweit nach einer festgelegten Methode erhoben und bewertet werden. Die zum Zeitpunkt der Budgeterstellung punktuelle Einschätzung der Chancen und Risiken wird jeweils unterjährig in zusätzlichen Aktualisierungen der Planung und der Risikoberichterstattung erneut verifiziert, so dass eine quartalsweise Beurteilung der Chancen und Risiken für die Scout24-Gruppe erfolgt.

Aktuelle Risiken und Chancen sowie deren Auswirkungen auf das Unternehmen werden darüber hinaus in zweiwöchentlich stattfindenden Sitzungen des oberen Führungskreises („Executive Leadership Team“, ELT), in quartalsweisen Sitzungen mit dem Aufsichtsrat sowie in regelmäßig stattfindenden Budget- und Strategie- sowie Ergebnismeeetings diskutiert. Darüber hinaus vervollständigt das quartalsweise standardisierte Reporting des Risikoinventars an den Vorstand sowie das halbjährliche Risikoreporting an den Aufsichtsrat das Risikomanagementsystem der Scout24-Gruppe.

Organisatorische Verankerung des Risiko- und Chancenmanagements

Die Gesamtverantwortung für das Risiko- und Chancenmanagement-System der Scout24-Gruppe liegt beim Vorstand. Um Risiken und Chancen frühzeitig zu erkennen, zu analysieren, zu steuern, zu überwachen und ihnen durch angemessene Maßnahmen entgegenzuwirken hat der Vorstand das Ressort Risk Management & Compliance eingerichtet, das gruppenweit die beiden Systeme zum Risiko- und Compliance Management, sowie das interne Kontrollsystem integriert und steuert. Dies erfolgt in enger Zusammenarbeit mit den Risikoverantwortlichen der (Markt-) Segmente und Zentralbereiche (Functions), die die Verantwortung für die Umsetzung

des Risiko- und Chancenmanagementsystems in den Risiko-Reportingeinheiten, das heißt den operativen Einheiten, haben.

Die Wirksamkeit des integrierten Risikomanagement-, Compliance- und Internen Kontrollsystems wird in Stichproben durch eine co-gesourcete Interne Revisionsfunktion durch eine externe Beratungsgesellschaft kontrolliert.

Wesentliche Merkmale des Internen Kontroll- und Risikomanagementsystems im Hinblick auf den Konzernrechnungslegungsprozess

Einen wesentlichen Bestandteil des Internen Überwachungssystems der Gesellschaft bilden das rechnungslegungsbezogene Risikomanagementsystem sowie das Interne Kontrollsystem. Durch Anwendung des o.g. COSO-Rahmenwerks soll durch das effektive Zusammenwirken von Risikomanagementsystem und Internem Kontrollsystem die Wirksamkeit und Wirtschaftlichkeit der Geschäftstätigkeit sowie die Vollständigkeit und Verlässlichkeit der Finanzberichterstattung sichergestellt werden. Dabei umfassen das rechnungslegungsbezogene Risikomanagement und das Interne Kontrollsystem alle organisatorischen Regelungen und Maßnahmen zur Erkennung und zum Umgang mit den Risiken der Finanzberichterstattung.

Folgende Ausprägungen des Risikomanagementsystems und internen Kontrollsystems sehen wir als wesentlich an:

- Verfahren zur Identifikation, Beurteilung und Dokumentation aller wesentlichen rechnungslegungsrelevanten Unternehmensprozesse und Risikofelder inklusive dazugehöriger Schlüsselkontrollen. Diese umfassen Prozesse des Finanz- und Rechnungswesens und operative Unternehmensprozesse, die wesentliche Informationen für die Aufstellung des Jahres- und Konzernabschlusses einschließlich des Lageberichts bereitstellen.
- Prozessintegrierte Kontrollen (IT-gestützte Kontrollen und Zugriffsbeschränkungen, Berechtigungskonzept, vor allem beim rechnungslegungsbezogenen IT-System, 4-Augen-Prinzip, Funktionstrennung).
- Standardisierte und dokumentierte Finanzbuchhaltungsprozesse.
- Gruppenweite Vorgaben zur Bilanzierung in Form von Bilanzierungsrichtlinien und Meldeprozessen.
- Regelmäßige Informationen an alle konsolidierten Gesellschaften über aktuelle Entwicklungen, die Rechnungslegung und den Abschlusserstellungsprozess betreffend, sowie einzuhaltende Meldefristen.

Risikoprävention und Sicherstellung von Compliance

Risikoprävention ist ein wesentliches Element des Risikomanagementsystems und integrativer Bestandteil der ordentlichen Geschäftstätigkeit. Konzerneinheitliche Standards für den systematischen Umgang mit Risiken und Chancen stellen dabei die Basis für eine erfolgreiche Risikoprävention und Compliance dar. Diese Standards werden im Governance, Risk & Compliance Handbuch (GRC-Handbuch) der Scout24-Gruppe festgelegt und vom Vorstand in Kraft gesetzt. Der dort festgelegte GRC-

Kernprozess, für den die Abteilung Risk Management & Compliance zuständig ist, sichert die standardisierten Verfahren zur Beurteilung, Analyse und Berichterstattung von Risiken sowie den implementierten Steuerungsmaßnahmen. Der GRC-Kernprozess bietet konsistente, vergleichbare und transparente Informationen und unterstützt so wichtige Entscheidungsfindungen.

Die Einhaltung nationaler und international anerkannter Compliance-Anforderungen ist fester Bestandteil der Risikoprävention. Im Rahmen unseres ganzheitlichen, integrierten Governance-, Risk- und Compliance Ansatzes findet dies unter anderem seinen Ausdruck in der ständigen Anpassung von risiko- und compliancerelevanten Unternehmensprozessen an die Anforderungen der Unternehmensstruktur und -strategie.

Verhaltenskodex:
Corporate Social
Responsibility
↳Seite 54

Dies beinhaltet neben der Aktualisierung bestehender Risikomanagement- und Compliance-Richtlinien und -prozesse auch die Einführung neuer, wichtiger Regelungsinhalte und Standards, sowie die konsequente Förderung unseres Verhaltenskodex („Code of Conduct“) und des externen Hinweisgebersystems. Ergänzt wurde dies durch ein im Berichtsjahr neu eingeführtes Kommunikations- und Schulungskonzept für alle Unternehmenseinheiten in Bezug auf relevante Risiko- und Compliance-Inhalte, um alle Mitarbeiter entsprechend zu sensibilisieren und ein unternehmensweit einheitliches Verständnis unserer Risikomanagement- und Compliance-Standards zu erreichen. Dieses Schulungskonzept wurde im November 2016 von den „Outstanding Security Performance Awards“ (OSPAs) in der Kategorie „Herausragende Initiative für Sicherheitsschulungen“ ausgezeichnet. Die Scout24-Gruppe verfügt somit über ein System an Regelungen, Prozessen einschließlich präventiver Schulungen und interner Kontrollen, mit deren Hilfe mögliche Defizite im Unternehmen frühzeitig identifiziert und mit entsprechenden Maßnahmen minimiert werden können.

Entwicklung der Risikobeurteilung

Am Beginn des Prozesses steht die Identifikation wesentlicher Risiken. Dabei werden Risiken, die eine bestimmte Wesentlichkeitsgrenze überschreiten oder eine subjektive Dringlichkeit darstellen, ad hoc vom Risk-Owner oder über den „Vice President Risk Management“ an den Vorstand herangetragen. Ein unterjähriges Reporting orientiert sich an spezifischen Ausprägungen und basiert auf moderierten Risk Assessments und entsprechenden regelmäßigen Aktualisierungen durch die Fachbereiche. Als Frühwarnindikatoren werden quartalsweise Veränderungen des Risikoinventars verwendet. Für das Geschäftsjahr 2017 ist eine Erweiterung des Frühwarnsystems auf automatisierte Betrugsindikatoren (sog. Fraud Risk Red Flags) für Schlüsselprozesse vorgesehen.

Die Risikobewertung erfolgt unter Berücksichtigung der erwarteten Auswirkungen auf die Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage sowie geschätzter Eintrittswahrscheinlichkeiten als „gering“, „tolerierbar“, „moderat“, „wesentlich“, oder „kritisch“. Die

Grundlage der Bewertung der Risiken erfolgt nach quantitativen Parametern, d.h. der Eintrittswahrscheinlichkeit in Prozent und der potenziellen Schadenshöhe in Euro. Die Quantifizierung soll dabei primär die Relevanz des angegebenen Risikos verdeutlichen. Die Bewertung des monetären Schadenausmaßes obliegt den Unternehmenseinheiten. Der Zeithorizont für die Einschätzung von Risiken beträgt 1 Jahr für die Eintrittswahrscheinlichkeit und ca. 2-3 Jahre für die potenzielle Schadenshöhe.

Die identifizierten Risiken werden nach der Brutto-Netto-Methode bewertet. Bei der Bruttobetrachtung werden die Schadenshöhe und Eintrittswahrscheinlichkeit zunächst ohne Berücksichtigung der etablierten Maßnahmen zur Verringerung der Schadenshöhe bzw. der Eintrittswahrscheinlichkeit bewertet. Ziel der Bruttobewertung ist das gesamte Ausmaß des Gefährdungspotenzials aufzuzeigen, um so einer falschen Einschätzung, die aus einer Überschätzung der Wirkung der vorhandenen Maßnahmen zur Risikosteuerung resultieren kann, vorzubeugen. Hingegen werden bei der Nettobewertung im zweiten Schritt die etablierten Maßnahmen zur Risikosteuerung berücksichtigt. Ziel der Brutto-/Nettobewertung ist es, die Wirtschaftlichkeit des eingesetzten Präventionsaufwands abzuschätzen.

Die Risiken werden hier mit ihrem Netto-Schadenerwartungswert dargestellt, d.h. auf Basis einer Nettobetrachtung der erwarteten Schadenshöhe in Bezug zur gewichteten Eintrittswahrscheinlichkeit aller in den Risikocluster aggregierten Einzelrisiken. Die implementierten risikoreduzierenden Maßnahmen werden daher bei der Risikoeinstufung berücksichtigt. Die Skalen zur Messung der Bewertungsgrößen (Eintrittswahrscheinlichkeit und erwartete Schadenshöhe) sowie die daraus resultierende Risikoklassifizierungsmatrix sind in der folgenden Tabelle dargestellt:

Eintrittswahrscheinlichkeit (im folgenden Geschäftsjahr)				
wahrscheinlich (> 50 %)				
möglich (25-50 %)				
unwahrscheinlich (10-25 %)				
sehr gering (< 10 %)				
	niedrig (< 0,5 Mio. EUR)	moderat (0,5 - 4 Mio. EUR)	wesentlich (4 - 10 Mio. EUR)	signifikant (> 10 Mio. EUR)

Erwartete Schadenshöhe

gering
 tolerierbar
 moderat
 wesentlich
 kritisch

Teil der Risikobeurteilung ist auch die Analyse von Ursachen und Wechselwirkungen. Chancen fließen in die Bewertung nicht mit ein, sie werden im Rahmen der Planungsrechnung erfasst.

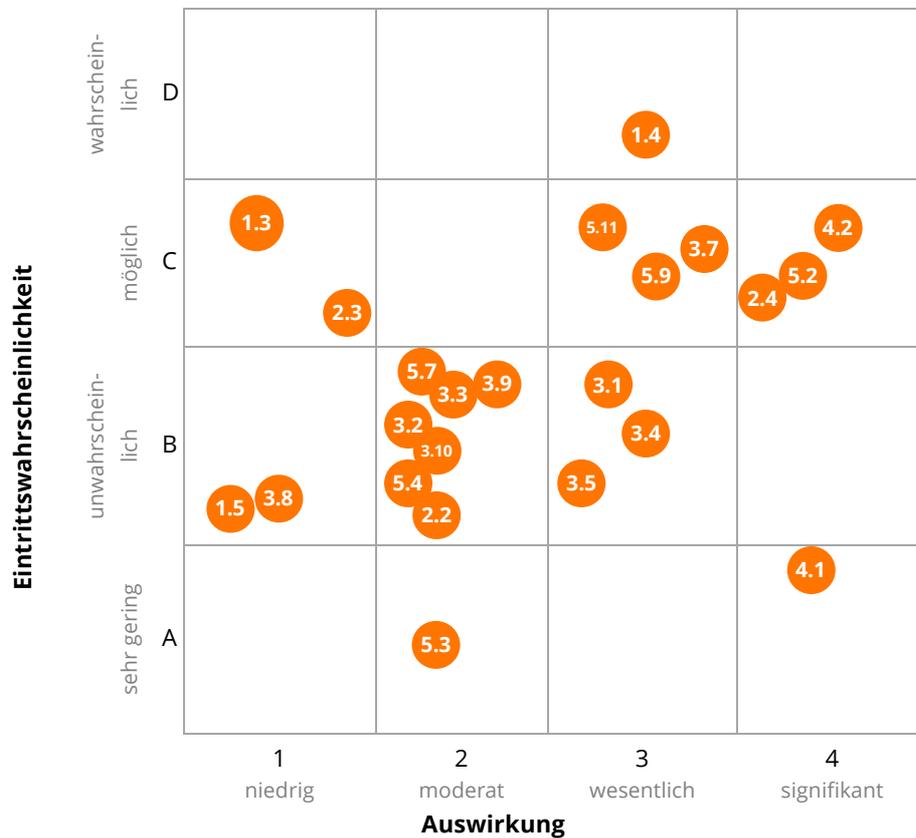
Der dritte Schritt umfasst schließlich die Risikosteuerung. Bei Vorliegen bestimmter Risikoindikatoren im Verhältnis zu den definierten Wesentlichkeitsgrenzen werden Gegenmaßnahmen entwickelt und eingeleitet. Die definierten Maßnahmen und Risiken werden im Rahmen unterjähriger Berichterstattungen an die Geschäftsführung aktualisiert.

Für das Erfassen und Melden der Risiken sind dezentrale Risikomanager in den verschiedenen Unternehmenseinheiten verantwortlich. Die Manager kategorisieren die Risiken nach einem konzernweit geltenden Katalog und dokumentieren ihre Ergebnisse quartalsweise - oder ad hoc - in einer Datenbank.

Gesamtrisikosituation, Risikocluster und Risikofelder

Die Gesamtrisikosituation (netto) wird durch Bewertung aller Risikofelder als Ergebnis einer konsolidierten Betrachtung ermittelt. Die Veränderung stellt sich im Vergleich zum Vorjahr dar:

		Eintrittswahrscheinlichkeit		Quantitative Auswirkung		Veränderung
1	Externe Risiken					
1.1	Volkswirtschaftliche Risiken	sehr gering	↓	niedrig	↓	↓
1.2	Regionale und spezifische Länderrisiken	sehr gering	=	niedrig	=	=
1.3	Rechtliches Umfeld	möglich	↓	niedrig	↓	↓
1.4	Wettbewerb & Markt	wahrscheinlich	↑	wesentlich	↓	↓
1.5	Lieferanten	unwahrscheinlich	↑	niedrig	↑	↑
1.6	Arbeitsmarkt	sehr gering	=	niedrig	=	=
1.7	Öffentlichkeit	sehr gering	=	niedrig	=	=
1.8	Natur und Umwelt	sehr gering	=	niedrig	=	=
2	Finanzielle Risiken					
2.1	Organisation & Qualität Rechnungswesen	sehr gering	=	niedrig	=	=
2.2	Finanzmanagement	unwahrscheinlich	↓	moderat	↓	↙↗
2.3	Finanzzahlen	möglich	↑	niedrig	↑	↑
2.4	Rechnungslegung	möglich	↑	signifikant	↑	↑
3	Operationale Risiken					
3.1	Personal	unwahrscheinlich	↙↗	wesentlich	↓	↙↗
3.2	Werbung und Marke	unwahrscheinlich	=	moderat	=	=
3.3	Dienstleister, sonstige Geschäftspartner	unwahrscheinlich	↙↗	moderat	↓	↓
3.4	Kunden	unwahrscheinlich	↙↗	wesentlich	↓	↙↗
3.5	Management & Administration	unwahrscheinlich	↓	wesentlich	↓	↓
3.6	Beschaffung	sehr gering	=	niedrig	=	=
3.7	IT-Risiken	möglich	↓	wesentlich	↓	↓
3.8	Projektmanagement	unwahrscheinlich	↑	niedrig	↑	↑
3.9	Produktmanagement & Prozesse	unwahrscheinlich	↓	moderat	↓	↓
3.10	Kommunikation	unwahrscheinlich	↓	moderat	↓	↓
4	Strategische Risiken					
4.1	Strategische Ausrichtung	sehr gering	=	signifikant	↓	↙↗
4.2	Verkauf, Marketing & Marke	möglich	↓	signifikant	↓	↙↗
5	Compliance Risiken					
5.1	Code of Conduct	sehr gering	↓	niedrig	↓	↓
5.2	Datenschutz & Datensicherheit	möglich	↓	signifikant	↓	↙↗
5.3	Korruption & Betrug	sehr gering	↓	moderat	↓	↙↗
5.4	(Wirtschafts-) Strafrecht	unwahrscheinlich	↑	moderat	↓	↙↗
5.5	Wettbewerbsrecht	sehr gering	=	niedrig	=	=
5.6	Immaterialgüterrecht	sehr gering	=	niedrig	=	=
5.7	Arbeits- und Sozialversicherungsrecht	unwahrscheinlich	↙↗	moderat	↓	↓
5.8	Geldwäsche	sehr gering	↑	niedrig	↑	↑
5.9	Know-how-Abfluss	möglich	↑	wesentlich	↓	↓
5.10	Umweltrecht	sehr gering	=	niedrig	=	=
5.11	Dokumentationspflichten	möglich	↙↗	wesentlich	↓	↙↗
↓	Rückgang	↑	Anstieg			
=	Unverändert	↙↗	Unwesentliche Veränderung			



Die vorhergehende Darstellung berücksichtigt nur Risikocluster, deren Netto-Schadenserwartungswert größer 500.000 EUR sind, bei einer gewichteten Eintrittswahrscheinlichkeit von größer 10 Prozent.

Risikocluster, die aus heutiger Sicht die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Scout24-Gruppe wesentlich beeinflussen könnten, sind nachfolgend dargestellt. Als wesentlich gelten hierbei alle Risiken, die in der zugrundeliegenden Risikoklassifizierungsmatrix in den Feldern „wesentlich“ und „kritisch“ abgetragen sind. Dies sind typischerweise nicht die einzigen Risiken, denen das Unternehmen ausgesetzt ist. Weitere Risiken, die unsere Geschäftstätigkeit beeinflussen könnten, sind uns derzeit aber nicht bekannt oder wir schätzen diese als nicht substantiell ein.

Wir bewerten die Gesamtrisikolage für den Konzern und seine Geschäftseinheiten als beherrschbar.

Externe Risiken

1.3 Rechtliches Umfeld

Aus unserer Geschäftstätigkeit ergeben sich neben operativen und finanzwirtschaftlichen Risiken vielfältige rechtliche Risiken, die wir aktuell einzeln und in Summe allerdings als tolerierbar einschätzen. Aufgrund der relativen Bedeutung dieses Risikoclusters haben wir uns, trotz der Tatsache, dass es nach unserer Einschätzung aktuell kein wesentliches Risiko darstellt und damit unterhalb der Berichtsschwelle liegt, dennoch dazu entschlossen, die wichtigsten rechtlichen und regulatorischen Einflussfaktoren auf unser Geschäft zu skizzieren.

Zunächst weisen wir vorsorglich darauf hin, dass die Ergebnisse von eventuellen Rechtsstreitigkeiten und Verfahren unserem Geschäft, unserer Reputation oder unseren Marken erheblichen Schaden zufügen und hohe Kosten verursachen können.

Wir unterliegen zudem einer Vielzahl von Gesetzen und Reglementierungen, von denen viele noch nicht gefestigt oder in der Entstehung sind. Diese umschließen auch die zum Teil sehr öffentlichkeitswirksamen Rechtsgebiete des Verbraucherschutzes, Datenschutz, E-Commerce und Wettbewerbsrecht. Kartell- oder wettbewerbsrechtliche Klagen oder Ermittlungen können zudem Änderungen unseres Geschäftsbetriebs notwendig machen.

Am 1. Juni 2015 trat in Deutschland eine gesetzliche Neuregelung in Kraft, wonach nun der Immobilieneigentümer in seiner Eigenschaft als Vermieter die Kosten des von ihm beauftragten Maklers tragen muss („Bestellerprinzip“). Dies hat zu einer strukturellen Verschiebung von Vermietungen über Makler hin zu erhöhten privaten Vermietungen geführt sowie weiterhin die Maklerprovision für Mietobjekte erheblich reduziert. Unter anderem als Folge davon, hat sich die Anzahl der Makler in Deutschland verringert. Eine Ausweitung des „Bestellerprinzips“ auf den Immobilienverkauf wird derzeit diskutiert, ob dies umgesetzt wird, ist jedoch noch offen. Diese Neuregelung könnte auch für Verkaufsobjekte zu einer strukturellen Verschiebung von Inseraten von Maklern hin zu privaten Inseraten sowie einer Verringerung der Maklerprovision führen.

Die deutsche Gesetzgebung hat einen Gesetzesentwurf vorgestellt, der die beruflichen Anforderungen an Immobilienmakler verschärft, um einen einheitlichen Qualitätsstandard sicherzustellen. Unter der neuen Berufszulassungsregelung müssen Makler eine Reihe beruflicher Qualifikationen erfüllen, wie zum Beispiel die Erbringung eines Sachkundenachweises. Auch dies kann zu einer Verringerung der Anzahl der Makler führen. In Folge kann dies den Kundenstamm und die Anzahl der Inserate dieser Kunden bei der IS24 reduzieren mit negativen Auswirkungen auf die Umsätze von gewerblichen Kunden, mit denen IS24 einen Großteil der Umsätze erzielt. Darüber hinaus unterliegen verkaufte und vermietete Immobilien Regelungen zur Energieeinsparung, die Verkäufer und Vermieter zur Erstellung eines Energieausweises verpflichtet. Die Anforderungen solcher Energieeinsparverordnungen können auch künftig erheblich verschärft werden, wie bereits in 2014 geschehen. Strengere Regulierung kann Auswirkungen auf das Anzeigenvolumen haben, wie z.B. bei der Einführung der Energieeinsparverordnung, die einen temporären Einbruch der Inserate zur Folge hatte.

Gleichermaßen verpflichtet die Energieverbrauchskennzeichnungsverordnung Verkäufer von energieverbrauchsrelevanten Produkten oder solchen, die CO₂ emittieren wie beispielsweise PKW, zur Angabe bestimmter Informationen hinsichtlich Emissionen und Energieverbrauch. Verstöße gegen solche Angabepflichten bei Inseraten von Fahrzeugen auf den Plattformen von Scout24 können für die Kunden Rechtsstreitig-

keiten mit Aufsichtsbehörden oder Umweltorganisationen zur Folge haben. Dadurch könnten Kunden generell davon Abstand nehmen, Fahrzeuge auf digitalen Anzeigeplässen wie AS24 zu inserieren oder, im Falle von Rechtsstreitigkeiten in Bezug auf ein Inserat bei AS24, Rechtsfolgen auf die Scout24 Plattform zurückzuführen. Infolgedessen könnte AS24 Kundenverluste und/oder Reputationsschäden erleiden.

Jede Änderung in Bezug auf die Möglichkeit von Scout24, Benutzer- und Mitglieder-daten aus seinen Systemen zu verwenden oder diese Daten zu teilen, kann Einfluss auf die Umsatzentwicklung haben. Beispielsweise würde das Angebot von Mehrwertdiensten wie Immobilienbewertung erschwert, sollte die Nutzung der Transaktionsdatenbank gesetzlich oder regulatorisch unterbunden werden. Ebenso ist Scout24 bei Marketingleistungen auf die Nutzung von E-Mail und Nachrichtendiensten angewiesen. Einschränkungen bei der Kontaktaufnahme zu Kunden und Konsumenten könnten daher negative Auswirkungen auf die Geschäftsentwicklung haben.

Noch immer nicht wirksam abzuschätzen ist das Risiko, negative Konsequenzen aus dem Wegfall der EU-Safe Harbour im internationalen Datentransfer davonzutragen. Wenngleich nunmehr das so genannte Privacy Shield in Kraft getreten ist, verbleibt dennoch eine allgemeine Rechtsunsicherheit. Nach eingehender Prüfung aller wesentlichen IT-Dienstleistungsverträge und damit einhergehend der Verwendung der von der EU-Kommission empfohlenen EU-Standardklauseln wird dieses Risiko aktuell als tolerierbar betrachtet.

Den sich aus der Änderung des rechtlichen Umfelds ergebenden Risiken wirken interne und externe Rechtsexperten durch sorgfältige Prüfung sämtlicher vertraglicher und regulatorischer Angelegenheiten entgegen. Wir sind bestrebt, die Einhaltung sämtlicher Verpflichtungen durch kontinuierliche Überwachung zu gewährleisten und Konflikte durch die Verletzung der Rechte Dritter oder die Missachtung regulatorischer Vorschriften zu vermeiden.

Prozessrisiken, d.h. anhängige Gerichts- oder Aufsichtsverfahren gegen die Gesellschaften der Scout24-Gruppe, die zu wesentlichen Ansprüchen führen könnten, oder die wahrscheinlich nicht erfüllbar sind, bestehen nicht.

Insgesamt stufen wir aktuell das Risiko, durch gesetzliche oder regulatorische Änderungen Einschränkungen mit Auswirkungen auf unser Geschäftsmodell zu erfahren, als tolerierbar und damit beherrschbar ein.

1.4 Wettbewerb & Markt

Unsere Rentabilität hängt entscheidend davon ab, ob wir unsere führenden Marktpositionen halten können, insbesondere die führende Position des Segmentes ImmobilienScout24 in Deutschland. Sollten wir diese Marktpositionen nicht halten können, könnte unsere Preisgestaltung gefährdet sein und unser Umsatz zurückgehen, so dass unser Geschäft beeinträchtigt wäre.

Wir sind in einem wettbewerbsintensiven Umfeld tätig. Unser Geschäftsmodell ist anfällig für kurzfristige Veränderungen der Wettbewerbsdynamik. Unsere Kunden könnten durch Wettbewerber, die andere Geschäftsmodelle oder Preisgestaltungen verfolgen, dazu bewogen werden, deren Plattformen anstelle von unseren zu nutzen. Besonders allgemeine Kleinanzeigenportale, welche verschiedenste Produktkategorien umfassen, könnten in den Immobilien- oder Automobilanzeigenmarkt vordringen oder ihre Aktivitäten darin verstärken oder auch große, im Internet agierende Gesellschaften (etwa Suchmaschinen oder soziale Netzwerke) könnten deren großen Nutzerkreis und dessen Daten nutzen, um eine starke Kundenbasis zu vergleichsweise geringen Kosten zu etablieren.

Wir sind davon abhängig, dass unsere Zielgruppe unsere Portale und unseren Service gegenüber denen unserer Konkurrenten bevorzugt, wodurch zusätzliche Investitionen erforderlich werden können.

Technische Veränderungen können unser Geschäft und die Märkte, in denen wir tätig sind, stören und zu höheren Ausgaben oder dem Verlust von Kunden führen. Beispielsweise könnten Wettbewerber zu jeder Zeit neue Produkte oder Leistungen einführen, die unsere Produkte und Leistungen oder unser Geschäftsmodell nicht mehr wettbewerbsfähig oder sogar überflüssig machen. Um mit technologischem Fortschritt mitzuhalten, könnten höhere Ausgaben für die Entwicklung und Verbesserung unserer Technologie erforderlich werden.

AS24 erwirtschaftet einen wesentlichen Anteil seiner Umsätze im europäischen Automobilmarkt, insbesondere auch mit Automobilherstellern („OEMs“). Die jüngsten Entwicklungen in der Automobilindustrie könnten die Werbeetats der OEMs nachhaltig negativ beeinflussen.

Wir sind von unseren Systemen, Mitarbeitern und bestimmten Geschäftspartnern abhängig. Ausfälle können unsere Tätigkeit erheblich beeinflussen.

Insgesamt stellen Risiken aus Wettbewerb und Markt für uns in der Aggregation eine kritische Risikokomponente dar, die auch die Wichtigkeit der hierfür eingesetzten Kontrollen und Maßnahmen darstellt. Bei Betrachtung der Risiken auf Einzelrisikoebene schätzen wir diese allerdings jeweils als tolerierbar bis moderat ein. Wettbewerbs- und Marktrisiken zählen für uns darüber hinaus auch zu den allgemeinen unternehmerischen Risiken.

Aufgrund unserer führenden Marktposition, dem Bekanntheitsgrad unserer Marke und unserer ständigen analytischen Marktbeobachtung inkl. des technologischen Fortschritts stufen wir diese Risiken insgesamt als beherrschbare Risiken ein.

Finanzielle Risiken

2.4 Rechnungslegung

Die Scout24-Gruppe hat zum Stichtag ca. 1,2 Mrd. EUR an Immateriellen Vermögenswerten aktiviert. Die Werthaltigkeit dieser Vermögenswerte unterliegt einer ständigen Prüfung auf potenzielle Impairments, d.h. Sachverhalte, die die Werthaltigkeit nachhaltig negativ beeinflussen und außerordentliche Abschreibungen erforderlich machen können. Vor diesem Hintergrund besteht das Risiko, dass die Bewertung von derartigen aktivierten Immateriellen Vermögenswerten, z.B. Kundenstämmen, aufgrund von durch gesetzliche Änderungen mitverursachten rückläufigen Kundenzahlen einer Abwertung unterzogen werden müssen. Unter Berücksichtigung von quantitativer Auswirkung und Eintrittswahrscheinlichkeit stufen wir dieses Risiko auf Einzelrisikoebene als kritisch ein.

Aufgrund unserer kontinuierlichen Beobachtung unserer aktivierten Immateriellen Vermögenswerte auf potenziellen Abschreibungsbedarf schätzen wir allerdings das Risiko, diese Vermögenswerte zum Bilanzstichtag unzutreffend zu bewerten, als gering ein.

Operationale Risiken

3.7. IT-Risiken

Die Sicherheit der Kundeninformationen, die bei uns gespeichert sind, oder das Funktionieren unserer Portale und unserer allgemeinen Systeme, können gefährdet sein. Um die Sicherheit und Stabilität unserer Systeme zu gewährleisten, sind die Scout24-Geschäftsbereiche an geographisch getrennte und redundante Daten- und Rechenzentren angebunden. Der Betrieb unserer Plattformen wird permanent überwacht, um im Störfall geeignete Maßnahmen mit kurzer Reaktionszeit einzuleiten. Eine umfangreiche, mehrstufige Absicherung unserer Systeme sowie personalisierte, rollenbasierte Zugänge bieten zudem Schutz vor unautorisierten Zugriffen sowie externen Attacken. Um unsere Maßnahmen im Bereich der Cyber-Security an aktuellen Benchmarks und Best-Practices auszurichten, haben wir im 1. Quartal 2016 ein umfassendes externes IT-/Cyber-Security-Audit durchgeführt, und dieses durch ständige, intensive Penetrationstests ergänzt. Hieraus leiten wir konsequent neue, risikoreduzierende Maßnahmen ab, die sowohl unsere Plattform als auch den internen wie externen Zugang zu unseren geschäftlichen Daten gegen unbefugten Zugriff absichern.

Aufgrund der Bedeutung unserer Daten für unser Geschäft stufen wir dieses Risiko, trotz der bestehenden und wirksamen risikoreduzierenden Maßnahmen als wesentlich ein.

Strategische Risiken

4.2. Verkauf, Marketing & Marke

Unsere Entscheidung, keine klassische Print- oder Fernsehwerbung zu schalten und uns stattdessen auf das Online-Marketing zu fokussieren, zusammen mit insgesamt reduzierten Ausgaben im Bereich Brand Marketing, können dazu führen, dass der Wert der Marke durch sinkende Brand-Recognition beeinträchtigt wird. Dadurch können wir unsere führenden Marktpositionen in der Aufmerksamkeit unserer Nutzer verlieren.

Dieser Effekt könnte durch negative Konsequenzen aus der „Mobile-First“ Strategie verstärkt werden, da reguläre Umsätze, Conversion, Display Advertising Umsätze und die allgemeine Sichtbarkeit unserer Produkte mitsamt den einzelnen Features vom Desktop auf ein kleines Display übertragen werden müssen, um dem allgemeinen Trend zur Mobilität und jederzeitigen Erreichbarkeit und Zugriffsmöglichkeit Rechnung zu tragen.

Schließlich resultieren aus der strategischen Entscheidung, unser Preismodell an regionale Unterschiede anzupassen, diverse Risiken in Bezug auf Konzeption und Umsetzung, mit möglichen negativen Auswirkungen auf Umsatz und Kundenzufriedenheit.

Insgesamt haben die strategischen Risiken für uns eine kritische Bedeutung, da sie die Ausrichtung unseres Geschäftsmodells mittel- bis langfristig prägen. Aufgrund unserer intensiven Marktforschung und detaillierten Analyse halten wir das Risiko allerdings für beherrschbar.

Compliance Risiken

5.2. Datenschutz & Datensicherheit

Im Rahmen unserer operativen Tätigkeit erhalten und verarbeiten wir die Daten von Kunden und Nutzern. Die Nutzer unserer Plattformen vertrauen uns nicht nur ihre für die Registrierung notwendigen Daten, sondern darüber hinaus Informationen über ihre persönlichen Lebensverhältnisse (Bsp. Bewerbungsmappe Immobilien-Scout24) an. Es gilt, das Vertrauen der Kunden in die Sicherheit auf unseren Plattformen durch IT-Sicherheit und Datenschutz zu bestätigen.

Die Produkte werden mit Blick auf den Datenschutz und die IT-Sicherheit der Daten entwickelt und aufgesetzt. Regelmäßige Schulungen stellen sicher, dass die datenschutzgerechte Handhabung der Daten fest im Bewusstsein der Mitarbeiter verankert ist. Neue Produkte und Verfahren werden in definierten Prozessen auf ihre Vereinbarkeit mit dem Datenschutz und der Datensicherheit geprüft.

Die Speicherung und Verarbeitung erfolgt dabei immer im Rahmen der gesetzlichen Vorgaben, und wir schützen alle Daten und Informationen jederzeit vor unbefugtem

Zugriff. Die unerlaubte Veröffentlichung durch unbefugte Dritte ist somit ein hohes Risiko, das mit dem Vertrauen unserer Kunden und Nutzer und deren Überlassung ihrer Daten einhergeht. Gleiches gilt für die unerlaubte Weitergabe an Dritte durch Unbefugte oder ohne entsprechende Einwilligung. Insbesondere die Nutzung neuer, wettbewerbsrelevanter Technologien Dritter birgt im Rahmen der EU-Datenschutzregeln die Gefahr, teilweise nicht im Einklang mit gesetzlichen Anforderungen zu stehen.

Diesen Risiken begegnen wir durch Sicherung der uns anvertrauten Kunden- und Nutzerdaten durch aktuelle Technologien und Sicherheitskonzepte, sowie entsprechende interne Regelungen und Prozesse. Dennoch können unsere Daten trotz unserer umfangreichen Sicherheitsvorkehrungen durch illegale Zugriffe Krimineller intern wie extern ausgespäht, verkauft, gelöscht, veröffentlicht, oder anderweitig kompromittiert werden.

Aufgrund der wesentlichen Bedeutung von Daten für unser Geschäftsmodell stufen wir Risiken im Zusammenhang mit Datenschutz und Datensicherheit, trotz unserer umfangreichen technischen Sicherungsmaßnahmen, internen Regeln und Prozesse, als kritisch ein.

5.9. Know-how-Abfluss

Für die erfolgreiche Erhaltung unserer betrieblichen Infrastruktur werden wir weiterhin qualifizierte Fach- und Führungskräfte benötigen. Unser künftiger Erfolg hängt davon ab, inwieweit es uns gelingt, entsprechend geeignete Arbeitnehmer auszubilden, einzustellen, zu integrieren und dauerhaft an das Unternehmen zu binden. Um einen wachstumsgerechten Personalaufbau und unsere Attraktivität als Arbeitgeber zu sichern, betreiben wir eine strategische Personalplanung, die ein umfangreiches Recruiting beinhaltet.

Besondere Risiken sind im Know-how-Verlust und fehlendem Wissenstransfer durch das Ausscheiden von Mitarbeitern zu sehen. Eine auf die Bedürfnisse der Arbeitnehmer eingehende Arbeitszeitgestaltung sowie materielle Anreizsysteme sollen Scout24 als attraktiven Arbeitgeber wettbewerbsfähig halten. Wir sind von der Verfügbarkeit und der Leistung von Experten auf unserer Führungsebene und bei anderem Personal abhängig und davon, eine flexible Unternehmenskultur zu bewahren. Wir stufen dieses Risiko als wesentlich ein.

5.11. Dokumentationspflichten

Ein funktionierendes Vertragsmanagement ist eine wichtige Voraussetzung für den reibungslosen Ablauf aller Lieferungs- und Leistungsverhältnisse. Durch die hohe Anzahl individueller Verträge, insbesondere mit Kunden und Lieferanten, und auch im Rahmen unseres Online-Geschäfts, besteht grundsätzlich das Risiko, dass im Einzelnen unvorteilhafte Verpflichtungen oder nachteilige Vertragskonstellationen entstehen. Zur Vermeidung von derartigen Risiken individueller Vertragsgestaltung benutzen wir sowohl standardisierte Einkaufs-, Verkaufs- und Lieferverträge als auch standardisierte allgemeine Geschäftsbedingungen. Dies erhöht allerdings das Risiko, dass solche Vertragsbedingungen unwirksam und infolgedessen nicht durchsetzbar sind.

Aufgrund der Vielzahl der auch im Rahmen des Online-Geschäfts abgeschlossenen Verträge sehen wir in der Aggregation das Risiko von nicht ausreichend dokumentierten Vertragsbestandteilen, inklusive der erforderlichen internen Freigaben, grundsätzlich als wesentlich an.

Zur Vermeidung dieser Risiken ist die regelmäßige Einbindung unserer Rechtsabteilung sowie der Einkaufsabteilung im Rahmen unserer internen (Beschaffungs-) Prozesse verpflichtend erforderlich. Eine neue Zeichnungsrichtlinie trägt ab 2017 ebenso zur Reduzierung des Gesamtrisikos bei.

Vor diesem Hintergrund stufen wir dieses Risiko als beherrschbar ein.

Chancenbericht

Gesamtaussage zur Chancenlage aus Sicht der Unternehmensleitung

Das Internetgeschäft ist nach wie vor auf Wachstumskurs in Deutschland, Europa und weltweit. Insbesondere im Anzeigengeschäft verschieben sich die Geschäftsmodelle weg von Offline-Angeboten (wie z.B. Printmedien) hin zu Online-Angeboten. So lag der Anteil der Ausgaben für Onlinewerbung bei 31,6 % im Jahr 2016 und soll im Jahr 2019 36,6 % erreichen.⁵⁹ Gerade in dieser Veränderung besteht ein Wachstumspotenzial für die Scout24-Geschäftsmodelle.

Die Scout24-Gruppe hat durch ihren hohen Markenbekanntheitsgrad und die hohen Nutzerzahlen eine hervorragende Positionierung in allen wesentlichen Geschäftsbereichen erreicht. Wir sehen daher insgesamt alle am Markt operierenden Scout24-Gesellschaften auf Wachstumskurs.

Die Scout24 AG ist aus Sicht des Vorstandes insgesamt gut aufgestellt für das systematische Erkennen und Nutzen von Chancen, die aus den wesentlichen Trends in ihren Märkten resultieren.

Wesentliche Chancen

Potenzial für weitere Ertragssteigerungen bei ImmobilienScout24

IS24 ist Deutschlands führendes digitales Immobilien-Anzeigenportal mit einer gestützten Markenbekanntheit von 84 %.⁶⁰ Bereits heute greifen nahezu 70 % der Nutzer über mobile Endgeräte auf unsere Services zu, die alle geräteübergreifend nutzbar sind. Die eigenen Apps wurden bereits mehr als 14 Millionen Mal heruntergeladen⁶¹, was die Attraktivität unserer Plattform unterstreicht.

Wir sind davon überzeugt, dass wir gut aufgestellt sind, um verschiedene Chancen für ein Umsatzwachstum zu nutzen, das noch über diese strukturelle Marktverschiebung bei den Werbebudgets hinausgeht (sowohl in Bezug auf Kleinanzeigen als auch auf allgemeine Werbung). Die vorteilhaften Netzwerkeffekte in diesem Sektor sollten sich zu unseren Gunsten auswirken und nach unserer Überzeugung zu einem überproportionalen Anteil an Anzeigen und Besuchern (gemessen an Zugriffszahlen, Reichweite und Besucheraktivität) auf unserem Marktplatz führen. Bei unseren gewerblichen Immobilienanbietern, insbesondere bei den größeren, sehen wir erhebliches Potenzial darin, unseren Anteil an ihren Werbeausgaben („share of wallet“) zu erhöhen.

⁵⁹ ZenithOptimedia, Advertising Expenditure Forecasts, Dezember 2016

⁶⁰ GfK Brand & Communication Research, Januar 2017

⁶¹ Schätzungen des Managements

Unsere durchschnittlichen Umsatzerlöse pro Kernmakler („ARPU“) haben Wachstumsspielraum, da sie geringer als die von vergleichbaren marktführenden Unternehmen in anderen Ländern sind, wo die Verschiebung von Offline-Medien zu Online-Anzeigenportalen bereits weiter fortgeschritten ist.

Wir sind der Meinung, dass unser ARPU gesteigert werden kann, da wir den Mehrwert für unsere Kunden fortlaufend erhöhen und der Markt sich kontinuierlich von Printprodukten zu Gunsten von Online-Angeboten verschiebt. Diese Entwicklung sollte mittelfristig zu einer weiteren Steigerung der EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit im Segment ImmobilienScout24 führen.

Größtes EU-weites online Automobil-Anzeigenportal mit dem Potenzial für Leistungssteigerungen

AS24 betreibt das führende digitale Automobilanzeigenportal in Europa und ist, gemessen an der Gesamtanzahl der Anzeigen, Marktführer in Italien, Belgien (inklusive Luxemburg), den Niederlanden und Österreich, während es in Deutschland einen starken zweiten Platz inne hat.⁶²

AS24 profitiert durch seine europaweite Präsenz von Fixkostendegressionseffekten. Die europaweite Präsenz erlaubt es, die Kosten für Teile des Geschäfts, insbesondere die Fixkosten für Entwicklung und Betrieb der Internetseiten und der mobilen Apps, auf die Märkte umzulegen. Zudem ermöglicht die europaweite Reichweite, regionalen Autohändlern Zugang zur Nachfrage auf dem europäischen Markt zu verschaffen und damit deren Zielgruppe potenzieller Käufer zu erweitern. Mit Blick auf den grenzüberschreitenden Handel von Autos in Europa bietet dies erheblichen Mehrwert.

Die Ähnlichkeiten bei den Verkaufsprozessen und Anzeigenschaltungen für Autos und Immobilien erlauben uns, unsere Expertise und unsere bewährten Praktiken für beide Bereiche zu nutzen und die Abläufe zu optimieren. Insbesondere mit unseren Neuentwicklungen für mobile Produkte, wie z.B. der neu aufgelegten App für Mobiltelefone, können wir den mobilen Zugriff auf unser Angebot beschleunigen und die Benutzerfreundlichkeit für unsere Kunden und Konsumenten in unserem AS24-Segment verbessern. Parallel dazu versuchen wir, durch Produktinnovation unseren Händlerkunden beständig einen steigenden Mehrwert zu liefern und somit unsere Position im Vergleich zu unserem Hauptwettbewerber zu verbessern. Als Ergebnis davon erwarten wir mittelfristig eine weitere Steigerung der EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit unseres AutoScout24-Segments.

⁶² Autobiz, Dezember 2016

Gute Ausgangsposition für den weiteren Ausbau unserer digitalen Marktplätze und die Erschließung weiterer Marktchancen entlang der Wertschöpfungskette im Immobilien- und Automobilssektor

Die führende Position des IS24-Portals nach Zugriffszahlen und Nutzeraktivität⁶³ in Deutschland und des AS24-Portals auf europäischer Ebene geben uns einen starken und weitreichenden Zugang zu kaufbereiten Konsumenten und sollten es uns ermöglichen, aus unserer Reichweite zusätzliche Erträge zu erzielen, zum Beispiel indem wir entlang der Wertschöpfungskette weitere kostenpflichtige Services anbieten. Wir haben bereits erfolgreich erste Mehrwert-Serviceangebote eingeführt, die dazu dienen sollen, Kunden und Konsumenten während des gesamten Immobilienverkaufs- bzw. Vermietungsprozesses zu unterstützen.

Gleichzeitig erlaubt uns die europaweite Präsenz von AS24 über die große Zahl von Autosuchenden, durch Online-Werbeverkäufe und Leadmodelle entlang angrenzender Segmente der automobilen Wertschöpfungskette weitere Erträge zu erzielen. Wir beabsichtigen, AS24 als „go-to“-Online-Portal für Automobilhersteller (OEM), Kredit- und Versicherungsmakler, Ersatzteile- und Zubehörhändler und Werkstätten, zu etablieren.

Stabiles Geschäftsmodell mit beständigem Umsatzwachstum, starken Margen und hoher Cashflow-Generierung

Unsere Außenumsätze sind im Zeitraum von 2013 bis 2016 mit einer durchschnittlichen jährlichen Wachstumsrate von 12,5 % gestiegen und erreichten im Berichtszeitraum einen Betrag von 442,1 Millionen Euro. Unsere Umsatzerlöse sind nicht unmittelbar von den Marktpreisen von Immobilien und Automobilen oder der Anzahl der durchgeführten Immobilientransaktionen oder Autoverkäufe abhängig, sondern von der Anzahl und Anzeigedauer der von unseren Kunden geschalteten Anzeigen. Durch unsere zuletzt eingeführte individuellere Preisgestaltung, insbesondere durch das neu eingeführte Mitgliedschaftsmodell, mit welchem unsere Kunden ihr gesamtes Immobilienportfolio anbieten können, lösen wir unsere Preisgestaltung zudem zunehmend von konkreten Anzeigenkontingenten unserer Kunden.

Unser Marktplatzmodell und unsere führende Marktposition machen uns hoch profitabel. Unser Konzern erwirtschaftete im Berichtszeitraum ein EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit in Höhe von 224,5 Millionen Euro und damit eine EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit von 50,8 %. Wir glauben, dass unsere EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit noch weiter verbessert werden kann. Der vergleichsweise geringe Investitionsbedarf unseres Geschäftsmodells führt zu einer signifikanten Cashflow-Generierung.

⁶³ Basierend auf Besucherzahlen (Unique Monthly Visitors, "UMV") und Nutzeraktivität, comScore Dezember 2015 (Desktop PC für Besucherzahlen, Desktop PC und mobile Endgeräte hinsichtlich Nutzeraktivität)

Nutzung der Überschneidung von Nutzerinteressen zwischen unseren digitalen Marktplätzen

In 2015 wurde Scout24 Media als konzernweite Funktion etabliert, welche die Generierung von Leads und den Verkauf von Werbeanzeigen gruppenweit vorantreibt und dazu beiträgt, Scout24 als einen führenden datenbasierten Premium-Anbieter in Deutschland und Europa zu positionieren. Scout24 Media kombiniert konzernweite Vermarktungskompetenz und Ressourcen mit Drittanbietern und Vertriebspartnern. Ausgehend von der intensiven Nutzung unserer Marktplätze und den signifikanten Synergien zwischen IS24 und AS24 ist der Vorstand davon überzeugt, dass Scout24 gut positioniert ist, um Mehrwertdienste und Produkte anzubieten, die über die reine Anzeigenvermarktung hinausgehen. Der Vorstand schätzt, dass sich 30 % der AS24 Nutzer in Deutschland gleichzeitig auch für eine Immobilie interessieren und umgekehrt 43 % der IS24 Nutzer in Deutschland sich auch für ein Auto interessieren. Diese deutliche Überschneidung der Nutzerinteressen erlaubt es Scout24, den Konsumenten entsprechende Produkte und Dienstleistungen anzubieten und gleichzeitig Unternehmen, die an einem Zugang zu einer großen und qualifizierten Kundenbasis von zirka 16 Millionen monatlichen individuellen Nutzern interessiert sind, effiziente Möglichkeiten für zielgruppengenaue Werbeaussteuerung und Neukundengewinnung zu eröffnen.⁶⁴

⁶⁴ AGOF digital facts 2016-10

Prognosebericht

Markt- und Branchenerwartungen

Wie im Kapitel „Gesamtwirtschaftliche und branchenbezogene Rahmenbedingungen“ dargestellt, rechnet Scout24 mit konjunkturellem Rückenwind sowohl aus der stabilen gesamtwirtschaftlichen Entwicklung als auch durch die branchenspezifischen Trends im deutschen Immobilienmarkt und dem europäischen Automobilmarkt.

Die Scout24-Gruppe ist durch die führenden Marktpositionen, hohe Markenbekanntheit und beträchtliche Nutzerreichweite im deutschen und europäischen Markt hervorragend positioniert, um diesen Rückenwind zu nutzen.

Unternehmenserwartungen

Scout24 hat das Geschäftsjahr 2016 mit einem Umsatzwachstum von 12,3 % und einer EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit von 50,8 % erfolgreich abgeschlossen. Damit haben wir auch in 2016 unsere Strategie des nachhaltigen und profitablen Umsatzwachstums weiter vorangetrieben.

Der Ausblick für den Online-Werbemarkt in Deutschland und Europa bleibt positiv, da private Nutzer und Kunden immer stärker auf digitale Kommunikation setzen. Scout24 ist mit den marktführenden Plattformen, ImmobilienScout24 und AutoScout24, bestens positioniert, um von diesem fortschreitenden strukturellen Wandel zu profitieren. Beide Plattformen profitieren von der Verschiebung von Marketingbudgets von traditionellen (Print-)Medien in Richtung der Online-Medien. Unser profitables Wachstum ist insbesondere durch die Umsätze mit unseren Kernmaklern und Kernhändlern sowie steigende Umsätze aufgrund verstärkter Monetarisierung unseres Angebotes an Dienstleistungen für Nutzer entlang der Wertschöpfungskette des gesamten Immobilienverkaufs- und Vermietungsprozesses bzw. des Automobilmarktes geprägt.

Wir sind zuversichtlich, dass diese Dynamik auch in 2017 anhält und erwarten, dass die Konzernumsätze im hohen einstelligen Prozentbereich wachsen werden. Infolge der Skalierbarkeit unseres Geschäftsmodells wird sich unsere Gesamtkostenbasis unterproportional zum Umsatz entwickeln. Wir gehen daher davon aus, die EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit um rund einen Prozentpunkt erhöhen zu können.

Für das Geschäftsjahr 2017 rechnen wir mit nicht-operativen Kosten in Höhe von zirka 10,0 Millionen Euro, inklusive zirka 3,0 Millionen Euro für anteilsbasierte Vergütung und rund 3,0 Millionen Euro aus Kaufvertragsverpflichtungen. Rund 0,6 Millionen Euro der anteilsbasierten Vergütung resultieren aus einem buchhalterischen Effekt aus dem bestehenden Management Equity-Programm. Weitere rund 2,4 Millionen Euro stehen im Zusammenhang mit einem virtuellen Management Equity-

Programm. Wir erwarten Einmalaufwendungen für Reorganisation von zirka 4,0 Millionen Euro.

Weiterhin gehen wir davon aus, dass sich die Investitionen etwa auf dem gleichen Niveau bewegen werden wie im Geschäftsjahr 2016.

ImmobilienScout24

Das Umsatzwachstum von IS24 wird gemäß unseren Erwartungen im Geschäftsjahr 2017 im mittleren einstelligen Prozentbereich liegen, wobei das Umsatzwachstum im zweiten Halbjahr 2017 stärker als im ersten Halbjahr erwartet wird und im mittleren bis hohen Prozentbereich liegen sollte. Wie auch in den Vorjahren erwarten wir, dass die zugrundeliegenden Kosten unterproportional zum Umsatz ansteigen. Wir werden jedoch verstärkt in Marketing und Produktinnovationen für unsere Kunden und Nutzer investieren. Diese Investitionen sollten bereits im zweiten Halbjahr 2017 einen positiven Effekt auf unser Umsatzwachstum haben. Demzufolge erwarten wir eine EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit in leicht niedriger bis vergleichbarer Höhe wie im Geschäftsjahr 2016.

Die Umsatzerlöse von Kernmaklern sind 2016 im Vergleich zu 2015 um 4,9 % gestiegen, im vierten Quartal 2016 stiegen sie um 2,6 % im Vergleich zum vierten Quartal 2015. Operativ gesehen haben sich unsere wichtigsten Leistungsindikatoren positiv entwickelt: Die Zahl der Objekte ist im Vergleich zum Wettbewerb vom 1,4fachen auf das 1,6fache gestiegen, die marktführende Position bei Besucherzahlen und Nutzeraktivität (das 2,7fache im Vergleich zum größten Wettbewerber) konnte verteidigt, die Besucherzahlen und die Anzahl von Leads für unsere Maklerkunden gesteigert werden. Zudem sind bereits 86,9 % der IS24-Kunden auf das neue Mitgliedschaftsmodell umgestiegen. Die herkömmlichen Paketprodukte werden zum Ende 2017 auslaufen, weshalb wir von einem Abschluss der Migration auf das Mitgliedschaftsmodell bis Ende 2017 ausgehen. Die Anzahl der Kernmakler zum 31.12.2016 ist im Wesentlichen bedingt durch die allgemeine Marktentwicklung gegenüber der Anzahl zum 31.12.2015 um 10,0 % gesunken mit einer Stabilisierung im vierten Quartal 2016.

Im Geschäft mit den Kernmaklern liegt die Konzentration im Geschäftsjahr 2017 auf der Beibehaltung oder Steigerung des Marktanteils bei Objekten im Vergleich zum Wettbewerb. Weiterhin werden wir die Erhöhung des Anteils an Sichtbarkeitsprodukten weiter vorantreiben, um eine ARPU Steigerung im hohen einstelligen bis niedrigen zweistelligen Prozentbereich zu erreichen. Wir erwarten, dass der ARPU in der zweiten Jahreshälfte 2017 stärker wachsen wird, wo wir Effekte aus den in 2016 getroffenen Maßnahmen antizipieren. Die Anzahl der Kernmakler sollte, ohne Berücksichtigung von Maklern, die aufgrund der allgemeinen Marktsituation das Geschäft aufgeben, weitestgehend stabil bleiben. Dementsprechend erwarten wir, dass die Umsatzerlöse von Kernmaklern im niedrigen einstelligen Prozentbereich wachsen werden, wobei die Wachstumsrate im zweiten Halbjahr ansteigen sollte.

Umsätze von anderen Maklern sollten um einen niedrigen einstelligen Prozentsatz wachsen.

Für die sonstigen Umsätze erwarten wir ein Wachstum im niedrigen Zehnerprozentbereich, im Wesentlichen durch gute Wachstumsaussichten aufgrund zunehmender Monetarisierung unseres Angebotes an Dienstleistungen für Nutzer entlang der Wertschöpfungskette des gesamten Immobilienverkaufs- und Vermietungsprozesses.

AutoScout24

Für AS24 erwarten wir ein Umsatzwachstum im mittleren Zehnerprozentbereich, wobei die EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit erneut um mindestens fünf Prozentpunkte zunehmen sollte.

Für 2017 erwarten wir aufgrund der erreichten Marktpenetration im Vergleich zum Vorjahr ein moderates Wachstum der Anzahl der Kernhändler in Deutschland. Wir erwarten, dass die Umsatzerlöse von Kernhändlern in Deutschland in 2017 im mittleren Zehnerprozentbereich ansteigen. Dies ist hauptsächlich getrieben durch einen Anstieg des ARPU aufgrund der fortgesetzten Penetration der Sichtbarkeitsprodukte.

Die Umsatzerlöse von Kernhändlern in Benelux und Italien werden im Geschäftsjahr 2017 voraussichtlich in ähnlicher Größenordnung ansteigen wie die Umsatzerlöse von Kernhändlern in Deutschland.

Wir erwarten eine positive Entwicklung der Umsatzerlöse von anderen Händlern und der sonstigen Umsatzerlöse mit jeweils einem Anstieg im niedrigen Zehnerprozentbereich.

Sonstige Angaben

Abhängigkeitsbericht

Schlusserklärung zum Bericht des Vorstandes über Beziehungen zu verbundenen Unternehmen gemäß §312 AktG

Die Scout24 AG war im Geschäftsjahr 2016 ein von der Willis Lux Holdings 2 S.à r.l. i.L., Luxemburg, abhängiges Unternehmen. Da kein Beherrschungsvertrag mit der Willis Lux Holdings 2 S.à r.l. i.L. besteht, ist der Vorstand der Scout24 AG gemäß §312 AktG verpflichtet, einen Bericht über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen aufzustellen. Dieser Bericht enthält Angaben über die Beziehungen zum herrschenden Unternehmen und mit diesem verbundenen Unternehmen und zu den Unternehmen des Scout24 Konzerns für das Geschäftsjahr 2016.

Der Vorstand erklärt gemäß §312 Abs. 3 AktG folgendes:

„Unsere Gesellschaft hat bei den im vorstehenden Bericht über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen aufgeführten Rechtsgeschäften nach den Umständen, die uns in dem Zeitpunkt bekannt waren, in dem die Rechtsgeschäfte vorgenommen wurden, eine angemessene Gegenleistung erhalten. Andere Maßnahmen auf Veranlassung oder im Interesse der verbundenen Unternehmen sind im Geschäftsjahr 2016 nicht getroffen worden.“

Übernahmerelevante Angaben gemäß §§289 Abs. 4, 315 Abs. 4 HGB

Dargestellt werden die Angaben gemäß §289 Abs. 4, §315 Abs. 4 HGB zum 31. Dezember 2016.

Zusammensetzung des gezeichneten Kapitals

Das gezeichnete Kapital (Grundkapital) der Scout24 AG beträgt 107,6 Millionen Euro. Es ist eingeteilt in 107.600.000 auf den Namen lautende Stammaktien ohne Nennbetrag (Stückaktien) mit einem rechnerischen Anteil am Grundkapital in Höhe von 1,00 Euro. Die Aktien sind in Form einer Globalsammelurkunde hinterlegt; der Anspruch der Aktionäre auf Verbriefung ihres Anteils ist ausgeschlossen. Jede Aktie gewährt gleiche Rechte und je eine Stimme in der Hauptversammlung. Sämtliche Namensaktien sind voll eingezahlt.

Beschränkungen, die Stimmrechte oder die Übertragung von Aktien betreffen

Die unabhängigen Aufsichtsratsmitglieder haben sich gegenüber der Gesellschaft verpflichtet, einen Teil ihrer Vergütung in Aktien der Gesellschaft zu investieren. Die so erworbenen Aktien müssen sie während der gesamten Dauer ihrer Zugehörigkeit zum Aufsichtsrat halten.

Direkte oder indirekte Kapitalbeteiligungen, die 10 % der Stimmrechte überschreiten

Zum 31. Dezember 2016 sind folgende Kapitalbeteiligungen in Höhe von mehr als 10 % der Stimmrechte am Grundkapital bekannt: Willis Lux Holdings 2 S.à r.l. i.L., Luxemburg, 24,92 % und Deutsche Telekom AG, Bonn 10,10 %.

Aktien mit Sonderrechten

Alle Aktien gewähren gleiche Rechte, Aktien mit Sonderrechten, die Kontrollbefugnisse verleihen, gibt es nicht.

Stimmrechtskontrolle bei Kapitalbeteiligungen von Arbeitnehmern

Soweit Arbeitnehmer am Kapital beteiligt sind und ihre Stimmrechte nicht selbst ausüben, bestehen keine Vereinbarungen zur Stimmrechtskontrolle.

Ernennung und Abberufung der Vorstandsmitglieder, Satzungsänderungen

Die Bestellung und Abberufung der Vorstandsmitglieder erfolgt gemäß §6 Abs. 2 der Satzung der Scout24 AG durch den Aufsichtsrat. Die weiteren Bestimmungen hierzu ergeben sich aus den §§84 und 85 AktG. Alle Satzungsänderungen bedürfen eines Beschlusses der Hauptversammlung mit einer Mehrheit von mindestens drei Vierteln des auf der Hauptversammlung vertretenen Grundkapitals. Es gelten die §§ 179 ff. AktG. Änderungen, die nur die Fassung betreffen, können gemäß § 10 Abs. 4 der Satzung vom Aufsichtsrat vorgenommen werden. Insbesondere ist der Aufsichtsrat berechtigt, die Fassung der Satzung nach vollständiger oder teilweiser Durchführung der Erhöhung des Grundkapitals aus dem in §4 Abs. 6 der Satzung geregelten Genehmigten Kapital 2015 oder nach Ablauf der Ermächtigungsfrist entsprechend dem Umfang der Kapitalerhöhung aus dem Genehmigten Kapital 2015 anzupassen.

Befugnisse des Vorstandes zur Ausgabe oder zum Rückkauf von Aktien

Der Vorstand ist ermächtigt, das Grundkapital der Gesellschaft mit Zustimmung des Aufsichtsrates bis zum 3. September 2020 einmalig oder mehrmals um bis zu insgesamt 50,0 Millionen Euro gegen Bar- und/oder Sacheinlagen durch Ausgabe von neuen Namensstückaktien zu erhöhen (Genehmigtes Kapital 2015). Den Aktionären ist dabei ein Bezugsrecht einzuräumen. Die neuen Aktien können gemäß § 186 Absatz 5 AktG auch von einem Kreditinstitut oder einem nach § 53 Absatz 1 Satz 1 oder § 53b Absatz 1 Satz 1 oder Absatz 7 KWG tätigen Unternehmen mit der Verpflichtung übernommen werden, sie den Aktionären zum Bezug anzubieten (mittelbares Bezugsrecht). Der Vorstand ist ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrates das Bezugsrecht der Aktionäre in den folgenden Fällen ganz oder teilweise auszuschließen:

- wenn die neuen Aktien gemäß § 186 Absatz 3 Satz 4 AktG gegen Bareinlagen zu einem Ausgabebetrag ausgegeben werden, der den Börsenpreis der bereits börsennotierten Aktien nicht wesentlich unterschreitet und der anteilige Betrag der nach § 186 Absatz 3 Satz 4 AktG unter Ausschluss des Bezugsrechts ausgegebenen Aktien am Grundkapital zehn von Hundert (10 %) des Grundkapitals zum Zeitpunkt der Eintragung dieser Ermächtigung in das Handelsregister oder zum jeweiligen Zeitpunkt der Ausübung der Ermächti-

gung nicht übersteigt. Auf diese Begrenzung sind diejenigen Aktien anzurechnen, die während der Wirksamkeit dieser Ermächtigung bis zum Zeitpunkt der Ausübung der jeweiligen Ermächtigung in direkter oder entsprechender Anwendung des § 186 Abs. 3 Satz 4 AktG unter Ausschluss des Bezugsrechts der Aktionäre ausgegeben oder veräußert wurden. Ebenfalls anzurechnen sind diejenigen Aktien, die von der Gesellschaft aufgrund von zum Zeitpunkt der jeweiligen Ausübung der Ermächtigung ausgegebenen Wandel/Optionsschuldverschreibungen ausgegeben wurden bzw. noch ausgegeben werden können, sofern die Wandel/Optionsschuldverschreibungen nach dem Wirksamwerden dieser Ermächtigung in direkter oder entsprechender Anwendung des § 186 Abs. 3 Satz 4 AktG unter Ausschluss des Bezugsrechts der Aktionäre durch die Gesellschaft oder ihre Konzerngesellschaften ausgegeben wurden;

- für Kapitalerhöhungen gegen Sacheinlagen, insbesondere um die neuen Aktien Dritten beim Erwerb von Unternehmen, Unternehmensteilen oder Beteiligungen an Unternehmen anbieten zu können;
- für Spitzenbeträge;
- zur Ausgabe von Aktien an Arbeitnehmer der Gesellschaft und Arbeitnehmer und Mitglieder der Geschäftsführung nachgeordneter verbundener Unternehmen, im Hinblick auf Arbeitnehmer auch unter Wahrung der Anforderungen des §204 Abs. 3 AktG;
- um Inhabern von Wandel- oder Optionsrechten bezogen auf Schuldverschreibungen, die von der Gesellschaft oder deren nachgeordneten Konzernunternehmen ausgegeben werden, ein Bezugsrecht zu gewähren.

Insgesamt darf der auf Aktien, die auf der Grundlage des Genehmigten Kapitals 2015 unter Ausschluss des Bezugsrechts der Aktionäre ausgegeben werden, entfallende anteilige Betrag des Grundkapitals 10 % des Grundkapitals nicht überschreiten, und zwar weder im Zeitpunkt des Wirksamwerdens noch im Zeitpunkt der Ausnutzung dieser Ermächtigung. Auf die vorgenannte 10 %-Grenze sind diejenigen Aktien anzurechnen, die zur Bedienung von Schuldverschreibungen mit Wandlungs- oder Optionsrechten oder einer Wandlungspflicht ausgegeben wurden oder auszugeben sind, sofern die Schuldverschreibungen während der Laufzeit dieser Ermächtigung unter Ausschluss des Bezugsrechts der Aktionäre ausgegeben worden sind.

Der Vorstand ist ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrates die weiteren Einzelheiten der Durchführung von Kapitalerhöhungen, insbesondere den Inhalt der aktienbezogenen Rechte und die allgemeinen Bedingungen der Aktienaussgabe, festzulegen.

Im Rahmen des Börsengangs wurde von der Ermächtigung in Höhe von 7,6 Millionen Euro Gebrauch gemacht.

Durch Beschluss der außerordentlichen Hauptversammlung der Scout24 AG am 17. September 2015 ist der Vorstand ermächtigt, gemäß §71 Abs. 1 Nr. 8 AktG eigene

Aktien in Höhe von insgesamt 10 % des im Zeitpunkt der Beschlussfassung der Hauptversammlung oder, falls dieser Wert geringer ist, des zum Zeitpunkt der jeweiligen Ausübung der Ermächtigung bestehenden Grundkapitals zu erwerben. Zum Zeitpunkt der Beschlussfassung betrug das Grundkapital 100.000.000 Euro. Diese Ermächtigung kann ganz oder in Teilbeträgen einmal oder mehrmals ausgeübt werden und gilt bis zum 16. September 2020. Der Erwerb von eigenen Aktien darf (1) über die Börse oder (2) mittels eines an alle Aktionäre gerichteten öffentlichen Kaufangebots der Gesellschaft oder (3) mittels einer öffentlichen Aufforderung zur Abgabe von Verkaufsangeboten oder (4) durch die Ausgabe von Andienungsrecht an die Aktionäre erfolgen.

Wesentliche Vereinbarungen der Gesellschaft, die unter der Bedingung eines Kontrollwechsels in Folge eines Übernahmeangebots stehen

Eine wesentliche Vereinbarung des Konzerns, die unter der Bedingung eines Kontrollwechsels steht, ist das zum 19. Dezember 2016 unterzeichnete Facility Agreement. Dieses ermöglicht es einzelnen Kreditgebern im Falle eines Kontrollwechsels unter zusätzlichen Voraussetzungen ihren Anteil an dem Kredit innerhalb einer vorgesehenen Frist geltend zu machen.

Entschädigungsvereinbarungen der Gesellschaft mit den Mitgliedern des Vorstandes oder Arbeitnehmern, für den Fall eines Übernahmeangebots

Derartige Entschädigungsvereinbarungen existieren nicht.

Erklärung zur Unternehmensführung gemäß §§289a, 315 Abs. 5 HGB

Die Erklärung zur Unternehmensführung ist Teil des Berichts zur Corporate Governance und ist auf unserer Webseite unter Investor-Relations/Corporate Governance zugänglich.

Ergänzende Lageberichterstattung zum Jahresabschluss der Scout24 AG

Der Lagebericht der Scout24 AG und der Konzernlagebericht der Scout24-Gruppe wurden zusammengefasst. Die nachfolgenden Ausführungen beziehen sich ausschließlich auf den Jahresabschluss der Scout24 AG, der nach den Rechnungslegungsvorschriften der §§242 ff. und §§264 ff. HGB und den ergänzenden Vorschriften der §§150 ff. AktG aufgestellt wurde.

Der Konzernabschluss wurde in Einklang mit den International Financial Reporting Standards (IFRS) aufgestellt. Hierbei ergaben sich im Wesentlichen Unterschiede in der Bewertung der Rückstellungen, des Anlagevermögens und der Finanzinstrumente.

Geschäftstätigkeit der Scout24 AG

Die Scout24 AG als Mutterunternehmen bildet gemeinsam mit ihren direkten und indirekten Tochtergesellschaften die Scout24-Gruppe, die ein führender Betreiber digitaler Marktplätze mit Fokus auf Immobilien und Automobile in Deutschland und in anderen ausgewählten europäischen Ländern ist.

Gegenstand des Unternehmens ist der Erwerb und das Halten von Beteiligungen an anderen Gesellschaften sowie die Erbringung von Managementleistungen für direkte und indirekte Tochtergesellschaften im Sinne des „OneScout24“-Ansatzes. In dieser Funktion ist sie für die Führung und die strategische Ausrichtung der Geschäftsbereiche des Konzerns verantwortlich.

Die Scout24 AG erbringt für die Tochtergesellschaften konzerninterne Dienstleistungen in den Bereichen Finanzen, Rechnungswesen, Controlling, Interne Revision, Risk Management & Compliance, Unternehmensentwicklung und -strategie, Kommunikation, Investor Relations, Personalwesen und Recht.

Des Weiteren erbringt die Scout24 AG Dienstleistungen im Rahmen des Scout24 Media Geschäfts. Scout24 Media, als gruppenübergreifender Bereich, unternimmt Aktivitäten im Werbeanzeigenverkauf und bündelt alle Aktivitäten im Bereich der Dienstleistungen für Nutzer. Letzteres bedeutet, es werden Dienstleistungen entlang der Wertschöpfungskette des gesamten Immobilienverkaufs- und Vermietungsprozesses bzw. des Automobilmarktes, wie beispielsweise Baufinanzierung, Immobilienbewertung, Schufa-Auskunft, Fahrzeugfinanzierung erbracht. Die Scout24 AG kombiniert im Rahmen der Scout24 Media konzernweite Vermarktungskompetenzen und Ressourcen mit Drittanbietern und Vertriebspartnern.

Die operative Steuerung obliegt den Vorständen der Scout24 AG.

Die Steuerung der einzelnen Tochtergesellschaften und Geschäftsbereiche der Scout24 AG erfolgt über ein effektives Beteiligungscontrolling, welches fortlaufend die Aktivitäten überwacht. Im Rahmen der monatlichen Auswertungen werden dabei die Planvorgaben mit den IST-Zahlen verglichen und die Abweichungen analysiert.

Die Scout24 AG misst den Erfolg ihrer Tochtergesellschaften und Geschäftsbereiche anhand der Steuerungsgrößen Umsatz sowie EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit.

Ergänzt werden diese durch Investitionen in Sachanlagevermögen und immaterielle Vermögenswerte („Investitionen“) sowie durch weitere segmentspezifische Steuerungsgrößen.

Für die Scout24 AG erfolgt seitens des Managements jedoch keine wesentliche eigenständige Steuerung. Das Hauptaugenmerk liegt auf der Betrachtung der Tochtergesellschaften. Auch der Bereich Scout24 Media wird über die Steuerung der Tochtergesellschaften betrachtet.

Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage der Scout24 AG

Die wirtschaftliche Lage der Scout24 AG war im Geschäftsjahr insbesondere bestimmt durch das weitere Wachstum der Tochtergesellschaften, den Ausbau der Unterstützungsleistungen im Bereich Scout24 Media, sowie der Refinanzierung des Konsortialkredits und kann insgesamt als sehr positiv bezeichnet werden.

Ertragslage

Die Umsatz- und Ertragslage der Scout24 AG wird anhand nachfolgender verkürzter Gewinn- und Verlustrechnung dargestellt:

Gewinn- und Verlustrechnung (Kurzfassung)

(in Tausend Euro)	GJ 2016	GJ 2015	+/-	+/- in %
Umsatzerlöse	37.659	12.975	24.684	190,2
Sonstige betriebliche Erträge	3.065	9.815	-6.750	-68,8
Materialaufwand	-18.664	-2.143	-16.521	770,9
Personalaufwand	-18.370	-7.910	-10.460	132,3
Abschreibungen	-57	-23	-34	147,8
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-14.068	-42.486	28.418	-66,9
Erträge aus Gewinnabführungen	129.852	127.571	2.281	1,8
Erträge aus Ausleihungen des Finanzanlagevermögens	32.623	35.536	-2.913	-8,2
Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	2.211	4.561	-2.350	-51,5
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-34.383	-37.007	2.624	-7,1
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-35.539	-26.861	-8.678	32,3
Ergebnis nach Steuern	84.329	74.028	10.301	13,9
Sonstige Steuern	135	-48	183	-381,3
Jahresüberschuss	84.464	73.980	10.484	14,2

Die Umsatzerlöse haben sich gegenüber dem Vorjahr um 24,7 Millionen Euro von 13,0 Millionen Euro auf 37,7 Millionen Euro erhöht. Dies resultiert zum einen aus den an Dritte berechneten Leistungen (Anstieg um 16,8 Millionen Euro), die die Scout24 AG im Rahmen des Scout24 Media Geschäfts von ihren Tochtergesellschaften bezieht, und zum anderen aus dem Anstieg von weiterverrechneten Managementleistungen an Tochtergesellschaften (Anstieg um 9,2 Millionen Euro).

Die sonstigen betrieblichen Erträge sind gegenüber dem Vorjahr um 68,8 % von 9,8 Millionen Euro auf 3,0 Millionen Euro zurückgegangen. Dies lässt sich im Wesentlichen auf einen Ertrag durch Weiterverrechnung von Kosten des Börsengangs an die Anteilseigner in Höhe von 5,0 Millionen Euro in 2015, sowie auf die Reduktion der periodenfremden Erträge zurückführen. Einen gegenläufigen Effekt hatte dabei die Auflösung der Drohverlustrückstellung für die Bewertung des Zinsfloors in Höhe von 1,8 Millionen Euro.

Der Materialaufwand hat sich im Geschäftsjahr von 2,1 Millionen Euro in 2015 auf 18,7 Millionen Euro erhöht. Der Grund für diesen Anstieg ist unter anderem die Übernahme der Dienstleistungen des Bereiches Scout24 Media durch die Scout24 AG (Anstieg um 16,8 Millionen Euro) und korrespondiert mit der Ausweitung der Umsatzerlöse.

Die Personalaufwendungen haben sich entsprechend zu den gestiegenen Mitarbeiterzahlen sowie der Mitarbeiterstruktur von 7,9 Millionen Euro in 2015 auf 18,4 Millionen Euro in 2016 erhöht. Die Scout24 AG beschäftigte im Geschäftsjahr 2016 ohne die Vorstandsmitglieder im Jahresdurchschnitt 72 Mitarbeiter (Vorjahr: 20).

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen haben sich um 66,9 % auf 14,1 Millionen Euro gegenüber dem Vorjahr (42,5 Millionen Euro) reduziert. Im Vorjahr waren diese Aufwendungen durch Rechts- und Beratungskosten im Zusammenhang mit dem Börsengang belastet. Im Geschäftsjahr beinhalten diese Aufwendungen u. a. allgemeine Rechts- und Beratungskosten, Mietaufwendungen, Aufwendung für Marketing, Werbung und PR.

Die Erträge aus Gewinnabführungsverträgen betragen im Geschäftsjahr 129,9 Millionen Euro (Vorjahr: 127,6 Millionen Euro). Dies ist ein Anstieg von 1,8 %. Die Erträge resultieren aus dem Ergebnisabführungsvertrag mit der Scout24 Holding GmbH, München (im Folgenden „Scout24 Holding“).

Aufgrund der verbesserten Ergebnissituation der Organgesellschaften und der Scout24 AG betragen die Steuern vom Einkommen und vom Ertrag im Geschäftsjahr 2016 35,5 Millionen Euro (Vorjahr: 26,9 Millionen Euro), was einen Anstieg um 8,6 Millionen Euro (32,3 %) bedeutet. Der überproportionale Anstieg im Vergleich zum Anstieg des Jahresergebnisses beruht auf weiteren innerbetrieblichen Effekten wie der geringeren Möglichkeit steuerlicher Kürzungen gegenüber dem Vorjahr und der Übernahme von Verschmelzungsverlusten aus 2015, die im Vorjahr jedoch noch nicht berücksichtigt werden konnten.

Das Ergebnis nach Steuern erhöhte sich von 74,0 Millionen Euro um 13,9 % auf 84,3 Millionen Euro.

Der Jahresüberschuss erhöhte sich somit insgesamt um 14,2 % auf 84,5 Millionen Euro gegenüber 74,0 Millionen Euro im Vorjahr.

Finanz- und Vermögenslage

Die Scout24 AG steuert über ihr Finanzmanagement die Liquidität des Konzerns. Sie stellt sicher, dass jederzeit genügend Liquidität vorhanden ist, um allen Zahlungsverpflichtungen nachzukommen. Dies erfolgt auf Basis einer mehrjährigen Finanzplanung und einer monatlich rollierenden Liquiditätsplanung.

Die Vermögens- und Finanzlage der Scout24 AG wird anhand nachfolgender verkürzter Bilanz dargestellt:

Bilanz (Kurzfassung)

(in Tausend Euro)	31.12.2016	31.12.2015	+/-	+/- in %
Immaterielle Vermögensgegenstände	865	-	865	100,0
Sachanlagen	283	229	54	23,6
Finanzanlagen	1.561.930	1.561.929	1	0,0
Anlagevermögen	1.563.078	1.562.158	920	0,1
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	5.022	506	4.516	892,5
Forderungen gegen verbundene Unternehmen	188.997	201.841	-12.844	-6,4
Sonstige Vermögensgegenstände	263	2.087	-1.824	-87,4
Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten	143	30	113	376,7
Umlaufvermögen	194.425	204.464	-10.039	-4,9
Rechnungsabgrenzungsposten	2.953	2.562	391	15,3
Summe Aktiva	1.760.456	1.769.184	-8.728	-0,5
Gezeichnetes Kapital	107.600	107.600	0	0,0
Nennbetrag eigener Anteile	-13	0	-13	-
Kapitalrücklage	423.170	423.892	-722	-0,2
Rücklagen wegen eigener Anteile	13	0	13	-
Andere Gewinnrücklagen	53.800	53.800	0	0,0
Bilanzgewinn	454.608	370.144	84.464	22,8
Eigenkapital	1.039.178	955.436	83.742	8,8
Rückstellungen	33.512	20.295	13.217	65,1
Verbindlichkeiten	686.383	791.929	-105.546	-13,3
Rechnungsabgrenzungsposten	1.383	1.524	-141	-9,3
Summe Passiva	1.760.456	1.769.184	-8.728	-0,5

Der Anstieg der Immateriellen Vermögensgegenstände resultiert im Wesentlichen aus geleisteten Anzahlungen für fremdbezogene Software.

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen haben sich im Vergleich zum Vorjahr um 4,5 Millionen Euro auf 5,0 Millionen Euro erhöht. Dieser Anstieg korrespondiert mit den gestiegenen Umsätzen.

Die Forderungen gegen verbundene Unternehmen beinhalten im Wesentlichen Forderungen aus dem Ergebnisabführungsvertrag mit der Scout24 Holding sowie Forderungen aus dem Cash-Pooling. Die Reduktion der Forderungen in 2016 von 201,8 Millionen Euro auf 189,0 Millionen Euro resultiert vorrangig aus der Reduktion der Cash-Pooling-Forderungen.

Das Eigenkapital veränderte sich von 955,4 Millionen Euro im Vorjahr um 83,7 Millionen Euro auf 1.039,2 Millionen Euro. Dieser Effekt ist im Wesentlichen auf den Jahres-

überschuss zurückzuführen. Das Gezeichnete Kapital beinhaltet den Abzug eigener Aktien in Höhe von 13 Tausend Euro vom Stammkapital in Höhe von 107,6 Millionen Euro.

Anteilsbasierte
Vergütung,
↘ Seite 184

Außerdem hat sich die Kapitalrücklage um 0,7 Millionen Euro reduziert. Im Rahmen des Erwerbs eigener Anteile und der anschließenden Ausgabe der Anteile an Führungskräfte im Rahmen des Aktienoptionsprogrammes wurden 1,6 Millionen Euro aus der Kapitalrücklage entnommen. Darüber hinaus wurden 3,8 Millionen Euro zur Bildung einer Rückstellung für noch zurück zu erwerbende Anteile erfasst. Weiterhin wurde ein Personalaufwand in Höhe von 4,7 Millionen Euro in Verbindung mit der anteilsbasierten Vergütung in der Kapitalrücklage erfasst. Darüber hinaus wurde die Kapitalrücklage durch die Bildung der Rücklage wegen eigener Anteile um 13 Tausend Euro gemindert.

Hinsichtlich der Angaben zu eigenen Anteilen verweisen wir auf unsere Ausführungen im Anhang des Jahresabschlusses.

Die Eigenkapitalquote verbesserte sich um 5,0 Prozentpunkte auf 59,0 % (Vorjahr: 54,0 %).

Die Rückstellungen erhöhten sich von 20,3 Millionen Euro um 13,2 Millionen Euro auf 33,5 Millionen Euro, im Wesentlichen bedingt durch den Anstieg der Rückstellungen für ausstehende Rechnungen in Verbindung mit dem Scout24 Media Geschäft sowie durch den antizipierten Rückerwerb eigener Anteile aus Mitarbeiterbeteiligungsprogrammen. Gegenläufig war die Auflösung einer Drohverlustrückstellung in Höhe von 1,8 Millionen Euro.

Die Verbindlichkeiten sind geprägt durch Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten in Höhe von 680,0 Millionen Euro (Vorjahr: 780,8 Millionen Euro). Die Reduktion der Bankverbindlichkeiten in Höhe von 100,8 Millionen Euro resultiert im Wesentlichen aus der Rückzahlung des ursprünglichen Darlehens (Senior Facility Agreement) und dem Abschluss eines neuen Kreditvertrags über einen Term Loan in Höhe von 600,0 Millionen Euro sowie eine revolvingende Kreditlinie in Höhe von 200,0 Millionen Euro, wovon zum 31.12.2016 80,0 Millionen Euro gezogen wurden.

Risiko- und Chancenbericht der Scout24 AG

Die Geschäftsentwicklung der Scout24 AG ist geprägt von der wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit der einzelnen Tochterunternehmen. Daher sind die Risiken und Chancen, denen sich die Tochtergesellschaften ausgesetzt sehen, auch für die Scout24 AG zutreffend. Die Aussagen zu der Risiko- und Chancensituation des Scout24 Konzerns sind somit auch als Zusammenfassung der Risikosituation der Scout24 AG anzusehen.

Die nach §289 Abs. 5 HGB geforderte Beschreibung der wesentlichen Merkmale des internen Kontroll- und des Risikomanagementsystems im Hinblick auf den Rechnungslegungsprozess für die Scout24 AG erfolgt im Risiko- und Chancenbericht des Konzerns.

Prognosebericht der Scout24 AG

Aufgrund der Verflechtungen der Scout24 AG mit ihren Tochtergesellschaften bestimmen die Scout24-Gesellschaften nahezu vollständig das Ergebnis der Scout24 AG. Daher ist die Scout24 AG bestrebt, die Tochtergesellschaften zu unterstützen, um ihren Markterfolg zu sichern und weiter auszubauen.

Generell gelten die im Prognosebericht des Scout24 Konzerns getroffenen Aussagen zur Markt-, Umsatz- und Ergebnisentwicklung für die Scout24 AG entsprechend. Die prognostizierte Erhöhung der Umsatzerlöse sowie der EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit des Scout24-Konzerns werden entsprechend zu einer positiven Geschäftsentwicklung der Scout24 AG beitragen.

Da der Bereich Scout24 Media von der Scout24 AG nicht eigenständig, sondern innerhalb der Tochtergesellschaften gesteuert wird, erfolgt an dieser Stelle keine Prognose über die Entwicklung dieses Geschäftsbereichs.

München, den 16.03.2017

Scout24 AG

Der Vorstand



Gregory Ellis



Christian Gisy