

The logo consists of the text "SCOUT 24" in a bold, white, sans-serif font, centered within an orange rounded rectangular box. The background of the entire page is a dark blue night sky filled with stars and a complex network of white lines connecting small white dots, resembling a constellation or a data network. At the bottom, there is a long-exposure photograph of a road at night, showing light trails from cars and streetlights, with a city skyline visible in the distance.

SCOUT 24

CREATING FUTURE NETWORKS

Konzern-Zwischenbericht

über das 1. Halbjahr und 2. Quartal 2019

Konzern-Zwischenabschluss über das Halbjahr und das Quartal
zum 30. Juni 2019

Inhaltsverzeichnis

Wesentliche Kennzahlen	3
Die Scout24 Aktie	4
Investor-Relations-Arbeit	7
Konzern-Zwischenlagebericht	8
Änderung der Berichtsstruktur	8
Veränderungen im Konsolidierungskreis in 2018 und 2019	8
Geschäftstätigkeit und Strategie	9
Gesamtwirtschaftliche und branchenbezogene Rahmenbedingungen	16
Geschäftsentwicklung Konzern	17
Entwicklung der Geschäftsbereiche	19
Die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage des Konzerns	24
Mitarbeiter	27
Risiko- und Chancenbericht	28
Prognosebericht	29
Glossar zum Lagebericht	32
Konzernzwischenabschluss (verkürzt) und Konzernanhang	34
Versicherung der gesetzlichen Vertreter	53
Bescheinigung nach prüferischer Durchsicht	54
Disclaimer	55

Wesentliche Kennzahlen

(in Millionen Euro)	Q2 2019*	Q2 2018*	% Veränderung	H1 2019*	H1 2018*	% Veränderung
Außenumsätze	151,9	127,8	18,9%	300,7	251,2	19,7%
IS24	67,2	61,8	8,7%	132,3	122,3	8,2%
AS24	46,2	40,4	14,4%	91,5	79,2	15,5%
CS	38,4	25,4	51,1%	76,9	49,5	55,1%
EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit¹	82,9	75,1	10,4%	153,9	138,8	10,9%
IS24	47,0	43,6	7,7%	90,2	83,6	7,9%
AS24	26,4	21,6	22,1%	51,2	39,1	31,2%
CS	11,4	11,5	-0,4%	16,6	19,9	-16,8%
EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit - in %¹	54,6%	58,7%	-4,1pp	51,2%	55,2%	-4,0pp
IS24	69,9%	70,6%	-0,7pp	68,2%	68,3%	-0,1pp
AS24	57,2%	53,6%	3,6pp	56,0%	49,3%	6,7pp
CS	29,8%	45,2%	-15,4pp	21,6%	40,2%	-18,6pp
EBITDA²	63,2	70,2	-10,0%	121,7	131,0	-7,1%
Investitionen (bereinigt)⁵	5,2	10,1	-48,5%	10,8	18,0	-40,0%
Cash Contribution³	77,7	65,0	19,5%	143,1	120,7	18,6%
Cash Conversion⁴	93,7%	86,5%	7,2pp	93,0%	87,0%	6,0pp

* Die Umsätze mit Werbeanzeigen von OEM Agenturpartnern sowie das entsprechende EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit werden ab dem 1. Januar 2019 aufgrund der engen Verzahnung mit Umsätzen aus Werbeanzeigen von Dritten im Segment Scout24 Consumer Services ausgewiesen, anstatt wie bisher im Segment AutoScout24; die Vorjahreszahlen wurden entsprechend angepasst.

¹ EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit entspricht dem EBITDA bereinigt um nicht-operative Effekte. Hierunter fallen im Wesentlichen Aufwendungen für Reorganisation, Aufwendungen im Zusammenhang mit der Kapitalstruktur des Unternehmens und Unternehmenserwerben (realisiert und unrealisiert), Kosten für strategische Projekte sowie ergebniswirksame Effekte aus anteilsbasierten Vergütungsprogrammen. Die EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit eines Segments ist definiert als das EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit im Verhältnis zu den externen Umsatzerlösen des jeweiligen Segments.

² EBITDA wird definiert als Ergebnis vor Netto-Finanzierungsaufwand, Ertragsteuern, Abschreibungen, Wertberichtigungen und den Ergebnissen aus den Veräußerungen von Tochterunternehmen.

³ Cash Contribution ist definiert als EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit vermindert um Investitionen (bereinigt).

⁴ Cash Conversion ist definiert als EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit vermindert um Investitionen (bereinigt) im Verhältnis zum EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit.

⁵ Die Investitionen (bereinigt) beinhalten nicht die Investitionen, die aufgrund der Anwendung von IFRS 16 angefallen sind.

Die Scout24 Aktie

Aktienkennzahlen

Aktiengattung	Namensaktien (ohne Nennwert)
Börse	Frankfurter Wertpapierbörse
weitere Handelsplätze	XETRA, Berlin, Düsseldorf, Hamburg, Hannover, München, Stuttgart, Tradegate
Transparenz Level	Prime Standard
Gesamtaktienanzahl	107.600.000
Grundkapital	107.600.000,00 Euro
ISIN	DE000A12DM80
WKN (Security identification number)	A12DM8
Aktienkürzel	G24
Spezialist	ODDO Seydler Bank AG
Designated Sponsors	Goldman Sachs, ODDO Seydler Bank AG
Zahlstelle	UniCredit Bank AG
Kurs zum 28.06.2019*	46,72 Euro
52-Wochen Hoch*	47,66 Euro
52-Wochen Tief*	34,10 Euro
Marktkapitalisierung zum 28.06.2019	5.027 Mio. Euro
durchschnittliches tägliches Handelsvolumen (52 Wochen zum 28.06.2019)**	327.504 Aktien/Tag

* jeweils auf Schlusskursbasis, Quelle: Frankfurter Wertpapierbörse

**Alle Handelsplätze inklusive Tradegate, Quelle: Comdirect

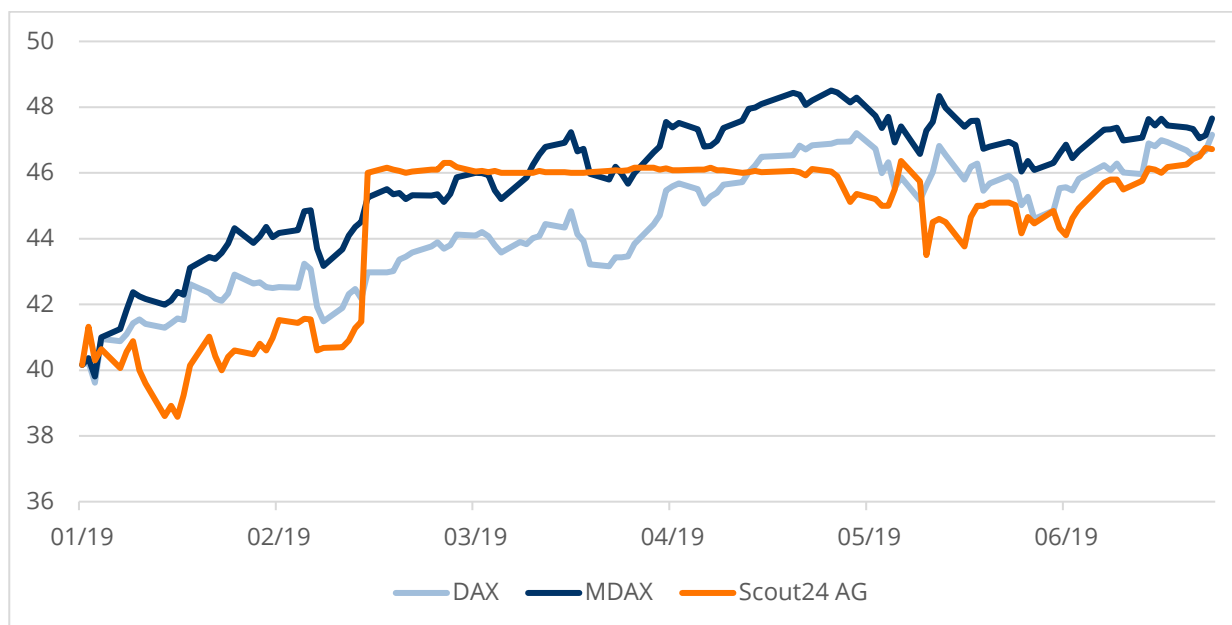
Der deutsche Aktienmarkt, gemessen am Leitindex DAX, zeigte sich nach den deutlichen Kursverlusten des Vorjahres im ersten Halbjahr 2019 gut erholt. Verbesserte Konjunkturaussichten, eine vorsichtiger Zinspolitik der amerikanischen Notenbank (Fed) und die Aussicht auf eine gütliche Einigung im Handelskonflikt zwischen den USA und China beflügelten die Kurse in den ersten Monaten des Jahres. So wurde das bisherige Jahrestief von 10.417 Punkten bereits am 3. Januar 2019 markiert. Nach einem Jahreshoch von 12.413 Punkten am 3. Mai 2019 sorgte die überraschende erneute Eskalation des Handelskonflikts mit neuen Strafzöllen der USA gegen China zunächst für ein Ende der Aufwärtsbewegung. Die Reaktion Chinas in Form von ebenfalls erhöhten Strafzöllen ließ die Hoffnung auf eine baldige Einigung schwinden. Die Aussicht auf eine noch lockerere Geldpolitik der EZB und der amerikanischen Notenbank Fed zur Unterstützung der Konjunktur hat die Börsen im Laufe des Monats Juni wieder in Richtung neuer Höchststände angetrieben. Insgesamt schloss der DAX zum Halbjahresende bei 12.399 Punkten und damit 17,4% über dem Vorjahresschluss.

Die Kursentwicklung der Scout24 Aktie wurde in diesem Umfeld wesentlich stärker von den bereits seit Mitte Dezember 2018 schwelenden Übernahmefantasien beeinflusst als von fundamentalen Entwicklungen. Auch die guten vorläufigen Ergebnisse für das Geschäftsjahr 2018 konnten den Kurs nur wenig bewegen. Bereits am 16. Januar 2019 erreichte die Aktie ihr Jahrestief von 38,58 Euro. Am 15. Februar 2019 entschieden sich die ehemaligen Großaktionäre der Scout24 AG, Hellman & Friedman sowie die Blackstone Group, zur Abgabe eines gemeinsamen Übernahmeangebots zum Preis von 46,00 Euro je Aktie. Das Angebot stand unter der Bedingung einer Mindestannahmequote von 50%. Der Aktienkurs reagierte entsprechend und pendelte bis Ende April nur geringfügig um den angebotenen Übernahmepreis. Anfang Mai begann der Kurs aber mit zunehmenden Zweifeln am Erfolg der Übernahme merklich nachzugeben. Am 14. Mai 2019

gaben die Bieter das Scheitern ihres Übernahmeangebots bekannt. Die Annahmquote hatte rund 42,8% erreicht und damit die Mindestannahmeschwelle von 50% plus eine Aktie klar verfehlt. Der Scout24 Aktienkurs gab daraufhin zunächst deutlich nach, konnte sich aber unter dem Eindruck der am selben Tag veröffentlichten Finanzkennzahlen für das erste Quartal 2019 schnell wieder erholen. In den darauffolgenden Wochen geriet die fundamentale Entwicklung der Scout24 wieder in den Fokus der Aktienmärkte und trieb den Aktienkurs bis Ende Juni auf sein Jahreshoch von 46,76 Euro. Somit lag die Scout24 Aktie zum Halbjahresende um 16,5% höher als der Vorjahresschluss von 40,10 Euro.

Die für Scout24 relevanten Vergleichsindizes DAX und MDAX legten mit +17,4% bzw. +18,7% im gleichen Zeitraum etwas stärker zu.

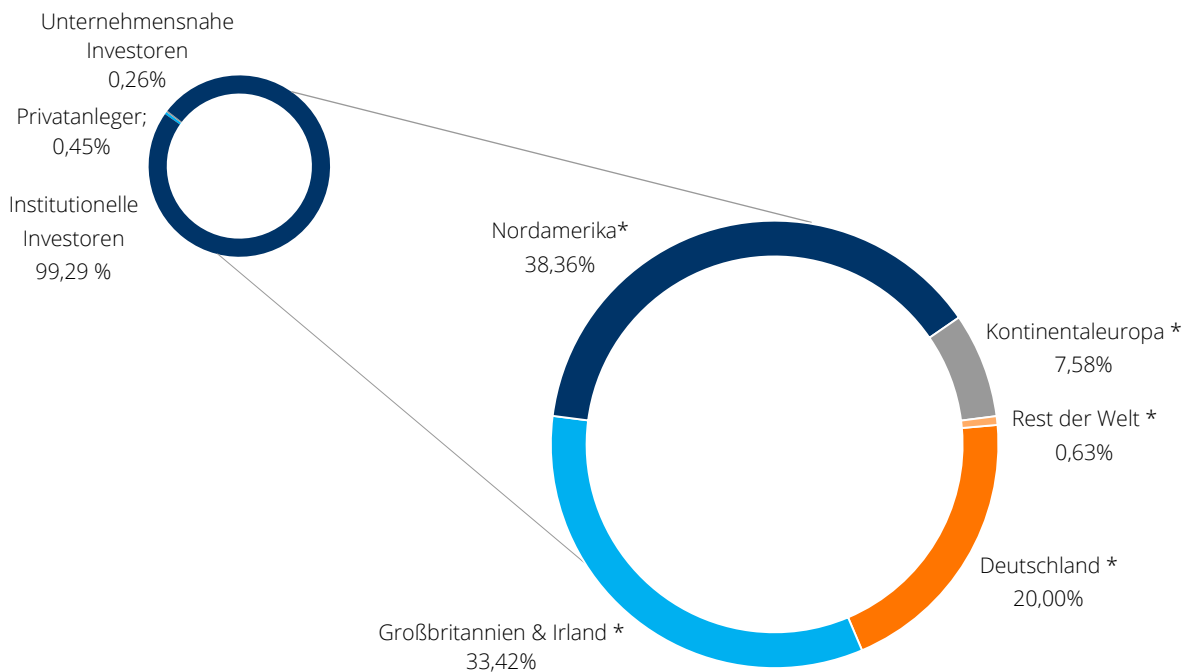
Kursverlauf der Scout24 Aktie (indexiert)



Aktionärsstruktur

Nach dem Scheitern des Übernahmeangebots von Hellman & Friedman und der Blackstone Group beläuft sich der Streubesitz der Scout24 Aktie weiterhin auf nahezu 100 Prozent. Die MEP Ord GmbH & Co. KG, das Investitionsvehikel für bestimmte gegenwärtige und frühere Führungskräfte des Konzerns, hält noch eine Beteiligung von 0,26%.

Der Streubesitz von 99,74% wird im Wesentlichen von institutionellen Aktionären gehalten. Die öffentlich verfügbaren Informationen decken die Verteilung des Streubesitzes zu rund 67% ab. Von den identifizierten Aktionären stellen Institutionelle Aktionäre aus Nordamerika mit 38,36% den größten Anteil, gefolgt von institutionellen Aktionären aus Großbritannien und Irland mit 33,42%, Deutschland mit 20,00% und Kontinentaleuropa mit 7,58%.



* Verteilung Streubesitz auf Basis einer nicht vollumfänglichen Aktionärsbefragung zum 19.07.2019

Analysten-Coverage

Zusätzlich zu den einschlägigen Unternehmensinformationen können Investoren auch auf die Einschätzungen und Empfehlungen diverser unabhängiger Analysten zurückgreifen. Derzeit wird Scout24 von folgenden Analysten begleitet. Einen Konsensus der jeweils aktuellen Empfehlungen und Kursziele finden Sie auf www.scout24.com unter Investor Relations.

Broker	Analyst
Bankhaus Lampe	Christoph Bast
Bank of America Merrill Lynch	Vivek Ghiya
Barclays	Andrew Ross
Credit Suisse	Joseph Barnet-Lamb
Deutsche Bank	Fathima Nizla Naizer
Exane BNP Paribas	William Packer
Goldman Sachs	Lisa Yang
HSBC	Christopher Johnen
J.P. Morgan	Marcus Diebel
Kepler Cheuvreux	Craig Abbott
Liberum	Ian Whittaker
Macquarie	Bob Liao
Morgan Stanley	Miriam Adisa
Pareto Securities AS	Mark Josefson
RBC	Sherri Malek
UBS	Richard Eary
Warburg	Marius Fuhrberg

Investor-Relations-Arbeit

Scout24 informiert Investoren, Analysten und sonstige interessierte Kapitalmarktteilnehmer in zahlreichen Presse- und IR-Mitteilungen sowie einer Vielzahl von Telefonkonferenzen oder individuellen Treffen über die weitere Entwicklung des Unternehmens. Im Zeitraum vom 27. März bis 3. April 2019 besuchte Scout24 im Rahmen einer Roadshow interessierte Investoren in Frankfurt, London, New York und Edinburgh. Die Daten zur Geschäftsentwicklung, zur Aktie, sowie Geschäfts- und Zwischenberichte, Pressemitteilungen, Unternehmenspräsentationen sowie Details zu Roadshows, Teilnahmen an Konferenzen und der Finanzkalender sind auf der Unternehmenswebseite www.scout24.com unter Investor Relations abrufbar.

Konzern-Zwischenlagebericht

Änderung der Berichtsstruktur

Als Hauptentscheidungsträger hat der Vorstand entschieden, kleinere Veränderungen an der internen Steuerung sowie an Berichtsstruktur und -system der Gruppe für das Jahr 2019 vorzunehmen. Die Umsätze mit Werbeanzeigen von OEM Agenturpartnern (2018: 15 Millionen Euro) sowie das entsprechende EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit (2018: 9 Millionen Euro) werden aufgrund der engen Verzahnung mit Umsätzen aus Werbeanzeigen von Dritten beginnend mit dem 1. Januar 2019 im Segment Scout24 Consumer Services ausgewiesen, anstatt wie bisher im Segment AutoScout24. Umsätze aus Projektgeschäft mit OEM verbleiben im Segment AutoScout24, werden aber als Teil der Umsätze mit Händlern in Deutschland beziehungsweise in den europäischen Kernmärkten berichtet. Die Vorjahreswerte wurden entsprechend an die geänderte Berichtsstruktur angepasst.

Veränderungen im Konsolidierungskreis in 2018 und 2019

Im dritten Quartal 2018 übernahm Scout24 die FFG FINANZCHECK Finanzportale GmbH („FINANZCHECK.de“), eine der führenden Plattformen für Verbraucherfinanzierung in Deutschland. Ab dem 1. September ist das Ergebnis der FINANZCHECK.de in den Finanzzahlen der Scout24 AG enthalten. Die FINANZCHECK.de wird dem Segment Scout24 Consumer Services zugerechnet. Der Umsatzbeitrag von FINANZCHECK.de im Geschäftsjahr 2018 betrug 12,3 Millionen Euro, der Beitrag zum EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit betrug negative 2,0 Millionen Euro. Wäre FINANZCHECK.de bereits seit dem 1. Januar 2018 konsolidiert worden, hätte die Gesellschaft im ersten Halbjahr 2018 18,2 Millionen Euro zu den Umsatzerlösen und ein negatives EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit in Höhe von 1,5 Millionen Euro beigetragen.

Im Dezember 2018 wurden die Anteile an der classmarkets GmbH, Berlin („classmarkets“) veräußert sowie 100% der Anteile an der AutoScout24 España S.A., Madrid, Spanien („AS24 Spanien“) in die Alpinia Investments 2018, S.L.U., Madrid, Spanien eingebracht. Der Beitrag der classmarkets und der AS24 Spanien zu den Umsatzerlösen im ersten Halbjahr 2018 betrug 4,7 Millionen Euro, der Beitrag zum EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit 2,7 Millionen Euro.

Die um Konsolidierungseffekte bereinigten Geschäftszahlen (gekennzeichnet mit „bereinigt“) der Scout24-Gruppe für das Jahr 2018 berücksichtigen den Beitrag der FINANZCHECK.de zum Konzernumsatz und EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit als wäre die FINANZCHECK.de seit dem 1. Januar 2018 konsolidiert worden. Die Beiträge von classmarkets und AS24 Spanien zum Konzernumsatz und EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit werden nicht berücksichtigt, d.h. die Betrachtung der um Konsolidierungseffekte bereinigten Geschäftszahlen erfolgt als wären die Gesellschaften bereits zum 1. Januar 2018 entkonsolidiert worden.

Im ersten Halbjahr 2019 wurde die Scout24 HCH Beteiligungs AG mit Sitz in Bonn als hundertprozentiges Tochterunternehmen der Scout24 AG gegründet.

Geschäftstätigkeit und Strategie

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 und unserer Nutzer dar. Wir begleiten unsere Nutzer und unterstützen sie dabei die besten Entscheidungen zu treffen. Hierfür bringen wir auf unseren digitalen Marktplätzen ein großes Angebot an Inseraten mit einer großen Anzahl von Nutzern zusammen. Darüber hinaus bieten wir unseren Nutzern individuelle Zusatzservices an, die sie von der Suche über die Entscheidung bis hin zur Miete, zum Kauf oder Verkauf einer Immobilie beziehungsweise Kauf oder Verkauf eines Automobils unterstützen sollen. Mit unseren digitalen Marktplätzen haben wir ein Marktnetzwerk geschaffen, das die Bedürfnisse und Erwartungen von Nutzern und Kunden gleichermaßen adressiert – und sich auch mit ihnen weiterentwickelt. Unsere Vision ist es, den Immobilien- und Automobilmarkt transparenter zu machen. Mit Hilfe datengetriebener Lösungen und Kommunikationsmöglichkeiten wollen wir Suchende und Anbieter in effizienter Weise miteinander verbinden und die Transaktion digitalisieren. Dabei wollen wir wesentliche Schritte der Transaktion innerhalb unseres Marktnetzwerkes mit unseren Produkten und Dienstleistungen abbilden. So begleiten wir unsere Nutzer über die ganze Spanne ihrer Consumer Journey beim Kauf oder Verkauf einer Immobilie beziehungsweise Kauf oder Verkauf eines Automobils. Wir streben nicht nur danach, ein nahtloses digitales Erlebnis zu bieten, sondern gleichzeitig wertvolle Erkenntnisse über die zukünftigen Bedürfnisse unserer Nutzer zu gewinnen. Mit dem Einblick in die Lebenszyklen der Nutzer gewinnen wir ein noch tieferes Verständnis für die Bedürfnisse der Nutzer bis hin zu dem Punkt der Transaktion: z.B. wann ein Nutzer mit der Suche nach einem neuen Auto oder einem neuen Zuhause voraussichtlich starten wird. Dabei wird uns auch die im Jahr 2018 getätigte Akquisition von FINANZCHECK.de beim Aufbau des Know-how und einer gestärkten Produktpalette in diesem Bereich helfen. Die Akquisition von FINANZCHECK.de hat zum Ziel, das Angebot des Marktnetzwerkes, beispielsweise im Bereich der Automobilfinanzierung, zusätzlich zu erweitern. So können wir unser Angebot strategisch auf weitere Nutzerkontaktpunkte ausrichten und auch die nächste Consumer Journey unserer Nutzer innerhalb des Scout24 Marktnetzwerkes begleiten.

Nutzer können unsere Angebote kostenlos über verschiedene Kanäle nutzen, zum Beispiel per Desktop PC, über mobile Applikationen („Apps“) oder über unsere mobilen Websites. Die Produkte und Dienstleistungen auf unseren digitalen Plattformen sind auf die Bedürfnisse unserer Zielgruppen abgestimmt, ob sie nach Immobilien oder Automobile suchen, diese anbieten oder auf unseren Plattformen werben. Wir stellen 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. Wir bieten weiterhin, sowohl für unsere Anzeigenkunden als auch für sonstige Kunden, speziell zugeschnittene und kosteneffiziente Lösungen für Marketing und die Generierung von Anfragen („Leads“) an. Darüber hinaus können auch Nutzer spezielle, teilweise kostenpflichtige, Zusatzprodukte und Dienstleistungen in Anspruch nehmen, welche sie entlang des gesamten Kaufs oder Verkaufsprozesses von Immobilien und Automobilen unterstützen.

Infolgedessen generieren wir Umsatz mit Anzeigen und mit weiteren Dienstleistungen, wie zusätzlichen Produktlösungen für Makler und Autohändler, Werbung, Generierung von Leads sowie Produkten und Dienstleistungen für Nutzer entlang der Wertschöpfungskette. Im Bereich der Anzeigenprodukte bieten wir unseren gewerblichen Maklerkunden drei verschiedene Modelle an: ein Mitgliedschaftsmodell, ein Paket- bzw. Projektmodell sowie ein nutzungsbasiertes Modell (sogenanntes „Pay-Per-Ad“-Modell). Gewerbliche Automobilhändler können einen Vertrag über ein Paket an Leistungen abschließen.

Wir betreiben unsere digitalen Marktplätze hauptsächlich unter den bekannten und beliebten Marken ImmobilienScout24 („IS24“) und AutoScout24 („AS24“). Diese bilden zusammen mit dem zum 1. Januar 2018 neu etablierten Segment Scout24 Consumer Services („CS“) unsere drei operativen Segmente.

ImmobilienScout24

IS24 ist ein digitaler Marktplatz, der gewerblichen und privaten Immobilienanbietern (Eigentümern sowie Mietern auf der Suche nach Nachmietern) die kostenpflichtige Möglichkeit bietet, Immobilieninserate zu schalten, um so mögliche Käufer und Mieter zu erreichen. Nutzer, d.h. mögliche Käufer oder Mieter können die Inserate kostenlos durchsuchen. Suchanfragen und Recherchen von Nutzern, d. h. möglicher Käufer oder Mieter, lösen Besuche („Traffic“) auf unseren digitalen Marktplätzen aus, die Anfragen („Leads“) bei den gewerblichen und privaten Anbietern generieren.

Die Hauptprodukte von IS24 sind dementsprechend Anzeigen für den Verkauf und die Vermietung von Immobilien. Für gewerbliche Immobilienanbieter bietet IS24 zusätzliche Dienstleistungen an, die die Kundenakquise und -pflege unterstützen. Anbieter, die einen Anzeigenvertrag mit IS24 abgeschlossen haben, können die Effektivität ihrer Anzeigen mit Hilfe von kostenpflichtigen, einzeln hinzubuchbaren Zusatzprodukten aus einer speziell auf die Kundenbedürfnisse zugeschnittenen Palette an Produktlösungen für Vermarktung, Image und Akquise („VIA“) verbessern. Um die Aufmerksamkeit für eine Anzeige zu erhöhen, können Anbieter beispielsweise Sichtbarkeitsprodukte für eine prominenter Platzierung der Anzeige in den Suchergebnissen hinzubuchen. Über gezielte Display-Advertising Maßnahmen kann zusätzlich die Sichtbarkeit für die Firmenmarke erhöht und eine gezielte Kundenansprache betrieben werden. Weiterhin bietet IS24 auch die Möglichkeit, Leads für neue Aufträge einzuholen. Auch im nutzungsbasierten Modell („Pay-Per-Ad“-Modell) können einzelne Zusatzprodukte kostenpflichtig hinzugebucht werden.

IS24 ist das marktführende Immobilienanzeigenportal in Deutschland, gemessen an der Anzahl der Immobilieninserate und Kunden¹ sowie an Besucherzahlen und Nutzeraktivität.² Das Deutsche Institut für Service-Qualität prämierte in Zusammenarbeit mit dem Sender NTV „Deutschlands beste Online-Portale 2019“ und zählt das Portal „ImmobilienScout24“ zu den besten Immobilienportalen in Deutschland.³

In Österreich betreiben wir mit unseren Plattformen ImmobilienScout24.at und Immobilien.net ebenfalls ein führendes Immobilienanzeigenportal.⁴ Auch das Portal Immodirekt.at gehört seit 2016 in Österreich zur Scout24-Gruppe.

AutoScout24

AS24 ist ein digitaler Marktplatz für Automobile und bietet Händlern und Privatverkäufern Anzeigenplattformen für neue und gebrauchte Personenkraftwagen, Motorräder sowie Nutzfahrzeuge. AS24 bietet somit gewerblichen Automobilhändlern und Privatanbietern die Möglichkeit, Inserate zu schalten, um mögliche Käufer zu erreichen. Nutzer, d. h. mögliche Käufer, können die Inserate kostenlos durchsuchen. Suchanfragen und Recherchen von Nutzern lösen Besuche („Traffic“) aus, die Anfragen („Leads“) bei den gewerblichen und privaten Anbietern generieren.

Die Schaltung der Anzeige für gewerbliche Automobilhändler ist kostenpflichtig. Die Hauptprodukte von AS24 sind somit Anzeigen für den Verkauf neuer und gebrauchter Fahrzeuge. Weiterhin können Händler, die einen Vertrag mit AS24 abgeschlossen haben, die Effektivität ihrer Anzeigen mit Hilfe von einzeln hinzubuchbaren kostenpflichtigen Zusatzprodukten aus einer speziell auf die Kundenbedürfnisse zugeschnittenen Palette an Produktlösungen für Marketing, Image und Akquise („MIA“) verbessern. Privatanbieter haben die Möglichkeit, kostenlos Anzeigen zu schalten oder im Rahmen eines Direkt-Verkaufs ihr Fahrzeug an geprüfte Händler zu verkaufen.

¹ Managementeinschätzung; basierend auf Anzahl der Immobilieninserate im Vergleich zu anderen Immobilienanzeigenportalen

² Basierend auf Besucherzahlen (Unique Monthly Visitors, "UMV") und Nutzeraktivität, ComScore Mai 2019 (Desktop PC für Besucherzahlen, Desktop PC und mobile Endgeräte hinsichtlich Nutzeraktivität)

³ „Deutschlands beste Online-Portale 2019“; Deutsches Institut für Service Qualität in Zusammenarbeit mit NTV, Mai 2019

⁴ Managementeinschätzung, basierend auf Anzahl der Immobilieninserate im Vergleich zu anderen Immobilienanzeigenportalen (exklusive allgemeine Kleinanzeigenportale, welche verschiedenste Produktkategorien umfassen).

Die AutoScout24-Gruppe betreibt den europaweit größten digitalen Automobilmarktplatz und gehört zu den führenden⁵ Betreibern in den Kernmärkten Italien, Belgien, Luxemburg, den Niederlanden, Österreich und Deutschland. AS24 ist ebenfalls in 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 AutoScout24-Gruppe betreibt zudem die digitalen Automobilmarktplätze AutoTrader.nl in den Niederlanden und Gebrauchtwagen.at in Österreich.

Neben einer hohen Markenbekanntheit genießt AutoScout24 auch das Vertrauen der Nutzer: Das Deutsche Institut für Service-Qualität prämierte in Zusammenarbeit mit dem Sender NTV „Deutschlands beste Online-Portale 2019“ und zählt das Portal „AutoScout24“ zu den besten Gebrauchtwagenportalen in Deutschland.⁶

Scout24 Consumer Services

Als plattformübergreifend agierendes Segment bündelt Scout24 Consumer Services („CS“) alle Dienstleistungen entlang der Wertschöpfungskette des Immobilien- oder Automobilmarktes, sowie den Bereich der Werbeanzeigen von Dritten auf den digitalen Marktplätzen der Scout24-Gruppe. Seit dem 1. Januar 2018 operiert Scout24 Consumer Services als eigenständiges Segment innerhalb der Scout24-Gruppe. Seit dem 1. September wird auch die FINANZCHECK.de dem Segment Scout24 Consumer Services zugerechnet, die Umsätze werden in der Umsatzlinie Umsätze mit Finanzierungspartnern ausgewiesen.

CS bietet über die Kernplattformen und -marken „ImmobilienScout24“ und „AutoScout24“ teilweise kostenpflichtige Zusatzservices an, die die Nutzer von der Suche über die Entscheidung bis hin zur Miete, zum Kauf oder Verkauf einer Wohnung beziehungsweise Kauf oder Verkauf eines Autos unterstützen sollen. CS generiert Umsätze aus der Nutzung unserer Angebote entlang der Wertschöpfungskette im Immobilien- als auch im Automobilbereich durch die Vermittlung von Leads, Dienstleistungen (z.B. Bonitätsprüfung sowie Premium Mitgliedschaften) oder der Schaltung von Werbeanzeigen von Dritten auf den Plattformen der Scout24-Gruppe. Im Geschäft mit Finanzierungspartnern generiert das Segment CS Umsätze durch die Vermittlung von Verbraucherkrediten, z. B. im Rahmen von Bau- und Autofinanzierungen, aber auch durch Werbeanzeigen und Listings, welche von Finanzierungspartnern in Auftrag gegeben werden.

Das Scout24 Management verfolgt mit dem Segment CS die Strategie, langfristig mit maßgeschneiderten Angeboten und Dienstleistungen die gesamte Consumer Journey abzudecken. Wir wollen die Nutzer von der Suche über die Entscheidungsprozesse bis hin zum Abschluss eines Immobilien- bzw. Autokaufs begleiten und auch nach Abschluss der Transaktion mit dem Nutzer in Verbindung bleiben. Unsere Vision ist es durch die Abdeckung der gesamten Consumer Journey zusätzliches Umsatzpotenzial in angrenzenden Bereichen entlang der Wertschöpfungsketten im Immobilien- und Automobilbereich auszuschöpfen. CS agiert plattformübergreifend und trägt dieser Strategie Rechnung.

Strategie

Unsere Anzeigenumsatzerlöse sind nicht unmittelbar von der Anzahl der durchgeführten Immobilientransaktionen oder Autoverkäufe abhängig, sondern von der Anzahl und der Schaltungsdauer 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 den Besucherzahlen („Traffic“) und der 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 am liquidesten und somit am effizientesten ist. Durch unsere führenden Positionen bei Besucherzahlen und Nutzeraktivität sind wir gut aufgestellt, um auch von den Umsatz- und Wachstumspotenzialen in den großen angrenzenden

⁵ Managementeinschätzung, basierend auf der Anzahl der Inserate; Juni 2019

⁶ „Deutschlands beste Online-Portale 2019“; Deutsches Institut für Service Qualität in Zusammenarbeit mit NTV, Mai 2019

Marktsegmenten außerhalb unseres Kerngeschäfts zu profitieren: Sei es über die Wertschöpfungskette des gesamten Immobilienverkaufs- bzw. Vermietungsprozesses oder des Automobilmarktes hinweg. Mit dem Ausbau von Dienstleistungen entlang der Wertschöpfungsketten folgen wir konsequent unserer Ausrichtung auf die Bedürfnisse unserer Nutzer sowie unserer Strategie, unser Marktnetzwerk weiterzuentwickeln.

Dementsprechend streben wir immer danach, neue Funktionalitäten auf unseren Webseiten einzuführen, um die jeweils beste Nutzererfahrung zu bieten. Wir arbeiten kontinuierlich daran, die Digitalisierung der Consumer Journey entlang der Wertschöpfungsketten im Immobilien- und Automobilbereich weiter voranzutreiben. Wir streben danach, die relevanten Kontaktpunkte eines Nutzers von der Suche bis hin zur Finalisierung der Transaktion möglichst vollständig abzudecken und schlussendlich zu digitalisieren. Auf unseren Plattformen bringen wir Suchende und Anbieter zusammen und bieten ihnen Produkte und Dienstleistungen entlang der Immobilien- und Automobilwertschöpfungskette, die über die Schaltung einer Anzeige hinausgehen. Dadurch haben wir ein Marktnetzwerk geschaffen, das den Bedürfnissen unserer Nutzer und Kunden Rechnung trägt. Getrieben von dem Verlangen unserer Nutzer und Kunden nach mehr Funktionalität, mehr Personalisierung und mehr Relevanz, entwickeln wir unser Marktnetzwerk kontinuierlich weiter. Wir planen, durch attraktive Preismodelle sowie die Optimierung und Weiterentwicklung unseres Produkt- und Dienstleistungsangebots, das Leistungsversprechen unserer Anzeigenportale für unsere Kunden und Nutzer fortwährend zu verbessern. Unser Anspruch ist es, den Nutzern mit unserem Marktnetzwerk auch ein Höchstmaß an Transparenz auf dem Immobilien- und Automobilmarkt zu bieten.

Unsere Kernkompetenz liegt in der Erhebung, Verarbeitung und Interpretation von Daten. Mithilfe unserer datengetriebenen Produktlösungen können wir unsere Nutzer dabei unterstützen, die besten Entscheidungen beim Immobilienkauf oder -verkauf sowie der Vermietung beziehungsweise beim Autokauf oder -verkauf zu treffen. Angefangen mit einer funktionalen und intuitiven Sucherfahrung begleiten wir unsere Nutzer im weiteren Verlauf ihrer Consumer Journey. Dabei bieten wir ihnen zusätzliche, auf ihre Bedürfnisse zugeschnittene Produkte und Dienstleistungen an. So unterstützen wir Immobiliensuchende beispielsweise nicht nur dabei, ihre Traumwohnung zu finden, sondern bieten ihnen auch mit unserem Produkt „Premium-Mitgliedschaft“ zusätzliche Unterstützung an. Mit der Premium-Mitgliedschaft bei ImmobilienScout24 können sich Immobiliensuchende mittels einer digitalen Bewerbungsmappe, inklusive einer aktuellen Bonitätsauskunft, schnell und einfach bei den Immobilienanbietern um eine Wunschimmobilie bewerben. Mit unserem Preisatlas versorgen wir sowohl Immobiliensuchende und Immobilienanbieter mit relevanten Marktdaten zu der historischen Entwicklung der Angebotspreise in Städten und Regionen. Zusätzlich unterstützen wir private Immobilienanbieter bei der Wertermittlung und mit unseren maßgeschneiderten Anzeigenprodukten bei der Exposé-Erstellung für ihre Immobilie. Einen passenden Makler können private Immobilienanbieter, die auf der Suche nach professioneller Unterstützung bei der Vermarktung der Immobilie sind, über die Maklersuchmaschine auf der ImmobilienScout24 Plattform finden. Auch auf der AutoScout24 Plattform bieten wir Autosuchenden eine funktionale und intuitive Suche an. Zusätzliche Leistungen bieten wir bei der Automobilsuche mit unserer datengetriebenen Preisbewertung für die inserierten Autos auf unserer Plattform und auch mit der Anzeige einer beispielhaften monatlichen Finanzierungsrate. Für Nutzer, die auf der Suche nach einem Käufer für ihr Fahrzeug sind, bieten wir sowohl Anzeigenprodukte als auch die Möglichkeit, mittels unseres Direktverkauf-Produkts das Auto direkt an einen Händler zu verkaufen.

Unsere Geschäftspartnern aus dem Immobilien- oder Automobilvermittlungsbereich bieten wir - über die klassischen Anzeigenprodukte hinaus - zusätzlich eine speziell auf ihre Bedürfnisse zugeschnittene Palette an Produktlösungen. Diese soll sie bei der Vermarktung ihrer Angebote und auch der eigenen Firmenmarke unterstützen. Beispielsweise bieten wir die Möglichkeit, die Effektivität ihrer Anzeigen mit Hilfe von kostenpflichtig hinzubuchbaren Sichtbarkeitsprodukten zu verbessern und unterstützen sie bei der Imagepflege mit Hilfe unserer Marketingprodukte für professionelle Anbieter oder mit gezielten Werbemaßnahmen im Display-Advertising Bereich. Zusätzlich zu den Produktlösungen für die Vermarktung bieten wir unseren Kunden auch Produkte, die auf die Akquise neuer Kunden oder Verkaufsobjekte abzielen. So bieten wir für unsere professionellen Kunden aus dem Immobilienbereich mit Hilfe der Maklersuchmaschine relevante Kontakte für die Akquisition neuer Verkaufsmandate.

Der Fokus unserer Strategie liegt für alle Geschäftsfelder auf nachhaltigem und profitabilem Wachstum sowie der nachhaltigen Steigerung unseres Unternehmenswertes. In diesem Zusammenhang konzentrieren wir unsere Akquisitionsstrategie auf strategische Zukäufe entlang der Wertschöpfungskette, die unsere Marktposition stärken, uns weiteren Zugriff auf benachbarte Umsatzquellen geben oder uns einen schnelleren Ausbau unserer technologischen Leistungsfähigkeit ermöglichen. Im Geschäftsjahr 2018 haben wir FINANZCHECK.de, ein Online-Portal für Verbraucherfinanzierung mit einer eigenen Technologieplattform, übernommen. Diese Akquisition ist von hoher strategischer Bedeutung, da sie unsere Abdeckung der Consumer Journey verbessert und das Angebot in unserem Marktnetzwerk erweitert. Wir bleiben nun über die eigentliche Transaktion hinaus mit unseren Nutzern in Verbindung und können dadurch auch ein besseres Verständnis für die weiter anstehenden Bedürfnisse gewinnen. Das versetzt uns in die Lage, mit maßgeschneiderten Angeboten zusätzliches Umsatzpotenzial auszuschöpfen und unser Geschäft im Bereich Consumer Services weiter auszubauen.

Unser Fokus auf nachhaltigem und profitabilem Unternehmenswachstum bestimmt auch unsere Kapitalstruktur. Unsere erste Priorität ist die Finanzierung weiteren Wachstums (organisch und anorganisch). Als zweite Priorität wollen wir unsere Aktionäre angemessen an unserem Erfolg beteiligen und verfolgen eine entsprechende Dividenden- und Aktienrückkaufpolitik. Schließlich und in dritter Priorität planen wir eine Verringerung unseres Verschuldungsgrads (Verhältnis von Nettoverschuldung zu EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit der letzten zwölf Monate).

Für das Jahr 2018 schlagen der Vorstand und der Aufsichtsrat der Hauptversammlung vor, eine Dividende in Höhe von 0,64 Euro je dividendenberechtigter Aktie zu beschließen. Dies entspricht einer Ausschüttung von 68,9 Millionen Euro. Bezogen auf den Kurs zum 28. Dezember 2018 ergibt sich eine Dividendenrendite von 1,6%. Somit entspricht dies einer Erhöhung der Dividende um über 14% gegenüber dem Vorjahr (Dividende für das Geschäftsjahr 2017: EUR 0,56 je Aktie).

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 unserer Strategieumsetzung messbar machen. Ein wichtiger Teil unseres internen Steuerungssystems sind Monatsberichte, die eine Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung, eine Konzernbilanz, eine Konzernkapitalflussrechnung sowie die Monatsergebnisse unserer Segmente beinhalten. Weiterhin werden in regelmäßig stattfindenden Besprechungen unseres Vorstandes der aktuelle Geschäftsverlauf der Gruppe und der Segmente 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 bedarfsorientierte längerfristige Prognosen zum Geschäftsverlauf sowie durch einen jährlich stattfindenden Budgetplanungsprozess. Sowohl die aktuelle Ertragslage als auch die Prognosen werden dem Aufsichtsrat in quartalsweisen stattfindenden Sitzungen vorgestellt.

Steuerungsgrößen

Gemäß unserem Fokus auf nachhaltiges und profitables Wachstum sowie der nachhaltigen Steigerung unseres Unternehmenswertes, ist das EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit unsere wichtigste finanzielle Ziel- und Steuerungsgröße auf Konzern- und Segmentebene, ergänzt wird dieser Indikator durch den Umsatz und die EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit.

Der finanzielle Erfolg unserer Portale wird gemäß unserer Strategie im Wesentlichen bestimmt durch den Bestand an Anzeigen („Listings“) sowie Nutzerreichweite bzw. Besucherzahlen („Traffic“). Die wichtigsten Hilfsindikatoren auf Plattformebene sind somit die Anzahl der Listings, insbesondere im Vergleich zum Wettbewerb, sowie Kennzahlen zu Nutzerreichweite und Nutzeraktivität. Wir betrachten zusätzlich für die Segmente ImmobilienScout24, AutoScout24 und Scout24 Consumer Services den Umsatz nach Hauptkundengruppen bzw. Tätigkeitsfeld. Für die Segmente ImmobilienScout24 und AutoScout24 betrachten wir zusätzlich die entsprechenden direkten Umsatztreiber wie die Anzahl der Kunden und die durchschnittlichen Erlöse je Kunde pro Monat (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.⁷
- **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.⁸
- **Sessions** bezieht sich auf die durchschnittliche monatliche Anzahl der Sitzungen auf der IS24 Plattform über Desktop, mobile Endgeräte, mobil-optimierte Webseite und Apps gemessen mit dem eigenen Traffic Monitor (Google Analytics).
- **Umsätze mit Residential-Immobilien Partnern** enthalten Umsatzerlöse aus dem Wohnimmobilienbereich, die mit IS24-Maklerkunden durch Bestellung einer vertraglichen Mitgliedschaft oder im Rahmen einer Anzeigeneinzelbuchung in einem nutzungsbasierten Modell („Pay-Per-Ad“-Modell) erzielt werden. Umsatzerlöse aus Dienstleistungen, die IS24 im Rahmen dieser Verträge oder weiterer Verträge für die Nutzung zusätzlicher kostenpflichtiger, einzeln hinzubuchbarer Zusatzprodukte aus der speziell auf die Kundenbedürfnisse zugeschnittenen Palette an Lösungen für Vermarktung, Image und Akquise („VIA“) generiert, fließen ebenfalls mit ein.
- **Umsätze mit Business-Immobilien Partnern** enthalten Umsatzerlöse aus dem gewerblichen Immobilienbereich sowie dem Bauträger- bzw. Immobilienentwicklerbereich. Diese werden mit IS24-Maklerkunden, Bauträgern oder Immobilienentwicklern durch Bestellung eines vertraglichen Mitgliedschafts- oder Projektmodells erzielt. Umsatzerlöse aus Dienstleistungen, die IS24 im Rahmen dieser Verträge oder weiterer Verträge für die Nutzung zusätzlicher kostenpflichtiger, einzeln hinzubuchbarer Zusatzprodukte aus der speziell auf die Kundenbedürfnisse zugeschnittenen Palette an Lösungen für Vermarktung, Image und Akquise („VIA“) generiert, fließen ebenfalls mit ein.
- **Umsätze mit privaten Anbietern und Sonstige** enthalten Umsatzerlöse mit Privatpersonen, die im Rahmen einer Einzelbuchung einer Kleinanzeige in einem nutzungsbasierten Modell („Pay-Per-Ad“-Modell) erzielt werden sowie Umsatzerlöse durch FlowFact (unsere CRM-Software für gewerbliche Immobilienpartner) und weitere nicht-anzeigenbezogene Umsatzerlöse. Auch die Umsatzerlöse unserer Portale in Österreich werden hier ausgewiesen.
- Die **Anzahl Residential-Immobilien Partner** (vertraglich) definieren wir als die Anzahl der Kunden aus dem Wohnimmobilienbereich mit denen zum Ende der Periode eine Geschäftsbeziehung in Form eines vertraglichen Mitgliedschaftsmodells besteht.
- Die **Anzahl Business-Immobilien Partner** (vertraglich) definieren wir als die Anzahl der Kunden aus dem gewerblichen Bauträger- bzw. Immobilienentwicklerbereich, zu denen zum Ende der Periode eine Geschäftsbeziehung in Form eines vertraglichen Mitgliedschafts- oder Projektmodells besteht.
- Der **ARPU von Residential-Immobilien Partnern** (vertraglich) in Euro pro Zeitraum wird berechnet, indem die Umsatzerlöse, erzielt mit unseren vertragsgebundenen Residential-Immobilien Partnern im jeweiligen Zeitraum, durch die durchschnittliche Anzahl an vertragsgebundenen Residential-Immobilien Partnern (berechnet aus Bestand an vertragsgebundenen Residential-Immobilien Partnern am Beginn und am Ende des Zeitraums) und weiter durch die Anzahl der Monate im jeweiligen Zeitraum geteilt wird.
- Der **ARPU von Business-Immobilien Partnern** (vertraglich) in Euro pro Zeitraum wird berechnet, indem die Umsatzerlöse, erzielt mit unseren vertragsgebundenen Business-Immobilien Partnern im jeweiligen Zeitraum, durch die durchschnittliche Anzahl an vertragsgebundenen Business-Immobilien Partnern (berechnet aus Bestand an vertragsgebundenen Business-Immobilien Partnern am Beginn und am Ende des Zeitraums) und weiter durch die Anzahl der Monate im jeweiligen Zeitraum geteilt wird.

⁷ Datenquelle: Managementeinschätzung

⁸ Datenquelle: comScore

AutoScout24

- Die **Anzahl Listings** des jeweiligen Landes stellt den Bestand an neuen und gebrauchten Automobilen sowie Kleintransportern zu einem bestimmten Stichtag (i.d.R. Monatsende) auf der jeweiligen Website dar.⁹
- **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.¹⁰
- **Sessions** bezieht sich auf die durchschnittliche monatliche Anzahl der Sitzungen auf der AS24 Plattform über Desktop, mobile Endgeräte, mobil-optimierte Webseite und Apps gemessen mit dem eigenen Traffic Monitor (Google Analytics).
- **Umsätze mit Händlern in Deutschland** oder in unseren **europäischen Kernmärkten** (Belgien, Luxemburg, den Niederlanden, Italien und Österreich) enthalten Umsatzerlöse, die mit Händler-Partnern, welche Personenkraftwagen, Motorräder oder auch Nutzfahrzeuge verkaufen, durch Bestellung eines vertraglichen Anzeigenpaketes in den genannten Ländern erzielt werden. Umsatzerlöse aus Dienstleistungen, die im Rahmen dieser Verträge oder weiterer Verträge für die Nutzung weiterer kostenpflichtiger, einzeln hinzubuchbarer Zusatzprodukte aus einer speziell auf die Kundenbedürfnisse zugeschnittenen Palette an Produktlösungen für Marketing, Image und Akquise („MIA“) erzielt werden, fließen ebenfalls mit ein.
- **Sonstige Erlöse** enthalten Umsatzerlöse mit Privatpersonen, die im Rahmen einer Anzeigeneinzelbuchung erzielt werden, sowie Umsatzerlöse durch das Werkstattportal und für andere Händlerdienstleistungen wie z.B. Plattformschnittstellen. Zudem sind Umsatzerlöse aus dem Produkt „Expressverkauf“ und die Umsatzerlöse unserer Portale außerhalb der europäischen Kernmärkte enthalten.
- Die **Anzahl Händler-Partner** definieren wir als die Anzahl aller gewerblichen Fahrzeug- und Motorradhändler, inklusive Nutzfahrzeughändler, in Deutschland oder in unseren europäischen Kernmärkten (Belgien, Luxemburg, Italien, den Niederlanden und Österreich), die am Ende des entsprechenden Zeitraums einen Vertrag haben, um ihre Fahrzeuganzeigen auf unserer Plattform zu bewerben.
- Der **ARPU von Händlern in Deutschland** oder in unseren **europäischen Kernmärkten** in Euro pro Zeitraum wird berechnet, indem die Umsatzerlöse, erzielt mit unseren Händler-Partnern in Deutschland oder in unseren europäischen Kernmärkten im jeweiligen Zeitraum, durch die durchschnittliche Anzahl an Händler-Partnern in Deutschland oder in unseren europäischen Kernmärkten (berechnet aus Bestand an Händler-Partner am Beginn und am Ende des Zeitraums) und weiter durch die Anzahl der Monate im jeweiligen Zeitraum geteilt wird.

Scout24 Consumer Services

- **Umsätze mit Finanzierungspartnern** enthalten Umsatzerlöse aus der Vermittlung von Verbraucherkrediten, z. B. im Rahmen von Bau- und Autofinanzierung sowie aus Anzeigenschaltungen von Finanzierungspartnern auf unseren Plattformen im Rahmen einer vertraglichen Mitgliedschaft oder aus anderen Verträgen für die Nutzung weiterer kostenpflichtiger, einzeln hinzubuchbarer Zusatzprodukte.
- **Umsätze aus Dienstleistungen** enthalten Umsatzerlöse für angebotene Dienstleistungen auf unseren Plattformen und zwar sowohl aus Umsatzerlösen mit unseren Nutzern als auch aus Umsatzerlösen aus Lead-Generierung an unsere Partner (beispielsweise für Bonitätschecks, Vermittlung von Umzugsleads an Umzugsunternehmen u.a.).
- **Display-Umsätze mit Dritten** enthalten Umsatzerlöse im Bereich der Display-Werbeanzeigen („Display-Advertising“) von nicht-immobilien bzw. nicht-automobilbezogenen Dritten.

⁹ Datenquelle: Managementeinschätzung

¹⁰ Quelle: AGOF

Gesamtwirtschaftliche und branchenbezogene Rahmenbedingungen

Makroökonomische Entwicklung

Scout24 ist im Immobilienbereich in Deutschland und Österreich sowie im Automobilbereich in Deutschland, Italien, Belgien, Luxemburg, den Niederlanden, Frankreich und Österreich, somit in weiten Teilen der Eurozone, aktiv. Deutschland ist mit 82% Umsatzanteil im Geschäftsjahr 2018 bzw. 83% im ersten Halbjahr 2019 der Hauptmarkt von Scout24. Die konjunkturelle Lage in Deutschland hat sich nach der Stagnation im zweiten Halbjahr 2018 im ersten Quartal 2019 merklich verbessert. Demnach stieg das Bruttoinlandsprodukt um 0,7% gegenüber dem Vorjahr bzw. 0,4% gegenüber dem vierten Quartal 2018.¹¹ Diese positiven Effekte laufen im weiteren Jahresverlauf jedoch aus oder kehren sich sogar um. In diesem Szenario wird in Deutschland für das Gesamtjahr 2019 ein Wachstum von lediglich 0,6% erwartet. Im Jahr 2020 wird bei wieder anziehender Dynamik dann ein Wachstum von 1,2% erwartet.¹² Im Euroraum ist mit einem zu 2018 abgeschwächten Wachstum von 1,3% im Jahr 2019 und 1,5% im Jahr 2020 zu rechnen.¹³

Vor dem Hintergrund der dargestellten gesamtwirtschaftlichen Entwicklung wird unser Geschäftsmodell im Wesentlichen durch die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für Online-Marktplätze gestützt. Das Internet ist als Informations- und Kommunikationsmedium in Deutschland und in Europa inzwischen allgemein verbreitet und anerkannt. Die Entwicklung einer Vielzahl digitaler Medien und E-Commerce Webseiten sowie mobiler Apps haben dazu beigetragen, dass die Internetnutzung zu einem festen Bestandteil der Bevölkerung geworden ist. Dieser Trend beeinflusst auch die Verteilung von Marketingbudgets. In Deutschland ist der Anteil an den Gesamtwerbeausgaben für Onlinewerbung von 13,3% im Jahr 2008 auf 35,9% im Jahr 2018 gestiegen. Die Ausgaben für Onlinewerbung lagen im Jahr 2018 bereits 58,4% höher als die Ausgaben für TV-Werbung.¹⁴ Es wird erwartet, dass der Anteil der Investitionen in Onlinewerbung weiter zunimmt, von prognostizierten 38% im Jahr 2019 auf 43% im Jahr 2021.¹⁵

Entwicklung des deutschen Wohnimmobilienmarkts

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

Laut der Prognose des unabhängigen Beratungs- und Forschungsinstituts GEWOS vom September 2018 sollten die Investitionen in Wohn- und Gewerbeimmobilien auch im Jahr 2019 weiter steigen. Dabei wird der weit überwiegende Teil des deutschen Immobilienumsatzes gemäß GEWOS mit Wohnimmobilien generiert, denn der anhaltend hohen Nachfrage nach Wohnimmobilien von Selbstnutzern wie auch Kapitalanlegern stehe weiterhin ein zu geringes Angebot mit der Folge weiter steigender Preise und Umsätze gegenüber.¹⁶

Auch gemäß dem Frühjahrsgutachten der Immobilienwirtschaft 2019 wird die deutsche Immobilienwirtschaft, trotz wirtschaftspolitischer Herausforderungen, im Jahr 2019 zunächst weiter von günstigen Finanzierungsbedingungen, einer guten Wirtschaftslage und einer hohen Nachfrage nach Wohnraum in Ballungsgebieten getragen werden. Jedoch zeichne sich ein allmählich schwindender Optimismus ab, sodass über das Gesamtjahr nur mit moderaten Zuwachsraten auf hohem Niveau gerechnet werden kann. Kapazitätsauslastungen und ein Mangel an Facharbeitskräften stünden einer kräftigeren Ausweitung vermehrt entgegen.¹⁷

¹¹ Statistisches Bundesamt, Pressemitteilung Nr. 196 vom 23. Mai 2019

¹² Bundesbank Monatsbericht Juni 2019

¹³ World Economic Outlook, April 2019

¹⁴ ZenithOptimedia Datenabfrage vom 31. Januar 2019

¹⁵ Pressemitteilung ZenithOptimedia vom 8. Juli 2019

¹⁶ GEWOS, September 2018

¹⁷ Frühjahrsgutachten Immobilienwirtschaft 2019 des Rates der Immobilienweisen

Entwicklung des europäischen Automobilmarktes

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

Für das Jahr 2019 erwartet das Deutsche Kraftfahrzeuggewerbe (ZDK) mit insgesamt rund 3,43 Millionen Neuzulassungen ein Autojahr auf dem Niveau von 2018. Bei den privaten Neuzulassungen wird mit 1,23 Millionen Pkw, bei den gewerblichen Zulassungen mit rund 2,2 Millionen Einheiten gerechnet. Auf dem Gebrauchtwagenmarkt sieht der ZDK aufgrund der anhaltenden Dieselpolitik einen leichten Rückgang auf 7,2 bis 7,3 Millionen Besitzumschreibungen für das Jahr 2019.¹⁸

Gemäß dem Kraftfahrt-Bundesamt gab es im ersten Halbjahr 2019 ca. 1,8 Millionen PKW-Neuzulassungen (+0,5 % zum Vorjahr) und ca. 3,6 Millionen Besitzumschreibungen (-0,6 % zum Vorjahr) in Deutschland.¹⁹

In Europa machte sich die wirtschaftliche Unsicherheit gegen Ende des zweiten Halbjahres 2018 deutlich stärker bemerkbar. In den ersten sechs Monaten 2019 wurden mit 8,2 Millionen Fahrzeugen gut 3% weniger Fahrzeuge neuzugelassen als im Vorjahr (H1 2018: 8,4 Millionen).²⁰

Geschäftsentwicklung Konzern

Scout24 hat sich im ersten Halbjahr 2019 erneut sehr erfolgreich entwickelt, getragen von einem starken Wachstum in den Segmenten AS24 und CS, sowie der anhaltend positiven Dynamik im Segment ImmobilienScout24 ("IS24").

Die Außenumsätze des Scout24-Konzerns stiegen im ersten Halbjahr 2019 um 19,7% auf 300,7 Millionen Euro (H1 2018: 251,2 Millionen Euro). Bereinigt um Konsolidierungseffekte²¹, d. h. unter Berücksichtigung des Beitrags von FINANZCHECK.de sowie ohne Berücksichtigung der Beiträge der entkonsolidierten Gesellschaften AS24 Spanien und classmarkets im ersten Halbjahr 2018, betrug die Wachstumsrate 13,6% (Umsatz bereinigt H1 2018: 264,7 Millionen Euro).

Das Konzern-EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit ist im ersten Halbjahr 2019 auf 153,9 Millionen Euro gestiegen (H1 2018: 138,8 Millionen Euro, bereinigt²²: 134,6 Millionen Euro). Das entspricht einem Wachstum von 10,9% gegenüber dem Vorjahr, beziehungsweise einer bereinigten Wachstumsrate von 14,3% und somit einem leicht überproportionalen Anstieg im Vergleich zum Umsatzwachstum (bereinigt). Die EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit beträgt 51,2% (H1 2018 bereinigt: 50,8%, H1 2018: 55,2%). Somit konnte, trotz der im ersten Quartal 2019 vermehrt getätigten Investitionen in zukünftiges Wachstum der Scout24 Gruppe, die EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit im Vergleich mit dem bereinigten Vorjahreswert gesteigert werden. Im zweiten Quartal 2019 lag das EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit bei 82,9 Millionen Euro und damit 10,4% über dem Vorjahreswert (Q2 2018: 75,1 Millionen Euro; Q2 2018 bereinigt: 73,0 Millionen Euro). Die EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit betrug 54,6% (Q2 2018: 58,7%; Q2 2018 bereinigt: 54,0%). Eine Überleitungsrechnung zum EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit befindet sich im Kapitel **Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage des Konzerns** auf Seite 24 dieses Berichts.

¹⁸ Zentralverband Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe, November 2018

¹⁹ Kraftfahrt-Bundesamt, Fahrzeugzulassungen im Juni 2019, Juli 2019

²⁰ European Automobile Manufacturers Association (ACEA), Pressemitteilung 17. Juli 2019

²¹ Wäre FINANZCHECK.de bereits seit dem 1. Januar 2018 konsolidiert worden, hätte die Gesellschaft im ersten Halbjahr 2018 18,2 Millionen zu den Umsatzerlösen beigetragen. Wären AS24 Spanien und classmarkets bereits zum 1. Januar 2018 entkonsolidiert worden, fielen die Umsatzerlöse im ersten Halbjahr 2018 um 4,7 Millionen Euro geringer aus.

²² Wäre FINANZCHECK.de bereits seit dem 1. Januar 2018 konsolidiert worden, hätte die Gesellschaft im ersten Halbjahr 2018 einen Negativbeitrag zum EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit in Höhe von 1,5 Millionen Euro geleistet. Wären AS24 Spanien und classmarkets bereits zum 1. Januar 2018 entkonsolidiert worden, fielen das EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit im ersten Halbjahr 2018 um 2,7 Millionen Euro geringer aus.

Die Investitionen (bereinigt) im ersten Halbjahr 2019 betragen 10,8 Millionen Euro (Q2 2019: 5,2 Millionen Euro) und fielen im Vergleich zu den jeweiligen Vorjahreswerten (H1 2018: 18,0 Millionen Euro; Q2 2018: 10,1 Millionen Euro) geringer aus. Der Rückgang im Vergleich zum Vorjahreswert ist im Wesentlichen den im ersten Halbjahr 2018 erhöhten Investitionen in Sachanlagen, welche im Zusammenhang mit dem Büroumzug in München getätigt wurden, zuzuschreiben. Im Verhältnis zum Umsatz betrug das Investitionsvolumen im ersten Halbjahr 2019 3,6% gegenüber 7,2% im vergleichbaren Vorjahreszeitraum.

Die Cash Contribution²³ stieg im ersten Halbjahr 2019 um 18,6% auf 143,1 Millionen Euro bzw. im zweiten Quartal 2019 um 19,5% auf 77,7 Millionen Euro gegenüber dem jeweiligen Vergleichszeitraum 2018 (H1 2018: 120,7 Millionen Euro, Q2 2018: 65,0 Millionen Euro). Bereinigt um Konsolidierungseffekte beträgt die Cash Contribution für das zweite Quartal 2018 63,0 Millionen Euro, sowie für das erste Halbjahr 2018 116,7 Millionen Euro. Die Cash Conversion Rate²⁴, bezogen auf das EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit, nahm im Vergleich zum ersten Halbjahr 2018 von 87,0% auf 93,0% zu, was hauptsächlich auf den zuvor erwähnten Rückgang der Investitionen zurückzuführen ist. Die bereinigte Cash Conversion Rate für das erste Halbjahr 2018 beträgt 86,7%.

Zum 30. Juni 2019 beliefen sich die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente auf 69,2 Millionen Euro (31. Dezember 2018: 59,2 Millionen Euro). Die Nettofinanzverbindlichkeiten²⁵ beliefen sich auf 686,2 Millionen Euro im Vergleich zu 750,6 Millionen Euro zum 31. Dezember 2018 (30. Juni 2018: 581,8 Millionen Euro). Der Verschuldungsgrad (Verhältnis von Nettofinanzverbindlichkeiten zu Konzern-EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit der letzten zwölf Monate) beläuft sich auf 2,24:1 (31. Dezember 2018: 2,58:1, 30. Juni 2018: 2,2:1).

Die vorgelegten Zahlen liegen voll im Rahmen der Prognose für das Geschäftsjahr 2019. Das Umsatzwachstum liegt mit 19,7% (bzw. bereinigt: 13,6%) im Einklang mit den Erwartungen (Wachstum zwischen 15,0% und 17,0% beziehungsweise bereinigtes Umsatzwachstum im niedrigen bis mittleren Zehnerprozentbereich), die EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit befindet sich mit 51,2% auf gutem Weg, den Zielkorridor für das Gesamtjahr 2019 (zwischen 52,0 % und 54,0%) zu erreichen. Im zweiten Quartal 2019 belief sich die EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit auf 54,6% und lag somit über der EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit des ersten Quartals 2019 (47,7%), welches der üblichen Entwicklung über den Jahresverlauf entspricht und die Prognose für das Gesamtjahr bestätigt. Die nicht-operativen Kosten beliefen sich auf insgesamt 32,2 Millionen Euro im ersten Halbjahr und liegen somit über dem Rahmen der avisierten Größenordnung für das Gesamtjahr (zwischen 25,0 und 27,0 Millionen Euro). Das Überschreiten der avisierten Größenordnung ist in erster Linie erhöhten Aufwendungen in Bezug auf Aktienoptionsprogramme für ausgewählte Mitarbeiter sowie Managementbeteiligungsprogramme zuzuschreiben. Die bereinigten Investitionen im ersten Halbjahr 2019 liegen mit einer Gesamthöhe von 10,8 Millionen Euro im Rahmen der Prognose für das Gesamtjahr 2019, welche von Investitionen von ca. 25,0 Millionen Euro ausgeht.

²³ Cash contribution ist definiert als EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit vermindert um Investitionen (bereinigt).

²⁴ Cash conversion rate ist definiert als (EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit - Investitionen (bereinigt)) / EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit.

²⁵ Nettofinanzverbindlichkeiten sind definiert als Summe der kurz- und langfristigen Finanzverbindlichkeiten (inklusive Leasingverbindlichkeiten) vermindert um liquide Mittel.

Entwicklung der Geschäftsbereiche

Eine ausführliche Beschreibung der Steuerungsgrößen befindet sich in diesem Bericht im Kapitel [Steuerungssystem](#) auf Seite 13.

ImmobilienScout24 (IS24)

(in Millionen Euro)	Q2 2019	Q2 2018*	% Veränderung	H1 2019	H1 2018*	% Veränderung
Umsätze mit Residential-Immobilien Partnern	34,0	30,2	12,5%	67,0	59,7	12,2%
Umsätze mit Business-Immobilien Partnern	14,7	13,1	12,0%	29,0	25,6	13,2%
Umsätze mit privaten Anbietern und Sonstige	18,5	18,5	0,3%	36,3	36,9	-1,8%
Außenumsätze gesamt	67,2	61,8	8,7%	132,3	122,3	8,2%
EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit	47,0	43,6	7,7%	90,2	83,6	7,9%
EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit - in %	69,9%	70,6%	-0,7pp	68,2%	68,3%	-0,1pp

* Enthält einen Beitrag der inzwischen entkonsolidierten classmarkets für Q2 2018 in Höhe von rund 0,6 Millionen Euro (H1 2018: 1,1 Millionen Euro) und ein EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit von rund 0,2 Millionen Euro (H1 2018: 0,3 Millionen Euro).

	H1 2019	H1 2018	% Veränderung
Residential-Immobilien Partner (vertraglich) (zum Periodenende, Anzahl)	14.850	14.301	3,8%
ARPU Residential-Immobilien Partner (€/Monat)	659	626	5,1%
Business-Immobilien Partner (vertraglich) (zum Periodenende, Anzahl)	2.808	2.785	0,8%
ARPU Business-Immobilien Partner (€/Monat)	1.715	1.517	13,0%
UMV Desktop (Anzahl/Mio.) ²⁶	5,4	6,3	-14,3%
UMV Multiplattform (Anzahl/Mio.) ²⁷	14,0	13,9	0,7%
Sessions pro Monat (Anzahl/Mio.) ²⁸	95,8	87,6	9,4%

Die Außenumsätze im Segment IS24 stiegen im Berichtszeitraum gegenüber dem Vorjahr um 8,2% auf 132,3 Millionen Euro (H1 2018: 122,3 Millionen Euro). Bereinigt um Konsolidierungseffekte²⁹ betrug das Umsatzwachstum 9,1%. Das Wachstum liegt im Rahmen der Prognose für das Gesamtjahr 2019 (Wachstum zwischen 8,0% und 10,0% bzw. bereinigt zwischen 9,0% und 11,0%).

Angetrieben wurde das Wachstum in erster Linie durch eine starke Entwicklung der Umsätze im Bereich Business-Immobilien Partner und Residential-Immobilien Partner. Diese setzten im ersten Halbjahr 2019 ihren Wachstumskurs

²⁶ comScore, Juni 2019; Mittelwert der jeweiligen Periode; Die Zeiträume für 2018 und 2019 basieren auf Werte Januar bis Mai 2018 bzw. Januar bis Mai 2019

²⁷ comScore, Juni 2019; Mittelwert der jeweiligen Periode; Die Zeiträume für 2018 und 2019 basieren auf Werte Januar bis Mai 2018 bzw. Januar bis Mai 2019

²⁸ Schätzung des Managements; Mittelwert der jeweiligen Periode

²⁹ Bereinigung aus Konsolidierung: Ohne Berücksichtigung des Umsatzbeitrags der classmarkets für das erste Halbjahr 2018.

fort und verzeichneten erneut zweistellige Zuwächse. Eine bessere Monetarisierung der bestehenden Vertragskunden-Basis, unterstützt durch einen weiteren Anstieg der Immobilien Partner gegenüber dem Vorjahr, waren hierbei die wesentlichen Treiber des Wachstums. Zum Ende des ersten Halbjahres 2019 lag die Anzahl der Residential-Immobilien Partner mit 14.850 um 3,8% höher als im Vorjahr (H1 2018: 14.301). Die Anzahl der Business-Immobilien Partner konnte mit 2.808 um 0,8% gegenüber dem Ende des ersten Halbjahres 2018 (H1 2018: 2.785), leicht gesteigert werden. Der ARPU der Residential-Immobilien Partner (vertraglich) erreichte mit 659 Euro, verglichen mit dem Niveau des Vorjahres (H1 2018: 626 Euro), einen Anstieg von 5,1%. Ebenso konnte der ARPU der Business- Immobilien Partner deutlich gesteigert werden und lag mit 1.715 Euro 13,0% über dem Niveau des Vorjahres (H1 2018: 1.517 Euro). Die Umsätze mit privaten Anbietern und Sonstige lagen im ersten Halbjahr 2019 mit 36,3 Millionen Euro, hauptsächlich bedingt durch die Entkonsolidierung der classmarkets im Dezember 2018, leicht unter der Vergleichsperiode 2018 (H1 2018: 36,9 Millionen Euro). Auf vergleichbarer Basis, d. h. ohne Berücksichtigung des Beitrags der classmarkets im ersten Halbjahr 2018, blieben die Umsätze im Wesentlichen stabil und konnten 1,2% gegenüber der Vergleichsperiode 2018 (H1 2018 bereinigt: 35,9 Millionen Euro) zulegen.

Das EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit stieg gegenüber dem Vorjahr um 7,9% auf 90,2 Millionen Euro. Die Profitabilität des Segments, gemessen an der EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit, lag bei 68,2% (H1 2018: 68,3%, bereinigt³⁰: 68,7%) und ist somit auf einem guten Weg, die Erwartung für das Gesamtjahr von bis 70,0% zu erfüllen.

Auch im ersten Halbjahr 2019 behielt IS24 seinen großen Wettbewerbsvorsprung, sowohl beim Anzeigenmarktanteil als auch bei Besucherzahlen ("Traffic") und Nutzeraktivität. Im ersten Halbjahr 2019 ist die Gesamtzahl an Anzeigen auf der IS24 Plattform im Vergleich zum Vorjahr angestiegen (zirka 462 Tausend Anzeigen zum Ende des ersten Halbjahres 2019 im Vergleich zu zirka 453 Tausend Anzeigen zum Ende des ersten Halbjahres 2018). Gleichzeitig konnte auch der Marktanteil an Listings gegenüber dem Hauptwettbewerber ausgebaut werden.³¹ So erhöhte sich die Anzahl der Anzeigen im Vergleich zum nächsten Wettbewerber von 1,8fach im Juni 2018 auf das 1,9fache im Juni 2019.³²

Im ersten Halbjahr 2019 verbrachten Nutzer durchschnittlich 529 Millionen Minuten pro Monat auf der IS24 Plattform (Desktop-PC und mobile Endgeräte, 2,8 mal mehr (H1 2018: 2,6) im Vergleich zum engsten Wettbewerber).³³ Die durchschnittliche Anzahl an Besuchen („Sessions“) pro Monat auf den Webseiten lag im ersten Halbjahr 2019 mit 95,8 Millionen um 9,4% höher als im ersten Halbjahr 2018 (87,6 Millionen).³⁴

³⁰ Bereinigung aus Konsolidierung: Ohne Berücksichtigung des Beitrags zum EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit der classmarkets für das erste Quartal 2018

³¹ Schätzungen des Managements

³² Schätzungen des Managements

³³ comScore, Juni 2019; Mittelwert Januar 2019 bis Mai 2019

³⁴ Schätzung des Managements; Mittelwert der jeweiligen Periode

AutoScout24 (AS24)

(in Millionen Euro)	Q2 2019*	Q2 2018**/**	% Veränderung	H1 2019*	H1 2018**/**	% Veränderung
Umsätze mit Händlern in Deutschland	23,0	18,9	21,4%	46,1	37,4	23,1%
Umsätze mit Händlern in den europäischen Kernmärkten	21,6	18,3	18,0%	42,2	35,7	18,0%
Sonstige Erlöse	1,6	3,1	-49,2%	3,2	6,0	-46,4%
Außenumsätze gesamt	46,2	40,4	14,4%	91,5	79,2	15,5%
EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit	26,4	21,6	22,1%	51,2	39,1	31,2%
EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit - in %	57,2%	53,6%	3,6pp	56,0%	49,3%	6,7pp

* Die Umsätze mit Werbeanzeigen von OEM Agenturpartnern sowie das entsprechende EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit werden ab dem 1. Januar 2019 aufgrund der engen Verzahnung mit Umsätzen aus Werbeanzeigen von Dritten im Segment Scout24 Consumer Services ausgewiesen, anstatt wie bisher im Segment AutoScout24, die Vorjahreszahlen wurden entsprechend angepasst.

** Enthält in Q2 2018 einen Beitrag der inzwischen entkonsolidierten AS24 Spanien in Höhe von rund 1,5 Millionen Euro (H1 2018: 2,9 Millionen Euro) und ein EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit von rund 0,9 Millionen Euro (H1 2018: 1,6 Millionen Euro).

	H1 2019	H1 2018	% Veränderung
Händler-Partner Deutschland (zum Periodenende, Anzahl)	22.413	26.752	-16,2%
ARPU Händler-Partner Deutschland (€)	326	226	44,6%
Händler-Partner europäische Kernmärkte (zum Periodenende, Anzahl)	21.720	22.013	-1,3%
ARPU Händler-Partner europäische Kernmärkte (€)	321	266	20,6%
UMV Desktop Deutschland (Anzahl/Mio.) ³⁵	3,5	4,1	-14,7%
UMV Multiplattform Deutschland (Anzahl/Mio.) ³⁶	8,8	8,9	1,1%
Sessions pro Monat Deutschland (Anzahl/Mio.) ³⁷	53,6	49,8	7,6%
Sessions pro Monat Europäische Kernmärkte (Anzahl/Mio.) ³⁸	56,8	51,6	10,1%

Im ersten Halbjahr 2019 stiegen die Außenumsätze im Segment AS24 gegenüber dem ersten Halbjahr 2018 um 15,5% auf 91,5 Millionen Euro (H1 2018: 79,2 Millionen Euro). Bereinigt um Konsolidierungseffekte betrug das Umsatzwachstum 20,0%.³⁹ Die Umsatzentwicklung liegt somit im ersten Halbjahr 2019 über den Erwartungen für das Gesamtjahr (12,0% - 14,0% Wachstum bereinigt bzw. 9,0% - 11,0% nicht bereinigt).

Diese anhaltend positive Entwicklung ist vor allem auf einen Anstieg des ARPU unserer Händlerkunden, sowohl in Deutschland als auch in den anderen europäischen Kernmärkten Belgien, Luxemburg, Niederlande, Italien und Österreich zurückzuführen. Beide Umsatzlinien profitieren von einer besseren Monetarisierung der Kundenbasis und dem Erfolg der MIA-Produktpalette. Leicht gegenläufig wirkte sich der Verkauf der TruckScout24 im ersten Halbjahr 2019

³⁵ AGOF, Juni 2019, Mittelwert der jeweiligen Periode, jeweils von Januar bis Mai des Jahres

³⁶ AGOF, Juni 2019, Mittelwert der jeweiligen Periode, jeweils von Januar bis Mai des Jahres

³⁷ Inklusive Sessions auf osteuropäischen Sprachversionen der AS24-Plattform.

³⁸ Managementeinschätzung; Anzahl der Sessions H1 2019 inklusive der AutoScout24 Plattformen in Österreich und AutoTrader.nl in den Niederlanden.

³⁹ Bereinigung aus Konsolidierung: Ohne Berücksichtigung des Umsatzbeitrags der AutoScout24 Spanien für das erste Halbjahr 2018.

aus. Dabei wurden die Fahrzeugkategorien Sprinter, Vans, sowie Campingfahrzeuge nicht mitveräußert und werden voraussichtlich zum Ende des Jahres 2019 in die AS24 Plattform integriert. Die Zahl der Händlerpartner in Deutschland war gegenüber dem Ende des ersten Halbjahres 2018 rückläufig, im Wesentlichen aufgrund der weiteren Optimierung der Kundenbasis mit einem verstärkten Kernfokus des Vertriebs auf Kunden im Mittel- bis Großkundenbereich. Während sich die Anzahl der Händlerpartner in Deutschland im ersten Quartal 2019 noch rückläufig entwickelte, zeichnete sich im zweiten Quartal 2019 eine Stabilisierung der Händlerzahlen ab. Mit dem vollständigen Abschluss der Optimierung der Kundenbasis wird weiterhin bis zum Ende des Jahres 2019 gerechnet. Die Zahl der Händlerpartner in den europäischen Kernmärkten blieb im Vergleich zum Ende des ersten Halbjahres 2018 weitgehend stabil. Basierend auf der besseren Monetarisierung sowie der Optimierung der Kundenbasis verzeichnete AS24 in Deutschland einen Anstieg des ARPU um 44,6% und in den europäischen Kernmärkten um 20,6% (H1 2019: 326 Euro bzw. 321 Euro, H1 2018: 226 Euro bzw. 266 Euro). Auch das EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit zeigte einen hohen Anstieg von 31,2% auf 51,2 Millionen Euro gegenüber dem ersten Halbjahr 2018 (H1 2018: 39,1 Millionen Euro), beziehungsweise einen bereinigten Anstieg von 36,9% (H1 2018 bereinigt: 37,4 Millionen Euro).

Die Profitabilität des Segments, gemessen an der EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit verbesserte sich aufgrund des starken operativen Leverage um 6,7 Prozentpunkte im Vergleich zum Vorjahr und lag im ersten Halbjahr 2019 bei 56,0% (H1 2018: 49,3%). Um Konsolidierungseffekte bereinigt betrachtet, lag die EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit um 6,9 Prozentpunkte höher als im H1 2018 (49,1%). Auch die Profitabilität liegt im ersten Halbjahr 2019 somit über den Erwartungen von bis zu 54,0% EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit.

Im ersten Halbjahr 2019 verzeichnete AS24 in Deutschland einen Anzeigenbestand auf konstant hohem Niveau von über einer Million Anzeigen im Monat, mit 1.097 Tausend Anzeigen im Durchschnitt (im Vergleich zu 1.115 Tausend im Zeitraum von Januar bis Juni 2018).⁴⁰ AS24 nimmt in Deutschland weiterhin eine gute zweite Marktposition ein.

Des Weiteren konnte AS24 seine Marktführerschaft basierend auf Anzahl der Anzeigen in Belgien, Luxemburg, Niederlande, Italien und Österreich erneut verteidigen.⁴¹ Die Anzahl der Sessions konnte sowohl in Deutschland als auch den europäischen Kernmärkten weiter gesteigert werden.⁴²

⁴⁰ Managementeinschätzung

⁴¹ Managementeinschätzung

⁴² Managementeinschätzung

Scout24 Consumer Services (CS)

(in Millionen Euro)	Q2 2019*	Q2 2018*	% Veränderung	H1 2019*	H1 2018*	% Veränderung
Umsätze mit Finanzierungspartnern	21,4	10,6	102,1%	42,6	20,6	106,5%
Umsätze aus Dienstleistungen	8,9	6,7	33,2%	18,1	13,5	33,3%
Display-Umsätze mit Dritten	8,2	8,2	-0,1%	16,3	15,4	5,6%
Außenumsätze gesamt	38,4	25,4	51,1%	76,9	49,5	55,1%
EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit	11,4	11,5	-0,4%	16,6	19,9	-16,8%
EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit - in%	29,8%	45,2%	-15,4pp	21,6%	40,2%	-18,6pp

* Die Umsätze mit Werbeanzeigen von OEM Agenturpartnern sowie das entsprechende EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit werden ab dem 1. Januar 2019 aufgrund der engen Verzahnung mit Umsätzen aus Werbeanzeigen von Dritten im Segment Scout24 Consumer Services ausgewiesen, anstatt wie bisher im Segment AutoScout24; die Vorjahreszahlen wurden entsprechend angepasst.

Das Segment CS erzielte im ersten Halbjahr 2019 Außenumsätze von 76,9 Millionen Euro, ein Plus von 55,1% gegenüber dem ersten Halbjahr 2018 (H1 2018: 49,5 Millionen Euro). Zu diesem Anstieg hat im Wesentlichen die im dritten Quartal 2018 vollzogene Übernahme von FINANZCHECK.de beigetragen. Seit dem 1. September 2018 wird FINANZCHECK.de in die Scout24 Gruppe vollkonsolidiert. Das bereinigte Umsatzwachstum, d.h. als wäre FINANZCHECK.de bereits seit 1. Januar 2018 Teil der Scout24-Gruppe gewesen, lag im ersten Halbjahr 2019 bei 14,6%. Getragen wurde das Wachstum im Wesentlichen durch die gestiegenen Umsätze mit Finanzierungspartnern, hauptsächlich aufgrund des Beitrags der FINANZCHECK.de, aber auch die Umsätze aus Dienstleistungen trugen mit einer Wachstumsrate von 33,3% zum Gesamtumsatzwachstum des CS Segments wesentlich bei. Wachstumstreiber für die Umsätze aus Dienstleistungen waren insbesondere die verstärkte Monetarisierung unseres Angebotes für Nutzer, angekurbelt durch den anhaltenden Erfolg der Premium-Mitgliedschaft. Im Vergleich zum ersten Halbjahr des Vorjahres entwickelten sich die Display-Umsätze mit Dritten mit 5,6% beziehungsweise um Konsolidierungseffekte bereinigten 8,7% solide. Das EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit des Segments lag mit 16,6 Millionen Euro aufgrund des negativen Beitrags von FINANZCHECK.de erwartungsgemäß unter dem Vorjahresniveau (H1 2018: 19,9 Millionen Euro). Somit lag die Profitabilität des CS Segments, gemessen an der EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit, im ersten Halbjahr 2019 bei 21,6% (H1 2018: 40,2%, bereinigt 26,3%). Dabei lag die EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit im zweiten Quartal 2019, angekurbelt durch die im ersten Quartal 2019 getätigten branchenüblichen Marketingaufwendungen, bei 29,8%.

Bestätigt durch die erwartungsgemäß positive Entwicklung über das erste Halbjahr 2019 hinweg, ist das Segment CS auf bestem Weg, die im Geschäftsbericht 2018 kommunizierten Ziele für das Geschäftsjahr 2019 zu erreichen. Dabei soll das Segment CS ein bereinigtes Umsatzwachstum zwischen 15,0 und 17,0% (nicht bereinigt: im Bereich hoher 30,0% bis niedriger 40,0%), sowie eine durch den Negativbeitrag von FINANZCHECK.de bedingte, leicht rückläufige EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit von bis zu 30% erreichen.

Die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage des Konzerns

Ertragslage

Scout24 hat den Wachstumskurs im ersten Halbjahr 2019 fortgesetzt und konnte die Umsatzerlöse im Vergleich zum ersten Halbjahr 2018 (251,2 Millionen Euro) um 49,5 Millionen Euro oder 19,7% auf 300,7 Millionen Euro steigern. Hierzu trugen alle Geschäftsbereiche und insbesondere auch die Übernahme von FINANZCHECK.de bei. Im Vergleich zum zweiten Quartal 2018 stieg der Außenumsatz im zweiten Quartal 2019 um 24,1 Millionen Euro oder 18,9% auf 151,9 Millionen Euro (Q2 2018: 127,8 Millionen Euro).

Entwicklungskosten der Scout24 Gruppe werden als selbst erstellte immaterielle Vermögenswerte aktiviert und erhöhen somit die Gesamtleistung. Im ersten Halbjahr 2019 wurden 9,1 Millionen Euro (H1 2018: 9,6 Millionen Euro) Entwicklungskosten aktiviert und bewegten sich damit auf dem Niveau des Vorjahres. Die sonstigen betrieblichen Erträge, als weiterer Teil der Gesamtleistung, lagen im ersten Halbjahr 2019 bei 2,3 Millionen Euro und somit um 0,2 Millionen Euro über dem Vorjahreswert (H1 2018: 2,1 Millionen Euro).

Der Personalaufwand betrug im ersten Halbjahr 2019 90,5 Millionen Euro und nahm somit gegenüber der Vergleichsperiode im Vorjahr um 30,6 Millionen Euro, bzw. 51,1% zu. Im Personalaufwand des ersten Halbjahres 2019 sind nicht-operative Effekte in Höhe von 22,9 Millionen Euro enthalten (H1 2018: 4,9 Millionen Euro). Der Anstieg des Personalaufwands ohne Berücksichtigung der nicht-operativen Effekte ist im Vergleich zum Anstieg der durchschnittlichen Anzahl der Mitarbeiter (H1 2019: 1.518 FTE, H1 2018: 1.242 FTE) proportional ausgefallen. Die im Personalaufwand angefallenen nicht-operativen Effekte in Höhe von 22,9 Millionen Euro sind zum überwiegenden Teil auf Managementbeteiligungsprogramme, sowie Aktienoptionsprogramme für ausgewählte Mitarbeiter zurückzuführen.

Der Marketingaufwand in Höhe von 44,1 Millionen Euro ist im Vergleich zum Vorjahr (H1 2018: 28,2 Millionen Euro) um 56,4% gestiegen. Damit entwickelte sich der Marketingaufwand überproportional zum Umsatz (H1 2019: 14,7% vom Umsatz, H1 2018: 11,2% vom Umsatz). Zum Anstieg des Marketingaufwandes haben im Wesentlichen die Marketingaufwendungen von FINANZCHECK.de beigetragen. Auch der IT-Aufwand ist im ersten Halbjahr 2019 um 23,5% auf 12,1 Millionen Euro angestiegen (H1 2018: 9,8 Millionen Euro). Zu diesem Anstieg führte erneut im Wesentlichen die Konsolidierung von FINANZCHECK.de, sowie die fortschreitende Migration der Data-Center Lösungen in die Cloud und somit ein zunehmend steigender Anteil cloudbasierter Plattform- und Softwarelösungen.

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen erhöhten sich im Vergleich zum ersten Halbjahr 2018 um 9,8 Millionen Euro bzw. 28,9% auf 43,7 Millionen Euro (H1 2018: 33,9 Millionen Euro). Der Anstieg im ersten Halbjahr 2019 gegenüber dem ersten Halbjahr 2018 ist bedingt durch dazugekommene Aufwendungen von FINANZCHECK.de (4,2 Millionen Euro), sowie durch nicht-planbare M&A-Kosten, die im Rahmen des Übernahmeangebots seitens Hellmann & Friedman und Blackstone angefallen sind (6,0 Millionen Euro).

Insgesamt entwickelten sich die Aufwendungen somit überproportional zur Gesamtleistung (Anstieg 44,4% versus 18,7% Anstieg der Gesamtleistung). Als Ergebnis dieser Entwicklung verringerte sich das Betriebsergebnis vor Abschreibungen – EBITDA (im Folgenden „EBITDA“) im Berichtszeitraum auf 121,7 Millionen Euro, was einem Rückgang von 7,1% im Vergleich zum ersten Halbjahr 2018 (131,0 Millionen Euro) entspricht. Im zweiten Quartal 2019 betrug das EBITDA 63,2 Millionen Euro, ein Rückgang um 10,0% im Vergleich zum zweiten Quartal 2018 (70,2 Millionen Euro).

Im EBITDA enthalten sind 32,2 Millionen Euro nicht-operative Kosten (H1 2018: 7,8 Millionen Euro). Als nicht-operative Kosten werden insbesondere Kosten bewertet, welche sich aus nicht-wiederkehrenden Kosten im Rahmen von M&A Aktivitäten inklusive Post-Merger-Integration und Personalkosten aus anteilsbasierten Vergütungen ergeben. Des Weiteren sind Personalkosten im Zusammenhang mit Veränderungen der Organisationsstruktur enthalten, dies beinhaltet auch Kosten im Zusammenhang mit Freistellungen und für Abfindungszahlungen, als auch weitere Kosten, die

einen einmaligen oder außergewöhnlichen Charakter haben. Im ersten Halbjahr 2019 setzen sich die nicht-operativen Kosten im Wesentlichen aus Personalkosten in Höhe von 22,9 Millionen Euro, darin Kosten aus anteilsbasierten Vergütungen in Höhe von 21,5 Millionen Euro, sowie Kosten im Rahmen von M&A Aktivitäten und Post-Merger Integration (8,8 Millionen Euro) zusammen. Das Konzern-EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit stieg dementsprechend um 11,0% von 138,8 Millionen Euro auf 153,9 Millionen Euro, was einer Marge von 51,2% entspricht (H1 2018: 55,2%). Im zweiten Quartal 2019 betrug das Konzern-EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit 82,9 Millionen Euro (Q2 2018: 75,1 Millionen Euro).

Die Überleitungsrechnung vom EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit auf das EBITDA des Konzerns sieht wie folgt aus:

Überleitungsrechnung EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit

(in Millionen Euro)	H1 2019	H1 2018
EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit	153,9	138,8
Nicht-operative Kosten	-32,2	-7,8
davon Personalaufwand	-22,9	-4,9
davon Kosten im Rahmen von M&A Aktivitäten	-8,8	-3,2
davon sonstige nicht-operative Kosten/Erlöse	-0,6	0,4
EBITDA	121,7	131,0

Die Abschreibungen beliefen sich auf 35,8 Millionen Euro, von denen 19,4 Millionen Euro auf immaterielle Vermögenswerte, die aus Kaufpreisallokationen entstanden sind, entfallen (H1 2018: 31,4 Millionen Euro bzw. 17,9 Millionen Euro).

Das Finanzergebnis belief sich im ersten Halbjahr 2019 auf -9,1 Millionen Euro, verglichen mit -7,1 Millionen Euro im ersten Halbjahr 2018. Dies begründet sich im Wesentlichen durch erhöhte Finanzaufwendungen (H1 2019: 9,1 Millionen Euro, H1 2018: 8,2 Millionen Euro) infolge der höheren Finanzverbindlichkeiten für die Übernahme von FINANZCHECK.de.

Der Ertragsteueraufwand belief sich im ersten Halbjahr 2019 auf 24,7 Millionen Euro, woraus sich eine effektive Steuerquote von 32,1% ergibt, verglichen mit einem Steueraufwand in Höhe von 26,1 Millionen Euro und einer Steuerquote von 28,2% im ersten Halbjahr 2018.

Entsprechend verzeichnete Scout24 für das erste Halbjahr 2019 ein vollständig den Anteilseignern des Mutterunternehmens zuzurechnendes Konzernergebnis nach Steuern in Höhe von 52,1 Millionen Euro (H1 2018: 66,4 Millionen Euro), woraus sich ein Ergebnis je Aktie von 0,48 Euro (H1 2018: 0,62 Euro je Aktie) ergibt.

Finanzlage

Zum 30. Juni 2019 verfügte die Scout24 AG im Rahmen eines Konsortialkreditvertrags (Term Loan and Revolving Facilities Agreement, im Folgenden „RFA“) über einen Gesamtkreditrahmen in Höhe von 1.000,0 Millionen Euro. Der unbesicherte Konsortialkredit setzt sich aus 300,0 Millionen Euro Stammkredit, einem revolvingierenden Kreditrahmen in Höhe von 200,0 Millionen Euro sowie einer dedizierten revolvingierenden Akquise-Kreditlinie im Volumen von 500,0 Millionen Euro zusammen. Zum 30. Juni 2019 beträgt die Restschuld des Stammkredits 300 Millionen Euro. Vom revolvingierenden Kreditrahmen sind zum 30. Juni 2019 20 Millionen Euro gezogen. Die revolvingierende Akquise-Kreditlinie ist zum 30. Juni 2019 in Höhe von 215 Millionen Euro genutzt. Der bilanzielle Ausweis des gezogenen revolvingierenden Kreditrahmens und der gezogenen revolvingierenden Akquise-Kreditlinie erfolgt auf Basis einer Einschätzung des Tilgungszeitpunkts unter kurzfristige oder langfristige Finanzverbindlichkeiten. Zum 30. Juni 2019 erfolgte der Ausweis der gezogenen

revolvierenden Akquise-Kreditlinie unter den langfristigen Verbindlichkeiten, der Ausweis des gezogenen revolvierenden Kreditrahmens unter den kurzfristigen Verbindlichkeiten. Des Weiteren wurden im Berichtszeitraum 35 Millionen Euro der Akquisitionskreditlinie zurückgeführt.

Der Zinssatz für die unter dem Konsortialkredit gezogenen Fazilitäten basiert auf dem EURIBOR plus einer Zinsmarge, welche an den Verschuldungsgrad geknüpft ist. Der EURIBOR ist nach unten bei 0,0% begrenzt. Der im März 2018 platzierte Schuldschein beinhaltet Tranchen mit Laufzeiten von 3 bis 6 Jahren und sowohl fixe als auch variable Zinssätze. Im ersten Halbjahr 2019 wurden 18 Millionen Euro der langfristigen, fixen Tranchen zurückgeführt.

Der im Rahmen des RFA geltende Covenant (Fälligwerden des Kredites) bezieht sich auf das Verhältnis von Nettoverschuldung zu EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit der letzten zwölf Monate (Verschuldungsgrad) und liegt bei 3,50:1. Im Berichtszeitraum wurde der Covenant eingehalten, durch einen erzielten Verschuldungsgrad von 2,24:1 zum 30. Juni 2019 (31. Dezember 2018: 2,58:1) betrug der EBITDA-Headroom zum Covenant 36,1%. Für das Schuldscheindarlehen gelten keine Covenants, allerdings besteht für die Investoren bei einer Überschreitung eines Verschuldungsgrad von 3,25:1 der Anspruch einer Zinserhöhung.

Scout24 erzielte im ersten Halbjahr 2019 einen Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit in Höhe von 78,8 Millionen Euro, das somit gegenüber der Vergleichsperiode im Vorjahr (H1 2018: 96,8 Millionen Euro) um 18,6% niedriger ausgefallen ist. Zu dieser Entwicklung haben im Wesentlichen Ertragsteuerzahlungen in Höhe von 47,1 Millionen Euro beigetragen, worin nachträglich festgesetzte Vorauszahlungen für das Geschäftsjahr 2018 (11,6 Millionen Euro), sowie Zahlungen für das Geschäftsjahr 2017 (8,3 Millionen Euro) enthalten sind.

Der negative Cashflow aus Investitionstätigkeit in Höhe von minus 4,4 Millionen Euro (H1 2018: minus 16,6 Millionen Euro) wurde positiv durch Einzahlungen aus im Vorjahr verkauften Tochterunternehmen (5,3 Millionen Euro), sowie durch Dividenden von at-Equity bilanzierten Anteilen in Höhe von 1,3 Millionen Euro (H1 2018: 0 Millionen Euro), beeinflusst. Mindernd wirkten sich auch die Entwicklung der Auszahlungen für den Erwerb von Sachanlagen aus (minus 1,2 Millionen Euro), welche deutlich geringer als im ersten Halbjahr 2018 ausfielen (H1 2018: minus 8,1 Millionen Euro). Dieser Rückgang der Investitionen in Sachanlagen lässt sich auf Investitionen im Zusammenhang mit dem Umzug des Büros in München in Geschäftsjahr 2018 zurückführen. Die Auszahlungen für den Erwerb immaterieller Vermögenswerte bewegten sich mit minus 9,7 Millionen Euro leicht unter dem Vorjahresniveau (minus 10,0 Millionen Euro).

Der Cashflow aus Finanzierungstätigkeit belief sich im ersten Halbjahr 2019 auf minus 64,4 Millionen Euro (H1 2018: minus 103,3 Millionen Euro). Hierin enthalten sind neben Zinszahlungen in Höhe von 6,9 Millionen Euro (H1 2018: 5,7 Millionen Euro) auch Rückzahlungen mittel- und langfristiger Finanzverbindlichkeiten in Höhe von 53,0 Millionen Euro (H1 2018: 220,0 Millionen Euro).

Neben dem Bestand an liquiden Mitteln in Höhe von 69,2 Millionen Euro (30.06.2018: 33,6 Millionen Euro, 31.12.2018: 59,2 Millionen Euro) verfügt der Konzern zudem über Liquidität aus dem oben genannten Kontokorrent-Kredit in Höhe von 200,0 Millionen Euro, welche zum 30. Juni 2019 in Höhe von 20 Millionen Euro in Anspruch genommen wurde. Für Avale wurden neben dem RFA weitere Kreditverträge in Höhe von 1,9 Millionen Euro abgeschlossen.

Vermögenslage

Die Bilanzsumme des Konzerns belief sich zum 30. Juni 2019 auf 2.448,8 Millionen Euro und fiel somit um 0,6% niedriger aus als zum 31. Dezember 2018 (2.464,3 Millionen Euro).

Die kurzfristigen Vermögenswerte stiegen von 137,1 Millionen Euro um 9,5 Millionen Euro auf 146,6 Millionen Euro, was insbesondere auf den höheren Bestand an liquiden Mitteln infolge der anhaltend positiven Geschäftsentwicklung zurückzuführen ist.

Die langfristigen Vermögenswerte sanken um 1,1% bzw. 25,0 Millionen Euro auf 2.302,2 Millionen Euro (31. Dezember 2018: 2.327,2 Millionen Euro). Dies ist im Wesentlichen auf Abschreibungen auf Sonstige immaterielle Vermögenswerte zurückzuführen.

Die kurzfristigen Verbindlichkeiten sanken im Berichtszeitraum um 23,7 Millionen Euro oder 17,1% von 138,4 Millionen Euro im Dezember 2018 auf 114,7 Millionen Euro im Juni 2019, hauptsächlich bedingt durch den Rückgang der Ertragsteuerverbindlichkeiten, sowie der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen.

Die langfristigen Verbindlichkeiten gingen um 43,7 Millionen Euro oder 3,8% auf 1.109,7 Millionen Euro zurück (31. Dezember 2018: 1.153,4 Millionen Euro). Zum Rückgang der langfristigen Verbindlichkeiten führte im Wesentlichen die Rückzahlung von langfristigen finanziellen Verbindlichkeiten in Höhe von 50,9 Millionen Euro.

Das Eigenkapital stieg von 1.172,5 Millionen Euro zum 31. Dezember 2018 auf 1.224,5 Millionen Euro zum 30. Juni 2019 zurück. Entsprechend beträgt die Eigenkapitalquote zum 30.06.2019 50,0% (47,6% zum 31. Dezember 2018).

Mitarbeiter

Scout24 bewegt sich in einem Umfeld, das sich stetig wandelt und immer neue Innovationen hervorbringt. Herausragende Talente für das Unternehmen gewinnen und halten zu können, ist daher ein entscheidender Wettbewerbsfaktor, um sich auch in Zukunft als Marktführer in dieser dynamischen Branche zu behaupten. Scout24 investiert in die kontinuierliche Weiterentwicklung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und ermutigt sie, sich aktiv in die Gestaltung des Unternehmens einzubringen. Eine offene Feedbackkultur und der Austausch über Hierarchien und Teamgrenzen hinweg ermöglicht Innovationen im Sinne der Kunden und der Nutzer. Scout24 steht für eine wertschätzende Unternehmenskultur, in der vorurteilsfreies Miteinander ein zentraler Aspekt ist. Hier arbeiten Menschen mit den unterschiedlichsten kulturellen und beruflichen Hintergründen, Fähigkeiten und Ansichten. Diese Vielfalt begreift Scout24 als Stärke - denn durch sie ist es möglich, optimal auf die Herausforderungen eines sich stetig verändernden Marktes einzugehen.

Zum 30. Juni 2019 beschäftigte Scout24 1.553 Mitarbeiter (berechnet als Vollzeitäquivalente, „FTE“), verglichen mit 1.226 FTE zum 30. Juni 2018, ohne Praktikanten, Auszubildende, Aushilfen, Werkstudenten, Leiharbeitnehmer und freie Mitarbeiter.

Risiko- und Chancenbericht

Risiken

Scout24 ist einer Reihe von Risiken ausgesetzt, die im Kapitel „Risiko- und Chancenbericht“ des zusammengefassten Lageberichts des Scout24-Konzerns und der Scout24 AG für das Geschäftsjahr 2018 ausführlich beschrieben sind. Dem Vorstand sind zum Ende des ersten Halbjahres 2019 folgende Änderungen bekannt, die sich aus unserer aktualisierten Einschätzung bestehender Risiken bzw. sich objektiv konkretisierender Risiken ergibt:

Externe Risiken

1.4. Wettbewerb & Markt

Wie bereits im Geschäftsbericht 2018 erläutert ist unser Geschäftsmodell anfällig für kurzfristige Veränderungen der Wettbewerbsdynamik. Um unsere führenden Marktpositionen halten zu können, muss unsere Consumer Experience internationalen Standards mindestens genügen, um nicht von bestehenden Wettbewerbern oder auch neuen Playern verdrängt zu werden. Diese könnten unsere führenden Marktpositionen vor allem mit neuartigen Produkten angreifen. Seit kurzem gibt es in unserem Markt- und Wettbewerbsumfeld eine Kooperation von Wettbewerbern. Wir glauben daher, dass einzelne Risiken in diesem Bereich gestiegen sind, halten sie aber insgesamt für beherrschbar, da wir die Markttendenzen ständig im Blick haben.

Schließlich ist das Risiko einer möglichen Einflussnahme durch aktivistische Aktionäre signifikant gestiegen.

Aufgrund der dargestellten wesentlichen Änderungen und weiteren einzeln unwesentlichen Änderungen innerhalb des Risikofeldes schätzen wir die Eintrittswahrscheinlichkeit nunmehr nach wie vor insgesamt als unwahrscheinlich, aber die quantitative Auswirkung nun als signifikant ein.

3.1. Personal

Wir sehen uns aktuell einer hohen Mitarbeiter-Fluktuation ausgesetzt, die nach unserer Einschätzung im allgemeinen Industriestandard liegt. Damit einher geht das Risiko, bestehendes Know-How nicht angemessen transferieren zu können, haben aber Prozessverbesserungen, wie unter 5.9 beschrieben, vorgenommen. Schließlich besteht die Möglichkeit, dass sich dies negativ auf das Employer-Branding von Scout24 auswirken kann. Wir schätzen daher die Eintrittswahrscheinlichkeit dieses Risikofeldes nun als möglich ein, die Einschätzung der quantitativen Auswirkung bleibt zum Geschäftsbericht 2018 unverändert.

5.9 Know-How-Abfluss

Im Vergleich zur Risikosituation zum 31.12.2018 haben wir den Prozess des Wissenstransfers nach Ausscheiden von Mitarbeitern verbessert und, aus Gründen der Verbesserung der Risikoclusterung, dem Risikofeld Personal zugeordnet. Dies führt insgesamt zu einer Verbesserung des Risikofeldes Know-How-Abfluss. Im Ergebnis ist damit die Darstellung des Risikofeldes Know-How-Abfluss dadurch nun auf eine sehr geringe Eintrittswahrscheinlichkeit und eine niedrige quantitative Auswirkung gesunken.

Insgesamt hat die Einschätzung des Vorstands für das Risikopotenzial des Konzerns zum 30. Juni 2019 gezeigt, dass Risiken begrenzt sind und das Gesamtrisiko überschaubar ist. Es werden derzeit keine Risiken gesehen, die einzeln oder zusammen mit anderen Risiken die Existenz der Scout24-Gruppe gefährden können.

Chancen

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 zum Beispiel Printmedien) hin zu Online-Angeboten. Gerade in dieser Veränderung besteht nach wie vor ein signifikantes 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. Der Vorstand sieht 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.

Die Chancen werden ebenfalls im Kapitel „Risiko- und Chancenbericht“ des zusammengefassten Lageberichts für den Scout24-Konzern und die Scout24 AG für das Geschäftsjahr 2018 erläutert. Dem Vorstand sind zum Ende des ersten Halbjahres 2019 keine wesentlichen Änderungen im Opportunitätscluster bekannt, es sind keine grundlegenden Änderungen im Vergleich zu den im zusammengefassten Lagebericht enthaltenen Chancen aufgetreten.

Prognosebericht

Das folgende Kapitel gibt einen Überblick der Erwartungen für das Geschäftsjahr 2019. Für nicht-finanzielle Leistungsindikatoren erfolgt keine detaillierte Planung, über diese wird nicht gesondert in dem Prognosebericht berichtet.

Markt- und Branchenerwartungen

Wie im Kapitel „Gesamtwirtschaftliche und branchenbezogene Rahmenbedingungen“ dargestellt, rechnet Scout24 mit konjunkturellem Rückenwind sowohl durch einen weiteren Anstieg des Anteils der bundesweiten Gesamtwerbenausgaben für Onlinewerbung, als auch aus durch die stabile gesamtwirtschaftliche Entwicklung im deutschen Immobilienmarkt und dem deutschen und 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 erste Halbjahr 2019 mit einem Umsatzwachstum von 19,7% und einer EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit von 51,2% erfolgreich abgeschlossen. Die Gruppe ist somit auf einem guten Weg, die für das Geschäftsjahr 2019 formulierten Prognose, wie im Geschäftsbericht 2018 veröffentlicht, zu erfüllen. Scout24 stellt damit erneut unter Beweis, dass sie ihre Ziele konsequent verfolgt.

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 diesen fortschreitenden strukturellen Rückenwind zu nutzen. Beide Plattformen profitieren von der Verschiebung von Marketingbudgets von traditionellen (Print-)Medien in Richtung der Online-Medien. Zudem steigt der Anspruch der Partner und Nutzer von Scout24 nach Digitalisierung entlang des gesamten Prozesses des Kaufs oder Verkaufs von Immobilien und Automobilen. Scout24 ist auch in diesem Bereich aufgrund der intensiven Nutzung der Marktplätze IS24 und AS24 hervorragend positioniert, dieses Potential weiter auszuschöpfen und beide Marktplätze als Marktnetzwerke rund um Immobilien und Automobile in Deutschland und Europa weiter zu etablieren. Das profitable Wachstum von Scout24 ist insbesondere durch die Umsätze mit unseren Makler- und Händlerkunden sowie durch die Umsätze aufgrund verstärkter Monetarisierung unseres Angebotes an Dienstleistungen für Nutzer

entlang der Wertschöpfungskette des gesamten Immobilienverkaufs- und Vermietungsprozesses bzw. des Automobilmarktes geprägt.

Wir erwarten, dass diese Dynamik auch im zweiten Halbjahr 2019 anhält und die Konzernumsätze im Geschäftsjahr 2019 zwischen 15,0% und 17,0% wachsen werden, wie auch bisher prognostiziert. Um Konsolidierungseffekte bereinigt, d.h. unter Berücksichtigung des Beitrags von FINANZCHECK.de für das gesamte Jahr 2018⁴³, sowie ohne Berücksichtigung der Beiträge der entkonsolidierten Gesellschaften AS24 Spanien und classmarkets⁴⁴, wird sich die Wachstumsrate im niedrigen bis mittleren Zehnerprozentbereich bewegen. Aufgrund weiterer Investition in das Wachstum der FINANZCHECK.de erwarten wir eine EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit zwischen 52,0% und 54,0%. Bereinigt um Konsolidierungseffekte entspricht dies einem Anstieg der Marge um einen niedrigen einstelligen Prozentsatz, da wir auch weiterhin von der Skalierbarkeit unseres Geschäftsmodells und somit von einem unterproportionalen Anstieg unserer Gesamtkostenbasis im Vergleich zum Umsatz profitieren. Weiterhin gehen wir davon aus, dass die Kostenbasis im zweiten Halbjahr im Jahresvergleich weniger stark ansteigen wird als im ersten Halbjahr 2019.

Im ersten Halbjahr 2019 sind nicht-operative Kosten in Höhe von 32,2 Millionen Euro angefallen. Darin enthalten sind 21,5 Millionen Euro Personalkosten aus anteilsbasierten Vergütungen. Im Wesentlichen aufgrund der positiven Entwicklung des Aktienkurses sowie dementsprechender Entwicklung der Performancefaktoren sind diese im ersten Halbjahr 2019 5,5 Millionen Euro höher als bisher für das Geschäftsjahr 2019 prognostiziert (16,0 Millionen Euro). Sofern sich im zweiten Halbjahr 2019 der Aktienkurs ähnlich dynamisch wie im ersten Halbjahr entwickelt, erwarten wir im zweiten Halbjahr 2019 Personalkosten aus anteilsbasierten Vergütungen von rund 12,0 Millionen Euro und somit für das Geschäftsjahr rund 33,5 Millionen Euro. Weiterhin sind im ersten Halbjahr 2019 nicht-wiederkehrende Kosten im Rahmen von strategischen und M&A Aktivitäten sowie Post-Merger-Integration in Höhe von 8,8 Millionen Euro angefallen (Prognose für das Geschäftsjahr 2019: 7,0 Millionen Euro). Wir erwarten für das zweite Halbjahr 2019 Aufwendungen in einer Gesamthöhe von rund 2,0 Millionen Euro im Wesentlichen für fortgesetzte Post-Merger-Integration (Gesamtjahr 2019: bis zu 10,8 Millionen Euro). Einmalaufwendungen für Reorganisation sollten 4,0 Millionen Euro nicht überschreiten. Somit gehen wir davon aus, dass insgesamt nicht-operative Kosten von rund 50,0 Millionen Euro für das Geschäftsjahr 2019 anfallen.

Schlussendlich gehen wir wie bisher davon aus, dass sich die Investitionen (bereinigt) auf etwa 25,0 Millionen Euro summieren werden.

Erwartungen für die Segmente

Der Vorstand, als Hauptentscheidungsträger, hat entschieden, kleinere Veränderungen an der internen Steuerung sowie an Berichtsstruktur und -system der Gruppe für das Jahr 2019 vorzunehmen. Die Umsätze mit Werbeanzeigen von OEM Agenturpartnern (2018: 15 Millionen Euro) sowie das entsprechende EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit (2018: 9 Millionen Euro) werden aufgrund der engen Verzahnung mit Umsätzen aus Werbeanzeigen von Dritten zukünftig im Segment Scout24 Consumer Services ausgewiesen, anstatt wie bisher im Segment AutoScout24. Umsätze aus Projektgeschäft mit OEM verbleiben im Segment AutoScout24, sind aber zukünftig Teil der Umsätze mit Händlern in Deutschland bzw. in den europäischen Kernmärkten und werden nicht separat berichtet.

⁴³ Wäre FINANZCHECK.de bereits seit dem 1. Januar 2018 konsolidiert worden, hätte die Gesellschaft 38,2 Millionen Euro zu den Umsatzerlösen und ein negatives EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit in Höhe von 4,3 Millionen Euro beigetragen.

⁴⁴ Der Effekt der Entkonsolidierung von AS24 Spanien sowie classmarkets auf die Umsatzerlöse beträgt 8,8 Millionen Euro, der Effekt auf das EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit 4,8 Millionen Euro.

Sofern die neue Berichtsstruktur bereits im Jahr 2018 angewandt worden wäre, hätten die Steuergrößen wie folgt ausgesehen:

(in Millionen Euro)	Außenumsätze 2018	% Änderung zum Vorjahr	EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit 2018	EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit 2018
ImmobilienScout24	250,0	6,0%	170,3	68,1%
AutoScout24	166,3	16,0%	88,4	53,2%
Scout24 Consumer Services	115,3	24,1%	40,4	35,0%
Summe berichtspflichtige Segmente	531,6	12,6%	299,1	56,3%
Reconciling items	0,1	-65,7%	-7,6	n/a
Summe Konzern (unverändert)	531,7	12,5%	291,5	54,8%

Für das Segment IS24 erwarten wir für das Jahr 2019 ein um Konsolidierungseffekte bereinigtes⁴⁵ Umsatzwachstum zwischen 9,0 und 11,0%, das nicht bereinigte Umsatzwachstum wird voraussichtlich zwischen 8,0% und 10,0% liegen. Getrieben wird das Wachstum im Wesentlichen durch einen Anstieg des ARPU unserer Maklerkunden im Bereich Wohnimmobilien sowie gewerblichen Immobilien auf der Basis stabiler Kundenrück- und Neugewinnungs- sowie geringer Kundenabwanderungsraten. Für das EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit wird aufgrund von unterproportionalem Kostenwachstum eine leicht höhere Wachstumsrate erwartet. Die EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit für das Gesamtjahr 2019 sollte somit auf bis zu 70,0% ansteigen.

Für das Segment AS24 erwarten wir im Jahr 2019 einen Anstieg der Außenumsätze für die weiterhin vollkonsolidierten Einheiten⁴⁶ zwischen 12,0% und 14,0%. Dies entspricht einem nicht bereinigtem Umsatzwachstum zwischen 9,0% und 11,0%. Der wesentliche Treiber des Umsatzwachstums ist auch für AS24 der Anstieg des ARPU unserer Händlerkunden, insbesondere in Deutschland, Belgien, Niederlande, Italien und Österreich. Leicht belastet wird das Umsatzwachstum durch voraussichtlich geringer wachsende Projektumsätze mit Automobilherstellern aufgrund langer Projektvorlaufzeiten. Weiterhin wurde unsere Plattform für gewerbliche Automobile („TruckScout24“) planungsgemäß im ersten Halbjahr 2019 veräußert, weshalb wir in diesem Bereich einen Rückgang des Umsatzes im niedrigen einstelligen Millionenbereich erwarten. Aufgrund des operativen Leverage erwarten wir, dass das EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit ein höheres Wachstum im Vergleich zum Umsatz ausweist. Somit sollte die EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit für das Jahr 2019 auf bis zu 54,0% ansteigen.

Die Scout24 Consumer Services Außenumsätze werden im Jahr 2019 bereinigt, d.h. als wäre FINANZCHECK.de bereits im Jahr 2018 Teil der Scout24-Gruppe gewesen, voraussichtlich zwischen 15,0% und 17,0% ansteigen. Dies entspricht einem nicht bereinigtem Umsatzwachstum im Bereich hoher 30,0% bis niedriger 40,0%. Angetrieben wird das Umsatzwachstum im Wesentlichen durch eine verstärkte Nutzung unserer Angebote entlang der Wertschöpfungskette im Immobilien- als auch im Automobilbereich, wie insbesondere in der Vermittlung von Verbraucherkrediten unter anderem im Rahmen von Bau- und Autofinanzierung, Bonitätsprüfung sowie Premium Mitgliedschaft. Die EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit wird aufgrund eines negativen Beitrags der FINANZCHECK.de im Vergleich zum Jahr 2018 leicht abnehmen, allerdings trotzdem bis zu 30,0% betragen.

⁴⁵ Bereinigung aus Konsolidierung: Ohne Berücksichtigung des Umsatzbeitrag der classmarkets in Höhe von 2,1 Millionen Euro für das Jahr 2018.

⁴⁶ Dies berücksichtigt die Entkonsolidierung der AS24 Spanien aufgrund der Einbringung der Anteile in ein assoziiertes Unternehmen mit einem Beitrag im Jahr 2018 zum Umsatz in Höhe von 6,7 Millionen Euro und zum EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit in Höhe von EUR 4,1 Millionen Euro.

Glossar zum Lagebericht

- ARPU: Durchschnittlicher Erlös pro User pro Monat, berechnet über die mit Immobilien-Partnern (vertraglich) aus dem Residential-Immobilien bzw. Business-Immobilien Bereich (IS24) und Händlerpartner in Deutschland bzw. europäischen Kernmärkten (AS24) erzielten Umsatzerlöse im jeweiligen Zeitraum dividiert durch die durchschnittliche Anzahl der Immobilienpartner (vertraglich) bzw. Händlerpartner (berechnet aus Bestand an Immobilienpartner (vertraglich) / Händlerpartner am Beginn und am Ende des Zeitraums), weiterhin dividiert durch die Anzahl der Monate im entsprechenden Zeitraum.
- Außenumsätze / externe Umsatzerlöse: Umsätze, die Scout24-Unternehmen mit Kunden erzielen, die ihrerseits nicht Unternehmen des Scout24-Konzerns sind.
- Business-Immobilien Partner: Gewerbliche Immobilienmakler in Deutschland im Bereich gewerblicher Immobilien sowie im Bereich Bauträger oder Immobilienentwickler, welche einen Vertrag über ein Paket oder ein Bündel an Leistungen mit IS24 abgeschlossen haben
- Cash Contribution: EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit vermindert um Investitionen (bereinigt).
- EBIT: Ergebnis vor Zinsen und Steuern
- EBITDA: Ergebnis vor Zinsen und Steuern, vor Abschreibungen und Wertminderung. Ergebnis vor Netto-Finanzierungsaufwand, Ertragsteuern, Abschreibungen, Wertberichtigungen und den Ergebnissen aus den Veräußerungen von Tochterunternehmen.
- EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit: entspricht dem EBITDA bereinigt um nicht-operative Effekte. Hierunter fallen im Wesentlichen Aufwendungen für Reorganisation, Aufwendungen im Zusammenhang mit der Kapitalstruktur des Unternehmens und Unternehmenserwerben (realisiert und unrealisiert), Kosten für strategische Projekte und sowie ergebniswirksame Effekte aus anteilsbasierten Vergütungsprogrammen.
- EBITDA-Marge: EBITDA im Verhältnis zu den externen Umsatzerlösen (des jeweiligen Segments).
- EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit: EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit im Verhältnis zu den externen Umsatzerlösen.
- Finanzierungspartner: Dienstleistungsanbieter mit Schwerpunkt Dienstleistungen im Finanzbereich, welche entweder einen Vertrag über ein Paket oder ein Bündel an Leistungen mit der Scout24-Gruppe abgeschlossen haben.
- Händler-Partner: Gewerbliche Fahrzeug-, Nutzfahrzeug- oder Motorradhändler, welche einen Vertrag über ein Paket oder ein Bündel an Leistungen mit AS24 abgeschlossen haben.
- Investitionen (bereinigt): definiert als Investitionen bereinigt um die Effekte der Erstanwendung des Rechnungslegungsstandards IFRS 16 (Bilanzierung von Leasingverhältnissen).
- Konsolidierungseffekt: Buchhalterischer Vorgang, der im Konzern alle internen Verflechtungen eliminiert (Aufwand / Ertrag, Schulden und Kapital) und alle einbezogenen Unternehmen so darstellt, als ob diese Unternehmen ein einziges Unternehmen wären.
- Lead: Generierung eines Geschäftskontaktes, das heißt Adressdaten eines qualifizierten Interessenten, der sich für ein gewisses Produkt interessiert und sein Einverständnis für die Weiterleitung seiner Daten erteilt hat.
- Listings (Anzahl Listings): IS24 stellt den Bestand aller Immobilienanzeigen zu einem bestimmten Stichtag (i.d.R. Monatsende) auf der entsprechenden Website dar. AS24: stellt den Bestand an neuen und gebrauchten Automobilen sowie Kleintransportern zu einem bestimmten Stichtag (i.d.R. Monatsende) des jeweiligen Landes auf der jeweiligen Website dar.
- Nettofinanzverbindlichkeiten/Nettoverschuldung: Summe der kurz- und langfristigen Verbindlichkeiten (inklusive Leasingverbindlichkeiten), vermindert um liquide Mittel.
- Nutzeraktivität: Misst die Summe der Minuten, die ein jeweiliger monatlicher Einzelbesucher auf der Online-Plattform mit verschiedenen Interaktionen verbringt.
- Nutzerreichweite: Die Reichweite an Nutzern gemessen anhand monatlicher Einzelbesucher, die wir mit unseren digitalen Marktplätzen in einer bestimmten Zeitspanne erreichen.

- OEM: Original Equipment Manufacturer, Automobilhersteller.
- Sessions: Die Anzahl der Besuche innerhalb einer Berichtsperiode, in denen einzelne Nutzer über ein Endgerät (Desktop-PC, mobile Endgeräte oder Apps (Multiplattform)) aktiv mit dem Web- oder App-Angebot interagieren. Ein Besuch endet automatisch nach 30 Minuten (oder mehr) ohne Interaktion.
- Umsatzerlöse: Umsatzerlöse sind alle kumulierten Erlöse, die in der entsprechenden Periode mit der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit erwirtschaftet werden.
- Umsatz bereinigt um Akquisitionen: Umsatz im Konzern ohne Neu-Akquisitionen dargestellt.
- UMV Unique Monthly Visitor: Monatliche 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 (Quelle: ComScore für IS24, AGOF für AS).

Konzernzwischenabschluss (verkürzt) und Konzernanhang

Inhaltsverzeichnis

1. Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung	35
2. Konzern-Gesamtergebnisrechnung	36
3. Konzern-Bilanz	37
4. Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung.....	38
5. Konzern-Kapitalflussrechnung	39
6. Ausgewählte erläuternde Anhangangaben	40
6.1. Informationen zum Unternehmen und Grundlagen der Abschlusserstellung	40
6.2. Veränderungen im Konsolidierungskreis	41
6.3. Umsatzerlöse	41
6.4. Ergebnis aus at-Equity bilanzierten Anteilen	42
6.5. Ertragsteuern	42
6.6. Ergebnis je Aktie	42
6.7. Reallokation des Geschäfts- oder Firmenwertes aufgrund der Umsatzreallokation	43
6.8. Zur Veräußerung gehaltene langfristige Vermögenswerte	43
6.9. Angaben zu Finanzinstrumenten	44
6.10. Eigenkapital.....	49
6.11. Anteilsbasierte Vergütung.....	49
6.12. Transaktionen mit nahestehenden Unternehmen und Personen	49
6.13. Segmentberichterstattung.....	50
6.14. Ereignisse nach dem Ende der Berichtsperiode	52

1. Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

In Tsd. Euro	Erläuterung	Q2 2019	Q2 2018	H1 2019	H1 2018
Umsatzerlöse	6.3	151.898	127.790	300.684	251.193
Aktiviert Eigenleistungen	*	4.504	4.952	9.093	9.625
Sonstige betriebliche Erlöse	*	1.516	149	2.283	2.098
Gesamtleistung		157.919	132.891	312.060	262.916
Personalaufwand	*	-47.434	-29.056	-90.473	-59.916
Marketingaufwand	*	-17.875	-12.102	-44.077	-28.223
IT Aufwand	*	-6.205	-5.045	-12.124	-9.825
Sonstige betriebliche Aufwendungen	*	-23.224	-16.501	-43.735	-33.921
Betriebsergebnis vor Abschreibungen - EBITDA		63.181	70.187	121.650	131.030
Abschreibungen	*	-18.087	-15.682	-35.816	-31.410
Betriebsergebnis - EBIT		45.094	54.505	85.834	99.620
Ergebnis aus at-Equity bilanzierten Anteilen	6.4	-317	12	-124	41
Finanzerträge	*	166	49	166	1.049
Finanzaufwendungen	*	-4.896	-2.553	-9.140	-8.186
Finanzergebnis		-5.046	-2.492	-9.097	-7.096
Ergebnis vor Ertragsteuern		40.048	52.013	76.737	92.524
Ertragsteuern	6.5	-13.289	-15.696	-24.656	-26.120
Ergebnis nach Steuern		26.759	36.317	52.081	66.405
Davon entfallen auf:					
Anteilseigner des Mutterunternehmens		26.759	36.317	52.081	66.405

Ergebnis je Aktie

In Euro	Erläuterung	Q2 2019	Q2 2018	H1 2019	H1 2018
Unverwässertes Ergebnis je Aktie	6.6				
Ergebnis je Aktie nach Steuern		0,25	0,34	0,48	0,62
Verwässertes Ergebnis je Aktie¹	6.6				
Ergebnis je Aktie nach Steuern		0,25	0,34	0,48	0,62

¹ Die Verwässerung beruht allein auf potenziellen Anteilen aus der anteilsbasierten Vergütung.

2. Konzern-Gesamtergebnisrechnung

In Tsd. Euro	Erläuterung	Q2 2019	Q2 2018	H1 2019	H1 2018	
	Ergebnis nach Steuern	26.759	36.317	52.081	66.405	
	Posten, die nicht in die Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung umgegliedert werden:					
	Bewertung von Pensionsverpflichtungen – vor Steuern	*	0	-12	0	-24
	Latente Steuern auf die Bewertung von Pensionsverpflichtungen	*	0	6	0	6
	Bewertung von erfolgsneutral zum beizulegenden Zeitwert im sonstigen Ergebnis bewerteten Vermögenswerten (FAFVOCI) - vor Steuern	6.9	-180	-	-180	-
	Latente Steuern auf die Bewertung FAFVOCI	*	-	-	-	-
	Summe der Posten, die nicht in die Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung umgegliedert werden	-180	-6	-180	-18	
	Posten, die anschließend möglicherweise in die Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung umgegliedert werden:					
	Währungsumrechnungsdifferenzen	*	2	6	5	4
	Summe der Posten, die anschließend möglicherweise in die Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung umgegliedert werden:	2	6	5	4	
	Sonstiges Ergebnis nach Steuern	-178	0	-175	-14	
	Gesamtergebnis	26.581	36.317	51.907	66.390	
	Davon entfallen auf:					
	Anteilseigner des Mutterunternehmens	26.581	36.317	51.907	66.390	
	Gesamtergebnis	26.581	36.317	51.907	66.390	

3. Konzern-Bilanz

Aktiva	Erläuterung	30.06.2019	31.12.2018 (angepasst)*
In Tsd. Euro			
Kurzfristige Vermögenswerte		146.616	137.079
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	*	69.234	59.202
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	*	60.859	59.378
Finanzielle Vermögenswerte	6.9	1.242	7.493
Ertragsteuerforderungen	*	1.223	721
Sonstige Vermögenswerte	6.9	14.058	10.284
Langfristige Vermögenswerte		2.302.165	2.327.233
Geschäfts- oder Firmenwert	6.7; 6.8	1.071.074	1.071.356
Marken	*	991.589	992.061
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	*	156.898	176.441
Nutzungsrecht aus Leasingvereinbarungen	*	27.425	29.710
Sachanlagen	*	12.443	13.679
At-Equity bilanzierte Anteile	*	37.833	39.207
Finanzielle Vermögenswerte	6.9	2.041	2.580
Aktive latente Steuern	*	1.878	1.206
Sonstige Vermögenswerte	6.9	984	992
Bilanzsumme		2.448.781	2.464.311
Passiva	Erläuterung	30.06.2019	31.12.2018 (angepasst)*
In Tsd. Euro			
Kurzfristige Verbindlichkeiten		114.650	138.393
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	*	25.056	38.103
Finanzielle Verbindlichkeiten	6.9	22.113	23.404
Leasingverbindlichkeiten	*	6.591	6.620
Sonstige Rückstellungen	*	8.858	8.973
Ertragsteuerverbindlichkeiten	*	17.051	28.452
Vertragsverbindlichkeiten	*	10.928	9.650
Sonstige Verbindlichkeiten	6.9	24.053	23.190
Langfristige Verbindlichkeiten		1.109.671	1.153.407
Finanzielle Verbindlichkeiten	6.9	705.081	756.020
Leasingverbindlichkeiten	*	21.641	23.799
Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	*	565	546
Sonstige Rückstellungen	*	32.545	13.214
Ertragsteuerverbindlichkeiten	*	66	61
Passive latente Steuern	*	347.318	357.121
Sonstige Verbindlichkeiten	*	2.455	2.646
Eigenkapital		1.224.459	1.172.511
Gezeichnetes Kapital	*	107.600	107.600
Kapitalrücklage	6.10	171.098	423.689
Gewinnrücklage	6.10	945.009	640.296
Bewertung von Pensionsverpflichtungen	*	-121	-121
Sonstige Rücklagen	*	872	1.047
Eigenkapital der Eigentümer des Mutterunternehmens		1.224.459	1.172.511
Bilanzsumme		2.448.781	2.464.311

* Siehe hierzu auch Erläuterung 6.8 Zur Veräußerung gehaltene langfristige Vermögenswerte.

4. Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung

In Tsd. Euro	Erläuterung	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Gewinnrücklage	Bewertung von Pensionsverpflichtungen	Sonstige Rücklage	Eigenkapital der Anteilseigner	Konzern-Eigenkapital
Stand vom 01.01.2018		107.600	423.302	536.384	-121	1.056	1.068.221	1.068.221
Bewertung von Pensionsverpflichtungen	*	-	-	-	-18	-	-18	-18
Währungsumrechnungsdifferenzen	*	-	-	-	-	4	4	4
Ergebnis nach Steuern	*	-	-	66.405	-	-	66.405	66.405
Gesamtergebnis	*	-	-	66.405	-18	4	66.390	66.390
Anteilsbasierte Vergütung	*	-	247	-	-	-	247	247
Dividende	*	-	-	-60.256	-	-	-60.256	-60.256
Stand vom 30.06.2018		107.600	423.550	542.533	-140	1.060	1.074.603	1.074.603
Stand vom 01.01.2019		107.600	423.689	640.296	-121	1.047	1.172.511	1.172.511
Bewertung von Pensionsverpflichtungen	*	-	-	-	0	-	0	0
Bewertung von erfolgsneutral zum beizulegenden Zeitwert im sonstigen Ergebnis bewerteten Vermögenswerten (FAFVOCI)	6.9	-	-	-	-	-180	-180	-180
Währungsumrechnungsdifferenzen	*	-	-	-	-	5	5	5
Ergebnis nach Steuern	*	-	-	52.081	-	-	52.081	52.081
Gesamtergebnis	*	-	-	52.081	0	-175	51.907	51.907
Anteilsbasierte Vergütung	*	-	42	-	-	-	42	42
Entnahme aus der Kapitalrücklage	6.10	-	-252.632	252.632	-	-	-	-
Stand vom 30.06.2019		107.600	171.098	945.009	-121	872	1.224.459	1.224.459

5. Konzern-Kapitalflussrechnung

In Tsd. Euro	H1 2019	H1 2018
Ergebnis nach Steuern	52.081	66.405
Abschreibungen	35.816	31.410
Ertragsteueraufwand	24.656	26.120
Finanzerträge	-166	-1.049
Finanzaufwendungen	9.140	8.186
Ergebnis aus at-Equity bilanzierten Anteilen	124	-41
Ergebnis aus Abgängen immaterieller Vermögenswerte und Sachanlagen	-29	-1.663
Sonstige zahlungsunwirksame Vorgänge	245	1.704
Veränderungen Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstiger Aktiva, die weder der Investitions- noch der Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	-4.045	-8.663
Veränderungen Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstiger Passiva, die weder der Investitions- noch der Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	-11.099	-3.375
Veränderung der Rückstellungen	19.191	-14
Gezahlte Ertragsteuern	-47.120	-22.204
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit	78.794	96.816
Auszahlungen für den Erwerb immaterieller Vermögenswerte, inklusive selbsterstellter und in Entwicklung befindlicher immaterieller Vermögenswerte	-9.657	-9.965
Auszahlungen für den Erwerb von Sachanlagen	-1.160	-8.085
Einzahlungen aus Abgängen immaterieller Vermögenswerte und Sachanlagen	202	1.798
Einzahlungen aus Abgängen finanzieller Vermögenswerte	-	42
Auszahlungen für Investitionen in at-Equity bilanzierte Anteile	-350	-350
Dividenden von at-Equity bilanzierten Anteilen	1.250	-
Erhaltene Zinsen	4	1
Einzahlungen aus im Vorjahr verkauften Tochterunternehmen	5.300	-
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-4.411	-16.559
Rückzahlung kurzfristiger Finanzverbindlichkeiten	-4.448	-32.310
Aufnahme mittel- und langfristiger Finanzverbindlichkeiten	-	215.000
Rückzahlung mittel- und langfristiger Finanzverbindlichkeiten	-53.000	-220.029
Gezahlte Zinsen	-6.908	-5.714
Gezahlte Dividende	-	-60.256
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-64.356	-103.309
Wechselkursbedingte Änderungen des Finanzmittelbestandes	5	2
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	10.032	-23.050
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenanfang	59.202	56.659
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenende	69.234	33.609

6. Ausgewählte erläuternde Anhangangaben

6.1. Informationen zum Unternehmen und Grundlagen der Abschlusserstellung

6.1.1. Informationen zum Unternehmen

Informationen zur Scout24 AG und zur Scout24 Gruppe

Die Scout24 AG (nachfolgend auch „Gesellschaft“) ist eine börsennotierte Aktiengesellschaft mit eingetragenem Firmensitz in München, Deutschland. Die Geschäftsadresse lautet: Bothestraße 11-15, 81675 München. Die Scout24 AG ist beim Amtsgericht München eingetragen (HRB 220 696).

Die Aktien der Scout24 AG werden seit dem 1. Oktober 2015 im Prime Standard der Frankfurter Wertpapierbörse gehandelt. Zum 18. Juni 2018 wurde die Scout24 AG in den MDAX aufgenommen.

Die Scout24 AG als Mutterunternehmen bildet gemeinsam mit ihren direkten sowie indirekten Tochtergesellschaften die Scout24 Gruppe (nachfolgend auch „Scout24“ oder „Gruppe“).

Die Scout24-Gruppe ist eine Unternehmensgruppe von Online-Marktplätzen in Deutschland und anderen ausgewählten europäischen Ländern in den Bereichen Immobilien, Kraftfahrzeuge und Finanzdienstleistungen.

Übernahmeangebot von Hellman & Friedman und Blackstone

Am 15. Februar 2019 hatte die Pulver BidCo GmbH, eine Holding-Gesellschaft, die gemeinsam von Fonds kontrolliert wird, die ihrerseits von Hellman & Friedman LLC sowie Gruppengesellschaften der Blackstone Group L.P. beraten werden (BidCo), ihre Entscheidung bekannt gegeben, ein freiwilliges öffentliches Übernahmeangebot (Übernahmeangebot) an alle Aktionäre der Scout24 AG für deren sämtliche Scout24-Aktien zu einem Angebotspreis von 46,00 Euro in bar abzugeben. Das Übernahmeangebot sah eine Mindestannahmeschwelle von 50 % plus eine Aktie vor und einen „Market MAC“ (kein Rückgang des DAX 30 um mehr als 27,50 %) und unterlag anderen üblichen Bedingungen, insbesondere der fusionskontrollrechtlichen Freigabe. Nach sorgfältiger und gründlicher Prüfung waren sowohl der Vorstand als auch der Aufsichtsrat der Gesellschaft zu dem Schluss gekommen, das Übernahmeangebot zu unterstützen. Vor diesem Hintergrund wurde zwischen der Scout24 AG und der BidCo am 15. Februar 2019 eine Investment Vereinbarung über eine strategische Partnerschaft abgeschlossen.

Am 14. Mai 2019 hat die BidCo mitgeteilt, dass die Annahmeschwelle von 50 Prozent plus eine Aktie im Rahmen des Übernahmeangebots für die ausgegebenen Scout24-Aktien nicht erreicht wurde. Das Übernahmeangebot war somit nicht erfolgreich. Im Zusammenhang mit dem Übernahmeangebot sind im ersten Halbjahr 2019 Aufwendungen in Höhe von 6 Mio. Euro angefallen.

6.1.2. Grundlagen der Darstellung

Der vorliegende verkürzte Konzernzwischenabschluss („Konzernzwischenabschluss“) zum 30. Juni 2019 wurde auf Basis des International Accounting Standard (IAS) 34 „Zwischenberichterstattung“ und in Übereinstimmung mit § 115 WpHG erstellt. Grundsätzlich werden dieselben Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden sowie Schätzungsmethoden wie im Konzernabschluss für das Geschäftsjahr 2018 angewandt. Eine detaillierte Beschreibung dieser Methoden ist im Anhang des Konzernabschlusses 2018 veröffentlicht. Standards und Interpretationen, die ab dem 1. Januar 2019 erstmals verbindlich anzuwenden sind, haben zu keinen weiteren Änderungen in den Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden geführt. Alle zum 30. Juni 2019 verbindlichen IAS bzw. IFRS sowie Interpretationen des International Financial Reporting Interpretations Committee (IFRIC), vormals Standing Interpretations Committee (SIC), wurden angewendet.

Der Konzernzwischenabschluss zum 30. Juni 2019 ist in Euro aufgestellt. Die Zahlenangaben erfolgen, soweit nicht anders vermerkt, grundsätzlich in Tausend Euro. Die dargestellten Tabellen und Angaben können rundungsbedingte Differenzen enthalten.

Die Geschäftsaktivitäten der Scout24 unterliegen prinzipiell keiner Saisonalität. Betrachtet man die übliche Geschäftsentwicklung über den Jahresverlauf ist das vierte Kalenderquartal eher etwas stärker als die jeweiligen drei anderen Kalenderquartale.

Der Vorstand hat den Konzernzwischenabschluss am 5. August 2019 zur Veröffentlichung freigegeben.

6.1.3. Änderungen von rechnungslegungsbezogenen Schätzungen

Bei der Ermittlung des geschätzten Ausfallrisikos und des erwarteten Kreditverlustes für Forderungen aus Lieferungen und Leistungen nach IFRS 9 werden seit 2019 zusätzliche Merkmale der Kundenbasis berücksichtigt. Diese Änderung der rechnungslegungsbezogenen Schätzung führt zu einem sonstigen betrieblichen Aufwand in Höhe von 175 Tsd. Euro per 30. Juni 2019.

6.2. Veränderungen im Konsolidierungskreis

Im ersten Halbjahr 2019 wurde die Scout24 HCH Beteiligungs AG mit Sitz in Bonn als hundertprozentiges Tochterunternehmen der Scout24 AG gegründet.

6.3. Umsatzerlöse

Die folgende Tabelle zeigt die Aufgliederung der Umsatzerlöse nach Kategorien:

Außenumsatz In Tsd. Euro	Q2 2019	Q2 2018	H1 2019	H1 2018
ImmobilienScout24				
Umsätze mit Residential-Immobilien Partnern	33.982	30.216	67.018	59.735
Umsätze mit Business-Immobilien Partnern	14.719	13.141	29.024	25.631
Umsätze mit privaten Anbietern und Sonstige	18.532	18.470	36.288	36.943
Außenumsätze gesamt	67.233	61.827	132.330	122.309
AutoScout24				
Umsätze mit Händlern in Deutschland*	22.987	18.939	46.090	37.443
Umsätze mit Händlern in den europäischen Kernmärkten*	21.611	18.312	42.164	35.739
Sonstige Erlöse	1.601	3.149	3.209	5.987
Außenumsätze gesamt	46.199	40.400	91.462	79.169
Scout24 Consumer Services				
Umsätze mit Finanzierungspartnern	21.368	10.573	42.560	20.608
Umsätze aus Dienstleistungen	8.872	6.658	18.055	13.549
Display-Umsätze mit Dritten	8.184	8.196	16.259	15.392
Außenumsätze gesamt	38.424	25.427	76.875	49.549
Summe berichtspflichtige Segmente	151.855	127.654	300.667	251.028
Zentrale Konzernfunktionen / Konsolidierung	43	136	17	165
Außenumsatz Konzern gesamt	151.898	127.790	300.684	251.193

* Für die Darstellung der Umsatzerlöse nach geografischen Regionen werden die Umsatzerlöse entsprechend dem Sitz der jeweiligen Gesellschaft der Scout24 angegeben.

6.4. Ergebnis aus at-Equity bilanzierten Anteilen

Für das im Konzernabschluss zum 31. Dezember 2018 einbezogene assoziierte Unternehmen eleven55 GmbH, Berlin lagen zum 30. Juni 2019 objektive Hinweise für eine Wertminderung vor. Die Wertminderung der at-Equity bilanzierten Anteile in Höhe von 870 Tsd. Euro wurde im Ergebnis aus at-Equity bilanzierten Anteilen erfasst.

Zum 30. Juni 2019 sind für das im Konzernabschluss zum 31. Dezember 2018 einbezogene assoziierte Unternehmen Alpinia Investments 2018, S L.U., Madrid, die Identifizierung und Bewertung der erworbenen Vermögenswerte und Schulden aufgrund von rechtlichen Beschränkungen noch nicht abgeschlossen, so dass die Kaufpreisallokation weiterhin vorläufig ist.

6.5. Ertragsteuern

Der für die Gruppe maßgebliche nominelle Steuersatz beläuft sich auf 31,26 Prozent. Der zum Jahresende erwartete effektive Steuersatz beläuft sich auf 32,13 Prozent. Für die Periode vom 1. Januar bis zum 30. Juni 2019 ergibt sich nach Anwendung des Plansteuersatzes und Erfassung von Steuereffekten aus Vorjahren ein effektiver Steuersatz von 34,84 Prozent. Der Unterschied zwischen dem nominellen und dem effektiven Steuersatz ist im Wesentlichen auf die Wertberichtigung der aktiven latenten Steuern auf die Verlustvorträge und die geplanten laufenden Verluste der FFG Finanzcheck Finanzportale GmbH, auf Steuereffekte aus Hinzurechnungen und Kürzungen für lokale Steuern und auf Steuereffekte aus Vorjahren zurückzuführen.

Der Unterschied zwischen dem zum Jahresende erwarteten Steuersatz in Höhe von 32,13 Prozent und dem effektiven Steuersatz im 1. Halbjahr 2019 resultiert aus erhöhten operativen Aufwendungen insbesondere im Bereich Marketing auf Ebene der FFG Finanzcheck Finanzportale GmbH im ersten Quartal. Für das Wirtschaftsjahr 2019 wird der in der Berechnung des Plansteuersatzes berücksichtigte Jahresfehlbetrag der FFG Finanzcheck Finanzportale GmbH erwartet.

6.6. Ergebnis je Aktie

		Q2 2019	Q2 2018	H1 2019	H1 2018
Ergebnis nach Steuern	(in Tsd. Euro)	26.759	36.317	52.081	66.405
Abzüglich: Anteil, der auf nicht beherrschende Anteile entfällt	(in Tsd. Euro)	-	-	-	-
Ergebnis, das auf Anteilseigner des Mutterunternehmens entfällt	(in Tsd. Euro)	26.759	36.317	52.081	66.405
Gewichtete durchschnittliche Anzahl der Aktien zur Berechnung des Ergebnisses je Aktie					
Unverwässert	Anzahl	107.600.000	107.600.000	107.600.000	107.600.000
Verwässert	Anzahl	107.743.723	107.769.738	107.765.478	107.780.139
Ergebnis je Aktie					
Unverwässert	Euro	0,25	0,34	0,48	0,62
Verwässert	Euro	0,25	0,34	0,48	0,62

6.7. Reallokation des Geschäfts- oder Firmenwertes aufgrund der Umsatzreallokation

Aufgrund der veränderten segmentären Zuordnung der Geschäftsaktivitäten mit Werbeanzeigen von OEM-Agenturpartnern und der damit verbundenen Änderung der Zuordnung von Umsatz- und EBITDA-Beträgen aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit wurde auch der dazugehörige Geschäfts- oder Firmenwert von der zahlungsmittelgenerierenden Einheit AutoScout24 auf die zahlungsmittelgenerierende Einheit Consumer Services zum 1. Januar 2019 allokiert. Im Vergleich dazu wird die Zuordnung der Geschäfts- oder Firmenwerte zum 31. Dezember 2018 wie folgt dargestellt:

In Tsd. Euro	Geschäfts- oder Firmenwert zum 01.01.2019	Geschäfts- oder Firmenwert zum 31.12.2018 (angepasst)*
Zahlungsmittelgenerierende Einheit ImmobilienScout24	661.901	661.901
Zahlungsmittelgenerierende Einheit AutoScout24	143.827	145.217
Zahlungsmittelgenerierende Einheit Scout24 Consumer Services	265.628	264.239
Summe	1.071.356	1.071.356

* Siehe hierzu auch Erläuterung 6.8 Zur Veräußerung gehaltene langfristige Vermögenswerte.

Sowohl zum 1. Januar 2019 als auch zum 30. Juni 2019 lagen keine Hinweise auf eine Wertminderung vor.

6.8. Zur Veräußerung gehaltene langfristige Vermögenswerte

Im November 2018 verpflichtete sich das Management zu einem Plan, die Tochtergesellschaften FlowFact GmbH und FlowFact Schweiz AG, die zum Segment ImmobilienScout24 gehören, zu verkaufen. Dementsprechend wurden diese Gesellschaften zum 31. Dezember 2018 als Veräußerungsgruppe im Konzernabschluss 2018 der Scout24-Gruppe bilanziert und dargestellt.

Im April 2019 hat sich das Management zu einer Änderung des ursprünglichen Veräußerungsplans entschieden. Diese Änderung sieht eine Unterbrechung des Veräußerungsprozesses vor, um die Profitabilität der Veräußerungsgruppe zu steigern und die Anzahl potentieller Käufer zu erhöhen. Durch die Änderung des Veräußerungsplans werden die Kriterien einer Klassifizierung als zur Veräußerung gehaltene langfristige Vermögenswerte nicht mehr kumulativ erfüllt.

Entsprechend der Änderung des Veräußerungsplans wurden die Tochtergesellschaften FlowFact GmbH und FlowFact Schweiz AG nicht mehr als Veräußerungsgruppe im Halbjahresabschluss der Scout24-Gruppe dargestellt. Dementsprechend wurden die Vermögenswerte und Schulden der Flowfact-Gruppe aus der gesonderten Bilanzposition "Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte" bzw. "Verbindlichkeiten in Verbindung mit zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerten" zurück in die entsprechenden Bilanzpositionen umgegliedert. Analog hierzu erfolgte eine retrospektive Anpassung der Bilanzwerte zum 31. Dezember 2018. Aus der Reklassifizierung ergab sich aufgrund der Nachholung der planmäßigen Abschreibung ein Effekt auf das Ergebnis nach Steuern in Höhe von -790 Tsd. Euro für das Geschäftsjahr 2019 und -259 Tsd. Euro für das Geschäftsjahr 2018.

Zum Zeitpunkt der Reklassifizierung wurde der erzielbare Betrag der FlowFact-Veräußerungsgruppe bestimmt. Hierbei wurde ein Wertminderungsbedarf in Höhe von 282 Tsd. Euro festgestellt. Dieser wurde vollständig dem Geschäfts- oder Firmenwert zugeordnet und im Geschäftsjahr 2019 aufwandswirksam in den Abschreibungen erfasst.

6.9. Angaben zu Finanzinstrumenten

Buchwerte und beizulegende Zeitwerte

Die folgende Tabelle zeigt die Überleitung zwischen den Bilanzpositionen und den Kategorien nach IFRS 9 zum 30. Juni 2019, aufgegliedert pro Kategorie und beizulegenden Zeitwerten pro Klasse.

Gemäß IFRS 13 sind die zum beizulegenden Zeitwert bewerteten finanziellen Vermögenswerte und Verbindlichkeiten den drei Stufen der Fair-Value-Hierarchie zuzuordnen. Dabei werden die einzelnen Stufen der Fair-Value-Hierarchie wie folgt definiert:

- Stufe 1: Verwendung nicht angepasster quotierter Preise von aktiven Märkten für identische Vermögenswerte oder Verbindlichkeiten, zu denen das Unternehmen am Bewertungsstichtag Zugang hat
- Stufe 2: Verwendung ausschließlich direkt oder indirekt beobachtbarer signifikanter Inputfaktoren, die nicht Stufe 1 zuzuordnen sind
- Stufe 3: Verwendung mindestens eines nicht beobachtbaren signifikanten Inputfaktors

Für Umgliederungen zwischen den einzelnen Stufen der Fair-Value-Hierarchie wird unterstellt, dass diese zum Periodenende erfolgt sind. Im ersten Halbjahr 2019 gab es keine Umgliederungen zwischen den einzelnen Stufen bei der Bewertung der beizulegenden Zeitwerte.

Wertansatz nach IFRS 9

In Tsd. Euro	Bewertungs- kategorie nach IFRS 9	Buchwert zum 30.06.2019	Fortgeführte Anschaffungs- kosten	Erfolgsneutral zum beizulegenden Zeitwert	Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert	Beizulegen- der Zeitwert zum 30.06.2019	Stufe innerhalb der Fair- Value- Hierarchie
Vermögenswerte							
Zahlungs- und Zahlungsmitteläquivalente	FAAC	69.234	69.234	-	-	n/a	
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	FAAC	60.859	60.859	-	-	n/a	
Kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	FAAC	1.242	1.242	-	-	n/a	
In den kurzfristigen „Sonstigen Vermögenswerten“ enthaltene finanzielle Vermögenswerte	FAAC	784	784	-	-	n/a	
Langfristige finanzielle Vermögenswerte	FAAC	2.041	2.041	-	-	2.041	2
In den langfristigen „Sonstigen Vermögenswerten“ enthaltene finanzielle Vermögenswerte	FAAC	984	984	-	-	968	2
Eigenkapital und Verbindlichkeiten							
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	FLAC	25.056	25.056	-	-	n/a	
Kurzfristige finanzielle Verbindlichkeiten		28.705					
- Leasingverbindlichkeiten	n/a	6.591	6.591	-	-	n/a	
- Bedingte Kaufpreisverbindlichkeit	FLFVTPL	560	-	-	560	560	3
- Sonstige kurzfristige finanzielle Verbindlichkeiten	FLAC	21.553	21.553	-	-	n/a	
In den kurzfristigen „Sonstigen Verbindlichkeiten“ enthaltene finanzielle Verbindlichkeiten	FLAC	1.586	1.586	-	-	n/a	
Langfristige finanzielle Verbindlichkeiten		726.722					
- Derivative Finanzinstrumente	FLFVTPL	3.284	-	-	3.284	3.284	2
- Leasingverbindlichkeiten	n/a	21.641	21.641	-	-	n/a	
- Sonstige langfristige finanzielle Verbindlichkeiten	FLAC	701.797	701.797	-	-	699.762	2
Davon aggregiert nach IFRS 9 Kategorien							
Finanzielle Vermögenswerte zu fortgeführten Anschaffungskosten / Financial Assets Measured at Amortized Cost	FAAC	135.144					
Finanzielle Verbindlichkeiten zu fortgeführten Anschaffungskosten / Financial Liabilities Measured at Amortized Cost	FLAC	749.992					
Finanzielle Verbindlichkeiten erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert / Financial Liabilities Measured at Fair Value through Profit or Loss	FLFVTPL	3.844					
Finanzielle Vermögenswerte erfolgsneutral zum beizulegenden Zeitwert / Financial Assets Measured at Fair Value through OCI	FAFVOCI	0					

Flüssige Mittel, Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie die sonstigen kurzfristigen finanziellen Vermögenswerte und Verbindlichkeiten haben im Wesentlichen eine kurze Restlaufzeit. Daher entsprechen deren Buchwerte zum Abschlussstichtag näherungsweise dem beizulegenden Zeitwert. Der Buchwert der kurzfristigen finanziellen Verbindlichkeiten entspricht näherungsweise dem beizulegenden Zeitwert zum Abschlussstichtag. Finanzielle Verbindlichkeiten zu fortgeführten Anschaffungskosten (FLAC) werden mittels der Effektivzinsmethode bewertet. In der Berichtsperiode gab es keine Änderungen in den Bewertungsmethoden.

Die in den kurzfristigen sonstigen Vermögenswerten enthaltenen finanziellen Vermögenswerte beinhalten zum 30. Juni 2019 als auch zum 31. Dezember 2018 im Wesentlichen debitorische Kreditoren sowie kurzfristige Mietkautionen. Aufgrund der Kurzfristigkeit dieser Positionen stellt der Buchwert eine angemessene Annäherung an den beizulegenden Zeitwert dar. Forderungen aus dem Verkauf der classmarkets GmbH im Vorjahr in Höhe von 5.300 Tsd. Euro wurden im Geschäftsjahr 2019 beglichen.

In den langfristigen finanziellen Vermögenswerten sind Investitionen in Eigenkapitalinstrumente anderer Unternehmen enthalten, die erfolgsneutral zum beizulegenden Zeitwert bewertet werden (FAFVOCI). Diese zum 31. Dezember 2018 bilanzierte Beteiligung an der Salz & Brot GmbH in Höhe von 180 Tsd. Euro wurde im Geschäftsjahr 2019 vollständig wertgemindert. Die Wertminderung wurde erfolgsneutral im sonstigen Ergebnis erfasst.

In der Position langfristige finanzielle Vermögenswerte sind zum 30. Juni 2019 als auch zum 31. Dezember 2018 im Wesentlichen die der revolvingen Kreditlinie zugeordneten abgegrenzten Transaktionskosten enthalten.

Die in den langfristigen sonstigen Vermögenswerten enthaltenen finanziellen Vermögenswerte bestehen zum 30. Juni 2019 als auch zum 31. Dezember 2018 im Wesentlichen aus langfristigen Mietkautionen in Höhe von 984 Tsd. Euro, deren beizulegende Zeitwerte anhand eines Discounted-Cashflow Modells unter Zugrundelegung risikoloser Marktzinssätze in Form von deutschen Staatsanleihen und einem Kreditrisikoaufschlag, der sich aus Unternehmensanleihen mit entsprechendem Rating ergibt, berechnet wird. Da alle Inputfaktoren direkt oder indirekt beobachtbar sind, werden die Instrumente dem Level 2 zugeordnet.

Kurzfristige finanzielle Verbindlichkeiten beinhalten zum 30. Juni 2019 als auch zum 31. Dezember 2018 im Wesentlichen die revolvingende Kreditlinie in Höhe von 20.000 Tsd. Euro. In Verbindung mit dem Unternehmenserwerb der immosuma GmbH im Geschäftsjahr 2018 beinhalten die kurzfristigen finanziellen Verbindlichkeiten zum 30. Juni 2019 eine bedingte Kaufpreisverbindlichkeit aus Unternehmensakquisitionen in Höhe von 560 Tsd. Euro. Aufgrund der Kurzfristigkeit dieser Positionen stellt der Buchwert eine angemessene Annäherung an den beizulegenden Zeitwert dar. Die letzte Kaufpreisrate für den Erwerb der eleven55 GmbH, die zum 31. Dezember 2018 in Höhe von 350 Tsd. Euro unter den sonstigen kurzfristigen finanziellen Verbindlichkeiten ausgewiesen wurde, wurde im Geschäftsjahr 2019 beglichen.

Die langfristigen finanziellen Verbindlichkeiten zum 30. Juni 2019 als auch zum 31. Dezember 2018 beinhalten größtenteils die Verbindlichkeiten im Zusammenhang mit dem im Dezember 2016 abgeschlossenen Darlehen (Term Loan A) sowie die Verbindlichkeiten der im März 2018 emittierten Schuldscheindarlehen. Der beizulegende Zeitwert der Verbindlichkeiten wird anhand eines Discounted-Cashflow Modells berechnet unter Zugrundelegung eines Diskontierungssatzes, der sich aus dem risikolosen Marktzinssatz adjustiert um einen angemessenen Kreditrisikoaufschlag ergibt. Als Kreditrisikoaufschlag wurden Aufschläge von Unternehmensanleihen mit dem Rating von Scout24 verwendet. Die modellierte Zinsstrukturkurve berücksichtigt marktähnliche Trends. Weiterhin ist in den sonstigen langfristigen Verbindlichkeiten die im August 2018 aufgenommene Revolving Facility II enthalten. Im ersten Halbjahr 2019 wurde eine vorzeitige Tilgung der Schuldscheindarlehen in Höhe von 18.000 Tsd. Euro und der Revolving Facility II in Höhe von 35.000 Tsd. Euro vorgenommen.

Die folgende Tabelle zeigt die Überleitung zwischen den Bilanzpositionen und den Kategorien nach IFRS 9 zum 31. Dezember 2018, aufgegliedert pro Kategorie und beizulegenden Zeitwerten pro Klasse.

Wertansatz nach IFRS 9

In Tsd. Euro	Bewertungs- kategorie nach IFRS 9	Buchwert zum 31.12.2018 (angepasst)*	Fortgeführte Anschaffungs- kosten	Erfolgsneutral zum beizulegenden Zeitwert	Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert	Beizulegen- der Zeitwert zum 31.12.2018 (angepasst)*	Stufe innerhalb der Fair- Value- Hierarchie
Vermögenswerte							
Zahlungs- und Zahlungsmitteläquivalente	FAAC	59.202	59.202	-	-	n/a	
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	FAAC	59.378	59.378	-	-	n/a	
Kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	FAAC	7.493	7.493	-	-	n/a	
In den kurzfristigen „Sonstigen Vermögenswerten“ enthaltene finanzielle Vermögenswerte	FAAC	646	646	-	-	n/a	
Langfristige finanzielle Vermögenswerte		2.580					
- Finanzielle Vermögenswerte (Beteiligungen)	FAFVOCI	180	-	180	-	n/a	
- Übrige langfristige finanzielle Vermögenswerte	FAAC	2.400	2.400	-	-	2.400	2
In den langfristigen „Sonstigen Vermögenswerten“ enthaltene finanzielle Vermögenswerte	FAAC	988	988	-	-	928	2
Eigenkapital und Verbindlichkeiten							
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	FLAC	38.103	38.103	-	-	n/a	
Kurzfristige finanzielle Verbindlichkeiten		30.024					
- Leasingverbindlichkeiten	n/a	6.620	6.620	-	-	n/a	
- Bedingte Kaufpreisverbindlichkeit	FLFVTPL	560	-	-	560	560	3
- Sonstige kurzfristige finanzielle Verbindlichkeiten	FLAC	22.844	22.844	-	-	n/a	
In den kurzfristigen „Sonstigen Verbindlichkeiten“ enthaltene finanzielle Verbindlichkeiten	FLAC	1.271	1.271	-	-	n/a	
Langfristige finanzielle Verbindlichkeiten		779.819					
- Derivative Finanzinstrumente	FLFVTPL	1.353	-	-	1.353	1.353	2
- Leasingverbindlichkeiten	n/a	23.799	23.799	-	-	n/a	
- Sonstige langfristige finanzielle Verbindlichkeiten	FLAC	754.667	754.667	-	-	719.766	2
Davon aggregiert nach IFRS 9 Kategorien							
Finanzielle Vermögenswerte zu fortgeführten Anschaffungskosten / Financial Assets Measured at Amortized Cost	FAAC	130.107					
Finanzielle Verbindlichkeiten zu fortgeführten Anschaffungskosten / Financial Liabilities Measured at Amortized Cost	FLAC	816.885					
Finanzielle Verbindlichkeiten erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert / Financial Liabilities Measured at Fair Value through Profit or Loss	FLFVTPL	1.913					
Finanzielle Vermögenswerte erfolgsneutral zum beizulegenden Zeitwert / Financial Assets Measured at Fair Value through OCI	FAFVOCI	180					

* Siehe hierzu auch Erläuterung 6.8 Zur Veräußerung gehaltene langfristige Vermögenswerte.

Im Zusammenhang mit dem Erwerb der immosuma GmbH im Geschäftsjahr 2018 wurden bedingte Kaufpreisanpassungen vereinbart, die abhängig vom Erreichen spezifischer Schwellenwerte sind. Der beizulegende Zeitwert der bedingten Kaufpreisverbindlichkeit, welcher der Stufe 3 der Fair-Value-Hierarchie zugeordnet wird, wird mittels Bewertungsmethoden mit nicht beobachtbaren Daten bestimmt, welche nachfolgend dargestellt werden.

Die Höhe der bedingten Kaufpreisverbindlichkeit ist in Höhe von 260 Tsd. Euro abhängig vom Umsatz und in Höhe von 300 Tsd. Euro abhängig von einem Referenzwert des Traffic und dessen Veränderung. Der Anpassungsbetrag ist weiterhin an ein Kostenbudget gebunden, bei dessen Überschreitung die Kaufpreisanpassung verfällt. Der Referenzzeitraum zur Beurteilung der Zielerreichung der spezifischen Schwellenwerte war vom 1. Juli 2018 bis 30. Juni 2019. Da alle Referenzwerte erreicht wurden, stellt die bedingte Kaufpreisverbindlichkeit den Auszahlungsbetrag in Höhe von 560 Tsd. Euro dar.

Die folgende Tabelle zeigt eine Übersicht der Veränderungen der Instrumente in Stufe 3 (bedingte Kaufpreisverbindlichkeit) für den Berichtszeitraum vom 1. Januar 2019 bis 30. Juni 2019 und für das Vorjahr:

	2019	2018
In Tsd. Euro	01.01.2019 - 30.06.2019	01.01.2018 - 31.12.2018
Stand	560	560
Neu hinzugekommene bedingte Kaufpreisverbindlichkeiten	0	0
Beglichene bedingte Kaufpreisverbindlichkeiten	0	0
Gesamtes Ergebnis der Periode ausgewiesen unter "sonstige betriebliche Aufwendungen/Erträge"	0	0
Stand	560	560
Veränderung der unrealisierten Verluste der Periode enthalten in "Gewinne/Verluste aus am Ende der Periode gehaltenen Verbindlichkeiten"	-	-

6.10. Eigenkapital

Im ersten Halbjahr 2019 wurde ein Betrag in Höhe von 252.632 Tsd. Euro aus der Kapitalrücklage entnommen und der Gewinnrücklage zugeführt.

6.11. Anteilsbasierte Vergütung

Die Programmbedingungen für die laufenden Programme zur anteilsbasierten Vergütung sind unverändert und entsprechen weiterhin den dargestellten Informationen im Konzernanhang und im zusammengefassten Konzernlagebericht zum 31. Dezember 2018. Für detaillierte Informationen zu den einzelnen Programmen verweisen wir daher auf den Geschäftsbericht 2018. Im Rahmen des Long-Term Incentive Program (LTIP) wurden im ersten Halbjahr 2019 155 Tsd. Anteile ausgegeben, davon entfallen 121 Tsd. Anteile auf aktive Vorstandsmitglieder mit einem dazugehörigen Personalaufwand von 2.264 Tsd. Euro zum 30. Juni 2019.

6.12. Transaktionen mit nahestehenden Unternehmen und Personen

Als nahestehende Personen oder Unternehmen im Sinne des IAS 24 gelten natürliche Personen oder Unternehmen, die von der Scout24 AG beeinflusst werden können, die einen Einfluss auf die Scout24 AG ausüben können oder die unter dem Einfluss einer anderen nahestehenden Partei der Scout24 AG stehen.

Nahestehende Unternehmen

Während der abgelaufenen Quartale in 2019 sowie zum Stichtag 30. Juni 2019 kann keine Partei einen beherrschenden oder maßgeblichen Einfluss auf die Scout24 AG ausüben.

Die Scout24-Gruppe unterhält mit einigen ihrer assoziierten Unternehmen und Gemeinschaftsunternehmen Beziehungen im Rahmen der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit, die im Folgenden ausgewiesen werden.

In Tsd. Euro	Summe	Alpinia Inv. 2018, S L.U. (assoziiertes Unternehmen)	Sonstige assoziierte Unternehmen	Gemeinschaftsunternehmen
	H1 2019			
Erbrachte Leistungen sowie sonstige Erträge	685	676	-	9
Empfangene Leistungen sowie sonstige Aufwendungen	-126	-29	-	-97
	30.06.2019			
Forderungen	621	619	-	2
Verbindlichkeiten	271	271	-	-

Der Umfang der Geschäftsbeziehungen mit nahestehenden Unternehmen im Geschäftsjahr 2018 ist in nachfolgender Übersicht dargestellt:

In Tsd. Euro	Summe	Alpinia Inv. 2018, S L.U. (assoziiertes Unternehmen)	Sonstige assoziierte Unternehmen	Gemeinschaftsunternehmen
	H1 2018			
Erbrachte Leistungen sowie sonstige Erträge	-	-	-	-
Empfangene Leistungen sowie sonstige Aufwendungen	-	-	-	-
	31.12.2018			
Forderungen	6	6	-	-
Verbindlichkeiten	1.128	756	350	22

Vorstand

Mit Wirkung zum 18. Juni 2019 wurde Dr. Dirk Schmelzer zum Vorstand der Scout24 AG bestellt und zum Finanzvorstand (CFO) der Scout24 AG ernannt. Die Vergütung von Dr. Dirk Schmelzer entspricht der Vergütungsstruktur der anderen aktiven Vorstände.

Christian Gisy blieb einfaches Mitglied des Vorstands und legte sein Amt als Vorstandsmitglied, dessen Vertrag noch eine Laufzeit bis 30. September 2019 gehabt hätte, mit Wirkung zum Ablauf des 30. Juni 2019 nieder. Im Zusammenhang mit der Niederlegung des Vorstandsamtes wurde eine Vereinbarung abgeschlossen, unter der die reguläre anteilige Vergütung in Höhe von 258 Tsd. Euro für die verbleibenden Monate bis zum 30. September 2019 weiter gewährt wird. Zusätzlich wurde ein Wettbewerbsverbot bis zum 30. September 2020 mit einer Karenzentschädigung in Höhe von 300 Tsd. Euro vereinbart.

6.13. Segmentberichterstattung

Der Vorstand als Hauptentscheidungsträger hat entschieden, kleinere Veränderungen an der internen Steuerung sowie an Berichtsstruktur und -system der Gruppe für das Jahr 2019 vorzunehmen. Die Umsätze mit Werbeanzeigen von OEM Agenturpartnern (2018: 15 Mio. Euro) sowie das entsprechende EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit (2018: 9 Mio. Euro) werden aufgrund der engen Verzahnung mit Umsätzen aus Werbeanzeigen von Dritten beginnend mit dem 1. Januar 2019 im Segment Scout24 Consumer Services ausgewiesen, anstatt wie bisher im Segment AutoScout24. Umsätze aus Projektgeschäft mit OEM verbleiben im Segment AutoScout24, werden aber als Teil der Umsätze mit Händlern in Deutschland bzw. in den europäischen Kernländern berichtet. Die Vorjahreszahlen wurden entsprechend angepasst.

Im Folgenden werden die von der Scout24 zur Beurteilung der Leistung ihrer Segmente herangezogenen Steuerungsgrößen angegeben:

In Tsd. Euro		Außen- umsatz	EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit
ImmobilienScout24	Q2 2019	67.233	47.006
	Q2 2018	61.827	43.628
AutoScout24	Q2 2019	46.199	26.425
	Q2 2018	40.400	21.649
Scout24 Consumer Services	Q2 2019	38.424	11.436
	Q2 2018	25.427	11.481
Summe berichtspflichtige Segmente	Q2 2019	151.855	84.867
	Q2 2018	127.654	76.758
Zentrale Konzernfunktionen / Konsolidierung	Q2 2019	43	-1.922
	Q2 2018	136	-1.697
Summe Konzern	Q2 2019	151.898	82.945
	Q2 2018	127.790	75.061

In Tsd. Euro		Außen- umsatz	EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit
ImmobilienScout24	H1 2019	132.330	90.185
	H1 2018	122.309	83.551
AutoScout24	H1 2019	91.462	51.230
	H1 2018	79.169	39.061
Scout24 Consumer Services	H1 2019	76.875	16.567
	H1 2018	49.549	19.914
Summe berichtspflichtige Segmente	H1 2019	300.667	157.982
	H1 2018	251.027	142.526
Zentrale Konzernfunktionen / Konsolidierung	H1 2019	17	-4.100
	H1 2018	165	-3.742
Summe Konzern	H1 2019	300.684	153.882
	H1 2018	251.193	138.784

Die folgende Tabelle zeigt die Überleitung des EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit und des EBITDA des Konzerns auf das Ergebnis vor Ertragsteuern:

In Tsd. Euro	Q2 2019	Q2 2018	H1 2019	H1 2018
EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit	82.945	75.061	153.882	138.784
Nicht-operative Kosten	-19.764	-4.874	-32.232	-7.754
davon Personalaufwand	-13.632	-2.301	-22.915	-4.946
davon Kosten im Rahmen von M&A Aktivitäten	-5.946	-2.008	-8.778	-3.218
davon sonstige nicht-operative Erlöse/ Kosten	-186	-565	-538	411
EBITDA	63.181	70.187	121.650	131.030
Abschreibungen	-18.087	-15.682	-35.816	-31.410
Ergebnis aus at-Equity bilanzierten Anteilen	-317	12	-124	41
Sonstiges Finanzergebnis	-4.729	-2.504	-8.974	-7.137
Ergebnis vor Ertragsteuern	40.048	52.013	76.737	92.524

Das EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit entspricht dem EBITDA, bereinigt um nicht-operative Effekte. Hierunter fallen im Wesentlichen Aufwendungen für Reorganisation, Aufwendungen im Zusammenhang mit der Kapitalstruktur des Unternehmens und Unternehmenserwerben (realisiert und unrealisiert), Kosten für strategische Projekte sowie ergebniswirksame Effekte aus anteilsbasierten Vergütungsprogrammen.

6.14. Ereignisse nach dem Ende der Berichtsperiode

Vorstand und Aufsichtsrat schlagen der am 30. August 2019 stattfindenden Hauptversammlung zur Beschlussfassung vor, eine Dividende in Höhe von 0,64 Euro je dividenden-berechtigter Stückaktie für das abgelaufene Geschäftsjahr 2018 auszuschütten. Dies entspricht einem Gesamtbetrag der Dividende in Höhe von 68.864.000,00 Euro.

Mit Zustimmung des Aufsichtsrats hat der Vorstand der Scout24 AG beschlossen, ein Aktienrückkaufprogramm mit einem Volumen von insgesamt bis zu 300 Millionen Euro, was ausgehend vom derzeitigen Börsenkurs circa 6,0 % des Grundkapitals entspricht, durchzuführen. Das Programm soll am 2. September 2019 starten und in den folgenden zwölf Monaten abgeschlossen sein. Die Scout24 AG macht damit von der durch die ordentliche Hauptversammlung 2017 erteilten Ermächtigung Gebrauch. Die Scout24 AG behält sich das Recht vor, das Aktienrückkaufprogramm jederzeit einzustellen.

Herr Michael Zahn gehört dem Aufsichtsrat seit dem 1. Juli 2019 nicht mehr an. Herr David Roche und Frau Dr. Liliana Solomon haben ihre Ämter als Mitglieder des Aufsichtsrats jeweils mit Wirkung zur Beendigung der Hauptversammlung am 30. August 2019 niedergelegt.

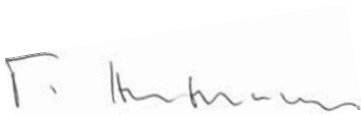
Versicherung der gesetzlichen Vertreter

Wir versichern nach bestem Wissen, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen für die Halbjahresfinanzberichterstattung der Konzernhalbjahresabschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt und im Konzernzwischenlagebericht der Geschäftsverlauf einschließlich des Geschäftsergebnisses und die Lage des Konzerns so dargestellt sind, dass ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild vermittelt wird, sowie die wesentlichen Chancen und Risiken der voraussichtlichen Entwicklung des Konzerns im verbleibenden Geschäftsjahr beschrieben sind.

München, den 5. August 2019

Scout24 AG

Der Vorstand



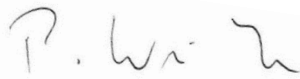
Tobias Hartmann



Dr. Dirk Schmelzer



Dr. Thomas Schroeter



Ralf Weitz

Bescheinigung nach prüferischer Durchsicht

An die Scout24 AG, München

Wir haben den verkürzten Konzernzwischenabschluss – bestehend aus Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung, Konzern-Gesamtergebnisrechnung, Konzern-Bilanz, Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung, Konzern-Kapitalflussrechnung sowie ausgewählte erläuternde Anhangsangaben – und den Konzernzwischenlagebericht der Scout24 AG für den Zeitraum vom 1. Januar bis 30. Juni 2019, die Bestandteile des Halbjahresfinanzberichts nach § 115 WpHG sind, einer prüferischen Durchsicht unterzogen. Die Aufstellung des verkürzten Konzernzwischenabschlusses nach dem International Accounting Standard IAS 34 „Zwischenberichterstattung“, wie er in der EU anzuwenden ist, und des Konzernzwischenlageberichts nach den für Konzernzwischenlageberichte anwendbaren Vorschriften des WpHG liegt in der Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, eine Bescheinigung zu dem verkürzten Konzernzwischenabschluss und dem Konzernzwischenlagebericht auf der Grundlage unserer prüferischen Durchsicht abzugeben.

Wir haben die prüferische Durchsicht des verkürzten Konzernzwischenabschlusses und des Konzernzwischenlageberichts unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze für die prüferische Durchsicht so zu planen und durchzuführen, dass wir bei kritischer Würdigung mit einer gewissen Sicherheit ausschließen können, dass der verkürzte Konzernzwischenabschluss in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit IAS 34 „Zwischenberichterstattung“, wie er in der EU anzuwenden ist, und der Konzernzwischenlagebericht in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den für Konzernzwischenlageberichte anwendbaren Vorschriften des WpHG aufgestellt worden sind. Eine prüferische Durchsicht beschränkt sich in erster Linie auf Befragungen von Mitarbeitern der Gesellschaft und auf analytische Beurteilungen und bietet deshalb nicht die durch eine Abschlussprüfung erreichbare Sicherheit. Da wir auftragsgemäß keine Abschlussprüfung vorgenommen haben, können wir einen Bestätigungsvermerk nicht erteilen.

Auf der Grundlage unserer prüferischen Durchsicht sind uns keine Sachverhalte bekannt geworden, die uns zu der Annahme veranlassen, dass der verkürzte Konzernzwischenabschluss in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit IAS 34 „Zwischenlageberichterstattung“, wie er in der EU anzuwenden ist, oder dass der Konzernzwischenlagebericht in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den für Konzernzwischenlageberichte anwendbaren Vorschriften des WpHG aufgestellt worden ist.

Berlin, den 30. August 2019

KPMG AG
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft



Schmidt
Wirtschaftsprüfer



Säuberlich
Wirtschaftsprüfer

Disclaimer

Dieser Bericht kann zukunftsgerichtete Aussagen über das Geschäft, die Finanz- und Ertragslage und Gewinnprognosen der Scout24-Gruppe enthalten. Begriffe wie „können“, „werden“, „erwarten“, „rechnen mit“, „erwägen“, „beabsichtigen“, „planen“, „glauben“, „fortdauern“ und „schätzen“, Abwandlungen solcher Begriffe oder ähnliche Ausdrücke kennzeichnen diese zukunftsgerichteten Aussagen. Solche zukunftsgerichteten Aussagen basieren auf den gegenwärtigen Einschätzungen, Erwartungen, Annahmen und Informationen des Scout24 Vorstands. Die Aussagen unterliegen einer Vielzahl bekannter und unbekannter Risiken und Unsicherheiten. Sie bieten keine Garantie dafür, dass die erwarteten Ergebnisse und Entwicklungen tatsächlich eintreten. Die tatsächlichen Ergebnisse und Entwicklungen können daher wesentlich von diesen zukunftsgerichteten Aussagen abweichen. Gründe hierfür können unter anderem Veränderungen der allgemeinen wirtschaftlichen Lage und des Wettbewerbsumfelds, Kapitalmarktrisiken, Wechselkursschwankungen, Änderungen internationaler und nationaler Gesetze und Vorschriften, insbesondere im Hinblick auf Steuergesetze und -vorschriften, die Scout24 betreffen, sowie weitere Faktoren sein. Die Gesellschaft übernimmt keine Verpflichtung zur Aktualisierung oder Überprüfung zukunftsgerichteter Aussagen aufgrund neuer Informationen, künftiger Ereignisse oder aus sonstigen Gründen, soweit keine ausdrückliche rechtliche Verpflichtung besteht.

Aufgrund von Rundungsdifferenzen ist es möglich, dass bei der Summierung der in diesem Bericht veröffentlichten Einzelpositionen Unterschiede zu den angegebenen Summen auftreten und aus diesem Grund auch Prozentsätze nicht die genaue Entwicklung der absoluten Zahlen widerspiegeln.

Der Konzern-Zwischenlagebericht sollte im Kontext mit dem Konzern-Zwischenabschluss und den erläuternden Angaben gelesen werden.

Der Konzern-Zwischenbericht zum 30. Juni 2019 liegt ebenfalls in englischer Übersetzung vor und steht in beiden Sprachen im Internet unter scout24.com/finanzberichte zur Verfügung.

Bei Abweichungen hat die deutsche Fassung des Berichts Vorrang gegenüber der englischen Übersetzung.

