

Zusammengefasster Lagebericht des Scout24-Konzerns und der Scout24 AG

Neue Berichtsstruktur

Aufgrund der wachsenden Bedeutung des Bereichs Scout24 Consumer Services hat der Vorstand beschlossen, die interne Steuerung sowie Berichtsstruktur und -system der Gruppe entsprechend anzupassen. Ab Januar 2018 bestehen die operativen Segmente nach IFRS 8 aus den Segmenten „ImmobilienScout24“ (IS24), „AutoScout24“ (AS24) und „Scout24 Consumer Services“ (CS). Das Scout24 Consumer Services Segment umfasst alle Aktivitäten im Bereich der Dienstleistungen entlang der Wertschöpfungskette des Immobilien- oder Automobilmarktes und im Bereich der Werbeanzeigen von nicht-immobilien bzw. nicht-automobilbezogenen Dritten. Diese Aktivitäten wurden zuvor in den Segmenten ImmobilienScout24 und AutoScout24 und Sonstige ausgewiesen. Das Segment Sonstige umfasste im Wesentlichen „FinanceScout24“ (FS24), welche nun im Bereich Scout24 Consumer Services ausgewiesen wird. Die Vorjahreswerte wurden entsprechend an die neue Berichtsstruktur angepasst. Im Kapitel [Steuerungssystem](#) beschreiben wir unsere Leistungsindikatoren entlang der neuen Segmentstruktur.

Akquisition von FINANZCHECK.de

Am 17. Juli 2018 hat Scout24 eine Vereinbarung zum Erwerb sämtlicher Anteile an der FFG FINANZCHECK Finanzportale GmbH („FINANZCHECK.de“), einem deutschen Fintech-Unternehmen und Online-Vergleichsportal für Verbraucherkredite, unterzeichnet. Der Vollzug der Übernahme („Closing“) fand nach erfolgter kartellrechtlicher Genehmigung statt. 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. Für alle Veränderungen im Konsolidierungskreis und eine detaillierte Konzernstruktur der Scout24-Gruppe verweisen wir auf das Kapitel [Konzernstruktur](#) auf Seite 33 des Lageberichts sowie auf die Angaben im Konzernanhang im [Kapitel 1.4](#) (Grundsätze der Konsolidierung).

Neue Rechnungslegungsvorschriften

Die Scout24 AG erstellt ihren Konzernabschluss nach den am Bilanzstichtag geltenden Vorschriften des International Accounting Standards Board (IASB), London. Der Abschluss steht im Einklang mit den International Financial Reporting Standards (IFRS) sowie den Auslegungen des International Financial Reporting Standards Interpretations Committee (IFRS IC), wie sie in der Europäischen Union anzuwenden sind.

Ab dem 1. Januar 2018 werden die folgenden Rechnungslegungsstandards erstmalig angewendet.

IFRS 9 Finanzinstrumente

IFRS 9 wird erstmals für das am 1. Januar 2018 beginnende Geschäftsjahr angewendet. Die Anwendung dieses Standards zum 1. Januar 2018 bewirkt einen erhöhenden Effekt in der Eröffnungsbilanz auf Forderungen aus Lieferungen und Leistungen in Höhe von 3,9 Millionen Euro. Weiterhin ergab sich in der Eröffnungsbilanz eine latente Steuerverbindlichkeit in Höhe von 1,2 Millionen Euro, die zu einer Erhöhung der Gewinnrücklagen zum 1. Januar 2018 in Höhe von 2,7 Millionen Euro führten. Die Zahlen für das Geschäftsjahr 2017 wurden nicht angepasst.

IFRS 15 Umsatzerlöse aus Verträgen mit Kunden

IFRS 15 wird erstmals für das am 1. Januar 2018 beginnende Geschäftsjahr unter Anwendung der retrospektiven Methode angewendet. Daher wird auch die Vergleichsperiode in Übereinstimmung mit IFRS 15 dargestellt. Die Anwendung dieses Standards retrospektiv zum 1. Januar 2017 bewirkt eine Umsatz- und Kostenminderung von 7,2 Millionen Euro für das Geschäftsjahr 2017. Auf das EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit sowie das EBITDA ergaben sich keine Auswirkungen. Die EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit erhöht sich jedoch aufgrund der Umsatz- und Kostenminderung für das Geschäftsjahr 2017 im Vergleich zu den bisher im Geschäftsjahr 2017 berichteten Finanzzahlen um rund 0,8 Prozentpunkte.

IFRS 16 Leasing

IFRS 16 wird erstmals für das am 1. Januar 2018 beginnende Geschäftsjahr angewendet. Die Anwendung dieses Standards zum 1. Januar 2018 bewirkt einen erhöhenden Effekt auf das EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit beziehungsweise auf das EBITDA von 6,1 Millionen Euro für das Jahr 2018. Die Anwendung von IFRS 16 führt zu einer Bilanzverlängerung der Eröffnungsbilanz zum 1. Januar 2018 in Höhe von 16,8 Millionen Euro und insgesamt zu einer Bilanzverlängerung von 37,1 Millionen Euro im Geschäftsjahr 2018 (einschließlich insgesamt 16,1 Millionen Euro für den neuen Mietvertrag des Bürostandorts in München). Für das Geschäftsjahr 2018 werden zusätzliche Abschreibungen in Höhe von 6,6 Millionen Euro im Zusammenhang mit der Anwendung von IFRS 16 ausgewiesen. Die Zahlen für das Geschäftsjahr 2017 wurden nicht angepasst.

Anpassungen des Ausblicks für das Gesamtjahr 2018

Anpassung des Ausblicks zum 8. Mai 2018

Mit der ersten Zwischenmitteilung 2018 hat die Scout24 AG einen angepassten Ausblick des im März 2018 abgegebenen Ausblicks für das Geschäftsjahr 2018 kommuniziert. Der Konzern hat den Ausblick aufgrund der neuen Rechnungslegungsvorschriften gemäß IFRS 9, IFRS 15 und IFRS 16, welche ab dem 1. Januar 2018 Anwendung finden, angepasst.

Scout24-Gruppe	Konzernausblick Geschäftsbericht 2017	Angeglichener Konzernausblick IFRS Änderungen
Außenumsätze	9,0% - 11,0%	9,0% - 11,0%
EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit - in %	54,0% - 55,5%	56,0% - 57,5%
Investitionen	~ 34,0 Millionen Euro	~ 34,0 Millionen Euro (bereinigt um IFRS 16)
Nicht-operative Kosten	8,0 - 11,0 Millionen Euro	8,0 - 11,0 Millionen Euro

ImmobilienScout24	Ausblick Geschäftsbericht 2017	Angeglichener Ausblick IFRS Änderungen
Außenumsätze	4,0% - 6,0%	4,0% - 6,0%
EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit - in %	≥ 67,0%	≥ 68,0%

AutoScout24	Ausblick Geschäftsbericht 2017	Angeglichener Ausblick IFRS Änderungen
Außenumsätze	185,5 Millionen Euro	180,5 Millionen Euro
EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit - in %	≥ 50,0%	≥ 52,0%

Scout24 Consumer Services	Ausblick Geschäftsbericht 2017	Angeglichener Ausblick IFRS Änderungen
Außenumsätze	90,0 Millionen Euro	~ 87,0 Millionen Euro
EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit	+1pp (2017: 35,2%)	+1pp (2017A: 36,5%)

Anpassung des Ausblicks zum 14. August 2018

Mit dem Konzern-Zwischenbericht 2018 hat die Scout24 AG einen angepassten Ausblick für das Geschäftsjahr 2018 unter Berücksichtigung von FINANZCHECK.de kommuniziert. Aufgrund des positiven Ausblicks für das zweite Halbjahr, hat der Konzern die Umsatzprognose für das Segment ImmobilienScout24 angepasst.

Scout24-Gruppe	Angeglichener Konzernausblick IFRS Änderungen	Ausblick Konzern Zwischenbericht 2018 / Beitrag Akquisition FINANZCHECK.de
Außenumsätze	9,0% - 11,0%	11,5% - 13,5%
EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit - in %	56,0% - 57,5%	54,5% - 56,0%
Investitionen	~ 34,0 Millionen Euro (bereinigt um IFRS 16)	~ 34,0 Millionen Euro (bereinigt um IFRS 16)
Nicht-operative Kosten	8,0 - 11,0 Millionen Euro	14,5 - 16,5 Millionen Euro

Scout24 Consumer Services	Angeglichener Ausblick IFRS Änderungen	Ausblick Konzern Zwischenbericht 2018 / Beitrag Akquisition FINANZCHECK.de
Außenumsätze	~ 87,0 Millionen Euro	~ 87,0 Millionen Euro + ~ 12,0 Millionen Euro
EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit	+1pp (2017A: 36,5%)	negativer Beitrag EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit im einstelligen Millionenbereich

ImmobilienScout24	Angeglichener Ausblick IFRS Änderungen	Ausblick Konzern Zwischenbericht 2018
Außenumsätze	4,0% - 6,0%	5,0% - 6,0%
EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit - in %	≥ 68,0%	≥ 68,0% (unverändert)

Grundlagen des Konzerns

Geschäftstätigkeit und Geschäftsfelder

Der Scout24 Konzern (nachfolgend auch „Scout24“ oder „Scout24-Gruppe“ genannt) ist ein führender Betreiber digitaler Marktplätze mit Fokus auf Immobilien und Automobile in Deutschland und anderen ausgewählten europäischen Ländern. Ein neues Zuhause zu finden oder ein Auto zu kaufen stellen zwei sehr wichtige Entscheidungen im Leben der Menschen 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 insgesamt 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 gestärkte 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 zur 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 Kleinanzeigen 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. Projektmo-

dell 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 01. 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 Kleinanzeigen 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 Kunden² sowie an Besucherzahlen und Nutzeraktivität.³ Das Deutsche Institut für Service-Qualität prämierte in Zusammenarbeit mit dem Sender NTV „Deutschlands beste Online-Portale 2018“ und zählt das Portal „ImmobilienScout24“ zu den besten Immobilienportalen in Deutschland.⁴

In Österreich betreiben wir mit unseren Plattformen ImmobilienScout24.at und Immobilien.net ebenfalls ein führendes Immobilienanzeigenportal.⁵ 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 Kleinanzeigen kostenlos durchsuchen. Suchanfragen und Recherchen von Nutzern lösen Besuche („Traffic“) aus, die Anfragen („Leads“) bei den gewerblichen und privaten Anbietern generieren.

² Managementeinschätzung; basierend auf Anzahl der Immobilieninserate im Vergleich zu anderen Immobilienanzeigenportalen

³ Basierend auf Besucherzahlen (Unique Monthly Visitors, "UMV") und Nutzeraktivität, comScore Dezember 2018 (Desktop PC für Besucherzahlen, Desktop PC und mobile Endgeräte hinsichtlich Nutzeraktivität)

⁴ „Deutschlands beste Online-Portale 2018“; Deutsches Institut für Service Qualität in Zusammenarbeit mit NTV, Mai 2018

⁵ Managementeinschätzung, basierend auf Anzahl der Immobilieninserate im Vergleich zu anderen Immobilienanzeigenportalen (exklusive allgemeine Kleinanzeigenportale, welche verschiedenste Produktkategorien umfassen).

Die Schaltung der Anzeige für gewerbliche Automobilhändler ist kostenpflichtig. Die Hauptprodukte von AS24 sind somit Kleinanzeigen 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 Express-Verkaufs ihr Fahrzeug an geprüfte Händler zu verkaufen. Für Kunden aus dem Bereich Automobilhersteller (Original Equipment Manufacturer, sogenannte „OEM“) bietet AS24 spezielle Werbeprodukte an, insbesondere im Bereich Display-Advertising.

Die AutoScout24-Gruppe betreibt den europaweit größten digitalen Automobilmarktplatz und gehört zu den führenden⁶ Betreibern in den Kernmärkten Italien, Belgien (inklusive Luxemburg), den Niederlanden, Österreich und Deutschland. AS24 ist ebenfalls in Spanien⁷ 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 2018“ und zählt das Portal „AutoScout24“ zu den besten Gebrauchtwagenportalen in Deutschland.⁸

Scout24 Consumer Services

Als plattformübergreifend agierendes Segment bündelt Scout24 Consumer Services („CS“) alle Dienstleistungen entlang der Wertschöpfungskette des Immobilien- oder Automobilmarktes und im Bereich der Werbeanzeigen von nicht-immobilien bzw. nicht-automobilbezogenen Dritten auf den digitalen Marktplätzen der Scout24-Gruppe. Das operative Segment Scout24 Consumer Services entwickelte sich hauptsächlich aus den vormals unter dem Namen der „Scout24 Media“ bekannten Initiativen. Diese hatten den Aufbau der Kompetenzen im Bereich Dienstleistungen entlang der Wertschöpfungskette des Immobilien- oder Automobilmarktes sowie die Generierung von Leads und den Verkauf von Werbeanzeigen gruppenweit vorangetrieben. 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 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. Darüber hinaus werden in dem Segment auch Umsätze von FINANZCHECK.de durch die Vermittlung von Verbraucherkrediten, z. B. im Rahmen von Bau- und Autofinanzierung, generiert.

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

⁶ Managementeinschätzung, basierend auf der Anzahl der Inserate; Dezember 2018

⁷ Am 21. Dezember 2019 wurden 100% der Anteile an der AutoScout24 España S.A., Madrid, Spanien in die Alpinia Investments 2018, S.L.U., Madrid, Spanien, eingebracht. Dafür erhielt die Autoscout24 GmbH 49,999%.

⁸ Deutschlands beste Online-Portale 2018; Deutsches Institut für Service Qualität in Zusammenarbeit mit NTV, Mai 2018

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. Beispielsweise bietet die ImmobilienScout24 Plattform, getrieben durch CS, den Nutzern zusätzliche Unterstützung durch Dienstleistungsangebote in den Bereichen Bonitätsprüfung, Umzug, Baufinanzierung und Versicherungen an. In Ergänzung bietet die AutoScout24 Plattform, unterstützt und getrieben durch CS, den Nutzern zusätzliche Hilfestellung durch Dienstleistungsangebote wie Automobilfinanzierung.

Organisation und Konzernstruktur

Leitung und Kontrolle

Die Steuerung der Scout24-Gruppe erfolgt durch die in München, Deutschland, ansässige [Scout24 AG](#). Die Scout24 AG ist eine Holding-Gesellschaft mit Konzernleitungsfunktion und betätigt sich auf dem Gebiet des Online- und Internetgeschäfts. Sie erbringt für ihre Tochterunternehmen Dienstleistungen in den Bereichen Finanzen, Rechnungswesen, Controlling, Interne Revision, Risikomanagement & Compliance, Unternehmensentwicklung und -strategie, Kommunikation, Investor Relations, Personalwesen und Recht. Des Weiteren erbringt die Scout24 AG Dienstleistungen für die operativen Tochterunternehmen im Rahmen des Scout24 Consumer Services Geschäfts.

Die Scout24 AG hält zum Bilanzstichtag mittelbar Beteiligungen an 15 operativ tätigen Tochterunternehmen, die im Konzernabschluss voll konsolidiert werden, sowie an drei at-Equity konsolidierten Unternehmen und an einer Minderheitsbeteiligung.

Dem Vorstand obliegt die Verantwortung für die Strategie und die Steuerung des Konzerns. Der Vorstand der Scout24 AG setzte sich im Zeitraum 1. Januar 2018 bis 18. November 2018 aus zwei Mitgliedern, dem Vorstandsvorsitzenden (CEO) und dem Finanzvorstand (CFO), zusammen. Mit Wirkung zum 19. November 2018 wurde Tobias Hartmann zum Vorstand der Gesellschaft bestellt, sowie zum Vorsitzenden des Vorstands ernannt. Gregory Ellis blieb einfaches Mitglied des Vorstands und legte sein Amt als Vorstandsmitglied mit Wirkung zum Ablauf des 5. Dezember 2018 nieder. Mit Wirkung zum 6. Dezember 2018 wurden zwei neue Mitglieder in den Vorstand berufen. Seit diesem Zeitpunkt und zum 31. Dezember 2018 setzte sich der Vorstand der Scout24 AG aus Vorstandsvorsitzendem, Finanzvorstand, Chief Product Officer sowie Chief Commercial Officer zusammen.

Vorstand der Scout24 AG im Geschäftsjahr 2018

Name	Position	Amtszeit
Tobias Hartmann	Vorstandsvorsitzender (CEO)	19. November 2018 bis 31. Dezember 2018
Gregory Ellis	Vorstandsvorsitzender (CEO)	01. Januar 2018 bis 18. November 2018
	Vorstandsmitglied	19. November bis 5. Dezember 2018
Christian Gisy	Finanzvorstand (CFO)	01. Januar 2018 bis 31. Dezember 2018
Thomas Schroeter	Chief Product Officer (CPO)	06. Dezember 2018 bis 31. Dezember 2018
Ralf Weitz	Chief Commercial Officer (CCO)	06. Dezember 2018 bis 31. Dezember 2018

Der Aufsichtsrat bestand im Geschäftsjahr 2018 zunächst aus sieben Mitgliedern. Die Hauptversammlung am 21. Juni 2018 verringerte dann die satzungsmäßige Anzahl der Aufsichtsratsmitglieder von neun auf sechs. Der Aufsichtsrat setzt sich vollständig aus unabhängigen Mitgliedern zusammen. Er berät den Vorstand und überwacht dessen Geschäftsführung. In Entscheidungen von grundlegender Bedeutung für das Unternehmen wird der Aufsichtsrat eingebunden. Insbesondere prüft er die Jahresabschlüsse und Lageberichte und berichtet über die Jahresabschlussprüfung in der Hauptversammlung. Die Zusammensetzung und Mitglieder des Aufsichtsrats werden im Kapitel [› Bericht des Aufsichtsrates](#) des Geschäftsberichts 2018 erläutert.

Die Vergütung von Vorstand und Aufsichtsrat sowie Anreiz- und Bonussysteme werden im [› Vergütungsbericht](#) des Konzernanhangs (als Teil des Kapitels 5.5) beziehungsweise im Anhang zum Jahresabschluss erläutert.

Übernahmerelevante Angaben gemäß §§289a Abs. 1, 315a Abs. 1 HGB sowie eine ergänzende Lageberichterstattung zum Jahresabschluss der Scout24 AG werden als integrale Bestandteile des zusammengefassten Lageberichts in den entsprechenden Kapiteln ab Seite 65 dargestellt.

Vorstand und Aufsichtsrat der Scout24 AG legen Wert auf eine verantwortungsvolle und auf langfristigen Erfolg ausgelegte Unternehmensführung und orientieren sich an den Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex. Der Bericht zur Corporate Governance inklusive der Erklärung zur Unternehmensführung gemäß §§289f, 315d HGB ist auf unserer [› Webseite](#) (www.scout24.com) unter Investor Relations/Corporate Governance abrufbar.

Konzernstruktur

Im Berichtszeitraum fanden folgende Veränderungen in der organisatorischen Konzernstruktur statt:

Im Juli 2018 hat die Scout24 AG, München, 100 % der Eigenkapitalanteile an der Blitz Erste Gründungs GmbH, München, erworben und diese in Consumer First Services GmbH, München, umbenannt. Die Consumer First Services GmbH hat im August 2018 100% der Eigenkapitalanteile an der FFG FINANZCHECK Finanzportale GmbH, Hamburg, erworben, die wiederum zu 100% an der FVG FINANZCHECK Versicherungsvergleiche GmbH, Hamburg, und der finanzcheckPRO GmbH, Hamburg, beteiligt ist.

Im August 2018 hat die Immobilien Scout GmbH, Berlin, 100% der Eigenkapitalanteile an der immosuma GmbH, Wien, Österreich erworben.

Im Dezember 2018 brachte die AutoScout24 GmbH, München 100% der Anteile an der AutoScout24 España S.A., Madrid, Spanien („AS24 Spanien“) in die Alpinia Investments 2018, S.L.U., Madrid, Spanien ein. Im Gegenzug erhielt die AutoScout24 GmbH 49,999% der Anteile.

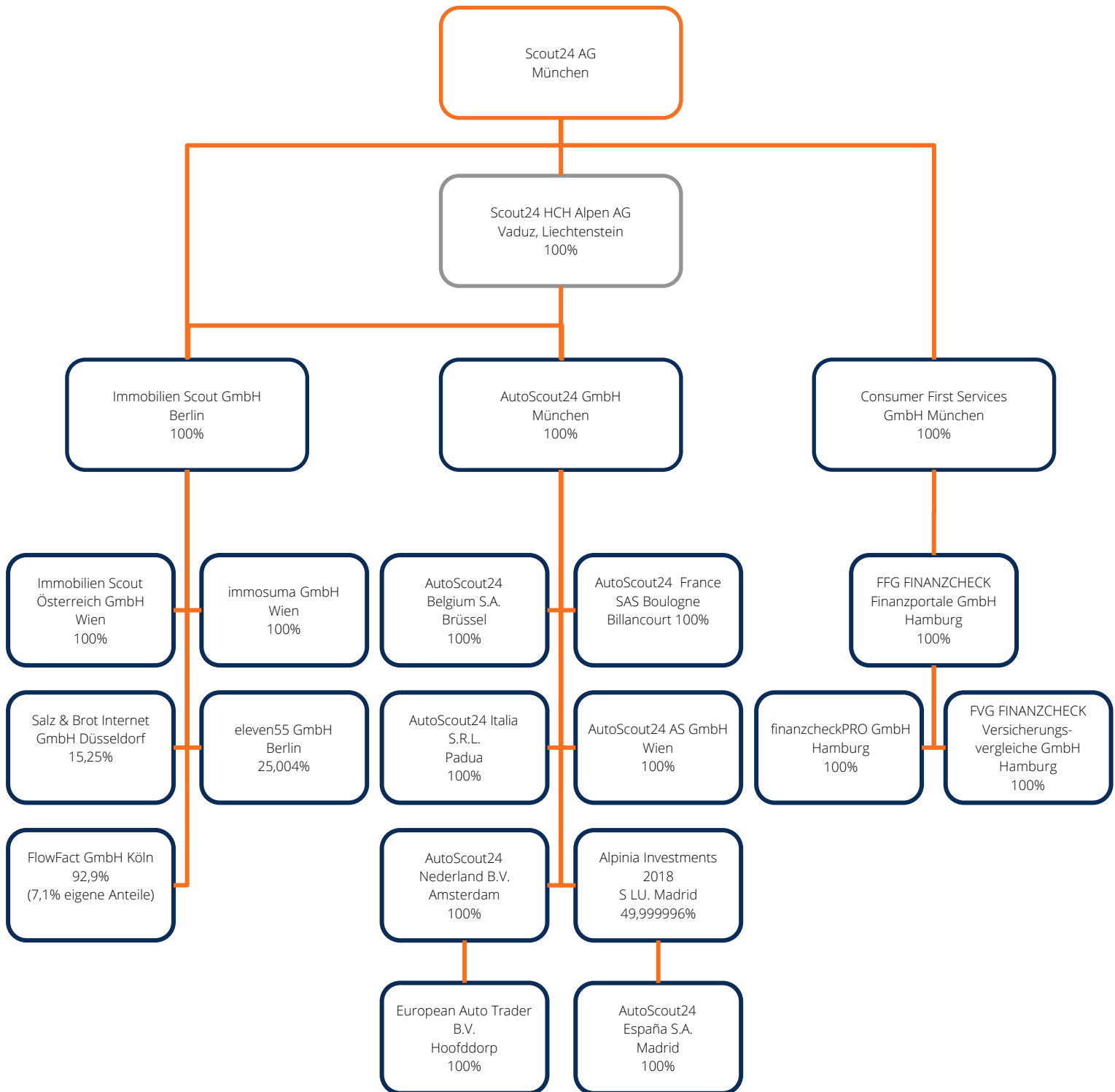
Im Dezember 2018 wurden ferner die Anteile an der classmarkets GmbH, Berlin („classmarkets“) veräußert, an der die Immobilien Scout GmbH, Berlin mit 100% beteiligt war. Die Veräußerung erfolgte durch Übertragung sämtlicher zuvor von der Gesellschaft gehaltener Anteile an den Käufer.

Weiterhin wurden während des Geschäftsjahres 2018 zwei Verschmelzungen durchgeführt:

Übertragende Gesellschaft	Aufnehmende Gesellschaft
Scout24 Services GmbH, München	Scout24 Holding GmbH, München
Scout24 Holding GmbH, München	Scout24 AG, München

Eine vollständige Aufstellung des Anteilsbesitzes der Scout24 findet sich im [Konzernanhang](#) (als Teil des Kapitels 2. „Veränderungen im Konsolidierungskreis“).

Die nachfolgende Darstellung gibt (in vereinfachter Form) einen Überblick der direkten und indirekten Beteiligungen der Scout24 AG zum 31. Dezember 2018:



Strategie

Unsere Anzeigenumsatzerlöse sind nicht unmittelbar von der Anzahl der durchgeführten Immobilientransaktionen oder Autoverkäufe abhängig, sondern von der Anzahl und der Schaltdauer der Kleinanzeigen 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 Kleinanzeigen 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 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 weiter zu entwickeln.

Dementsprechend werden wir immer danach streben, 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 Kleinanzeige 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, streben wir danach, unser Marktnetzwerk kontinuierlich weiterzuentwickeln. Wir planen, durch attraktive Preismodelle sowie die Optimierung und Weiterentwicklung unseres Produkt- und Dienstleistungsangebots das Leistungsversprechen unserer Anzeigenportale für unsere Kunden und Nutzer kontinuierlich 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 Sammlung, 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 Premium-Mitgliedschaftsprodukt 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 Preisentwicklung 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 Expresses-Verkaufs-Produkts das Auto direkt an einen Händler zu verkaufen.

Unseren Geschäftspartnern aus dem Immobilien- oder Automobilvermittlungsbereich bieten wir - über die klassischen Kleinanzeigenprodukte 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 abgelaufenen Geschäftsjahr 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 Consumer Services Geschäft weiter auszubauen.

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

Gemäß unserem Fokus auf nachhaltiges und profitables Unternehmenswachstum verfolgen wir auch eine entsprechende Dividendenpolitik, die uns gleichzeitig die Finanzierung weiteren Wachstums sowie eine weitere Verringerung unseres Verschuldungsgrads (Verhältnis von Nettoverschuldung zu EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit der letzten zwölf Monate) ermöglicht. Der Scout24-Vorstand plant, die Verschuldung weiter zu verringern und steuert dabei einen Zielkorridor für den Verschuldungsgrad von 1,5:1 bis 1,0:1 an (Dezember 2018: 2,56:1). Im Jahr 2018 hat die Gesellschaft eine Dividende für das Jahr 2017 in Höhe von EUR 0,56 je dividendenberechtigter Stückaktie an die Aktionäre ausgeschüttet. Das entspricht einer Erhöhung der Dividende um über 80% gegenüber dem Vorjahr (Dividende für das Geschäftsjahr 2016: EUR 0,30) und spiegelt die Ertragskraft und die hohe Profitabilität des Unternehmens wider. Die Dividendenpolitik des Vorstandes sieht vor, die Aktionäre auch zukünftig angemessen am Erfolg des Unternehmens zu beteiligen.

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 Konzern-Bilanz, eine Konzern-Kapitalflussrechnung sowie die Monatergebnisse unserer Segmente beinhalten. Weiterhin werden in regelmäßig stattfindenden Besprechungen unseres oberen Führungskreises („Executive Leadership Team“, ELT) 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 quartalsweise stattfindenden Sitzungen vorgestellt.

Steuerungsgrößen

Gemäß unserem Fokus auf nachhaltiges und profitables Wachstum sowie der nachhaltigen Steigerung unseres Unternehmenswertes, sind Umsatz sowie EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit⁹ unsere wichtigsten finanziellen Ziel- und Steuerungsgrößen auf Konzern- und Segmentebene.

Ergänzt werden diese Indikatoren durch Investitionen in Sachanlagevermögen und immaterielle Vermögenswerte ohne Berücksichtigung der Effekte aus der Anwendung von IFRS 16 („Investitionen (bereinigt)“) sowie durch weitere segmentspezifische Steuerungsgrößen („Hilfsindikatoren“).

Der finanzielle Erfolg unserer Portale wird gemäß unserer Strategie im Wesentlichen bestimmt durch den Bestand an Anzeigen („Listings“) sowie Nutzerreichweite bzw. Besucherzahlen („Traffic“). Die wichtigsten Hilfsindikatoren auf Plattformenebene 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“).

⁹ Gemäß Unternehmensrichtlinie des Konzerns entspricht das EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit 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.

ImmobilienScout24

- Die **Anzahl Listings** stellt den Bestand aller Immobilienanzeigen zu einem bestimmten Stichtag (i.d.R. Monatsende) auf der entsprechenden Website dar.¹⁰
- **UMV (Unique Monthly Visitors)** bezieht sich auf die monatlichen Einzelbesucher, die die Webseite über Desktop-PC, mobile Endgeräte oder Apps (Multiplattform) besuchen, unabhängig davon, wie oft sie das Portal in diesem Monat besuchen und (bei den Multiplattform-Kennzahlen) unabhängig davon, wie viele verschiedene Zugänge (Desktop und Mobil) sie nutzen.¹¹
- **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.

¹⁰ Datenquelle: Managementeinschätzung

¹¹ 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.¹²
- **UMV (Unique Monthly Visitors)** bezieht sich auf die monatlichen Einzelbesucher, die die Webseite über Desktop-PC, mobile Endgeräte oder Apps (Multiplattform) besuchen, unabhängig davon, wie oft sie das Portal in diesem Monat besuchen und (bei den Multiplattform-Kennzahlen) unabhängig davon, wie viele verschiedene Zugänge (Desktop und Mobil) sie nutzen.¹³
- **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 (inklusive 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.
- **Umsätze mit OEM** enthalten Umsatzerlöse mit Automobilherstellern, sogenannte OEMs, insbesondere im Display-Advertising Bereich und aus sonstigen Marketingmaßnahmen auf unseren Plattformen.
- **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 (inklusive 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.

¹² Datenquelle: Managementeinschätzung

¹³ Quelle: AGOF

Forschung und Entwicklung

Unser Ziel ist es, kontinuierlich unsere Produkte zu verbessern und neue Produkte für die Bedürfnisse unserer Nutzer und unserer privaten und gewerblichen Kunden zu entwickeln. Innovationen und die Weiterentwicklung unserer Produkte sind für uns ein elementarer Bestandteil unserer Strategie eines nachhaltigen und profitablen Umsatzwachstums. Wir streben danach die Produkte für unsere Kunden und Nutzer kontinuierlich zu optimieren. Des Weiteren wollen wir die Digitalisierung der Nutzererfahrung entlang der Wertschöpfungsketten im Immobilien- und Automobilbereich durch die Abdeckung weiterer Kontaktpunkte innerhalb der Consumer Journey voranzutreiben.

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

Basierend auf dem „OneScout24“-Ansatz ist unsere Produktentwicklung dezentral aufgestellt und arbeitet an Produktlösungen und Innovationen für die Plattformen IS24 bzw. AS24, agiert aber nach gleichen Prinzipien. Das im Geschäftsjahr 2015 gestartete Projekt zur technischen Annäherung der beiden Plattformen IS24 und AS24 im Rahmen der Migration zu einem Cloud-basierten Datensystem wurde im Geschäftsjahr 2018 weiter vorangetrieben. Die Migration in Richtung einer Cloud-basierten technischen Infrastruktur ermöglicht uns künftig neue technologische Entwicklungen wie z.B. künstliche Intelligenz („KI“) oder maschinelles Lernen („Machine Learning“) schneller und effizienter in die Produktentwicklung einfließen zu lassen. Gleichzeitig verfolgen wir im Rahmen unseres OneScout24-Ansatzes durch die Migration in die Cloud die Produktentwicklung über die Scout24-Gruppe hinweg weiter zu harmonisieren, Arbeitsabläufe zu optimieren und die Auslastung unserer Rechenkapazitäten noch effizienter zu gestalten.

Groß geworden als klassisches Desktop-Internet-Unternehmen, kommen aufgrund einer konsequenten Mobile-First-Strategie, getrieben durch die Produktentwicklung, heute schon ca. 77% des gesamten Traffic der IS24 und AS24 in Deutschland über mobile Kanäle.¹⁴ Der mobile Mensch sucht Immobilien und Autos zunehmend von unterwegs aus. Smartphones und Tablets ersetzen mehr und mehr den heimischen Desktop-PC. Zur Unterstützung und Verbesserung der Nutzererfahrungen auf allen relevanten digitalen Geräten liegt der Fokus der Produktentwicklung auf nativen Apps für Smartphones sowie responsiven Designs für alle weiteren Geräte.

Auch im Jahr 2018 haben wir durch die Verbesserung und Erweiterung unseres Produkt- und Leistungsangebots unser Marktnetzwerk weiter ausgebaut. Damit haben wir nicht nur die Nutzererfahrung auf unseren Plattformen, sondern auch unser Leistungsversprechen für unsere Nutzer und Partner weiter gestärkt.

So konnten wir im abgelaufenen Geschäftsjahr die Nutzererfahrung auf unseren Plattformen weiter verbessern: Die AS24 Plattform haben wir um Empfehlungen erweitert, die über das ursprüngliche Suchprofil hinausgehen und den Nutzern geeignete alternative Fahrzeugangebote präsentiert. Die Automobilsuche über Desktop und mobile Applikationen haben wir um Benachrichtigungen für neue Suchergebnisse auf Basis gespeicherter Suchprofile erweitert. Für die IS24 Plattform haben wir auch in Österreich die Nutzererfahrung für mobile

¹⁴ Managementeinschätzung, basierend auf der Summe der Besuche der IS24 und AS24 Plattformen (nicht dedupliziert) über mobile Endgeräte, mobil-optimierte Webseite und Apps im Verhältnis zu der Summe der gesamten Besuche, gemessen mit dem eigenen Traffic Monitor (Google Analytics), Dezember 2018

Endgeräte weiter optimiert, indem wir die mobile Applikation um Immobilienempfehlungen und Benachrichtigungen erweitert und die Funktionalität der Suche verbessert haben. Auch die Kontaktaufnahme über die mobile Applikation wurde um die Möglichkeit, den Anbieter über Kurznachrichten zu erreichen, erweitert.

Unseren Maklervergleich, welcher verkaufsinteressierte Immobilieneigentümer mit unseren Maklerkunden im Scout24-Marktnetzwerk zusammenbringt, haben wir im Jahr 2018 weiter optimiert: Die digitale Erfassung der Immobiliendaten wurde erweitert, um noch schneller, effizienter und mehr relevante Informationen über die Immobilie zu erfassen. Die Immobiliendaten sind nicht nur für die Zuordnung passender Makler, sondern ebenfalls für die Immobilienbewertung bedeutend. Dadurch haben wir die Erfassung und Qualifizierung von relevanten Verkaufs-Leads effektiver und effizienter gestaltet. Unsere Maklerkunden können diese Verkauf-Leads über unser Akquisitionsprodukt zu ihrer IS24 Mitgliedschaft dazu buchen. Für Immobiliensuchende haben wir unser Premium-Mitgliedschaftsprodukt erweitert. Neben der digitalen Bewerbermappe mit relevanten Unterlagen wie einer aktuellen Bonitätsauskunft, können die Nutzer auch eine Mietrechtsberatung und einen Schlüsselnotdienst-Service aktivieren.

Für private Automobilsuchende haben wir im Jahr 2018 eine zusätzliche Unterstützung auf unserer AS24-Plattform integriert: Die Anzeige einer beispielhaften monatlichen Finanzierungsrate für jedes Fahrzeuginserat. So können die Nutzer auf den ersten Blick sehen, was der Kauf des Autos durch eine Finanzierung monatlich kosten würde. Dies soll ihnen bei der Kaufentscheidung, neben der im letzten Jahr eingeführten Preisbewertungsfunktion, weitere relevante Informationen als Entscheidungshilfe liefern. In diesem Zusammenhang haben wir ein neues Produkt für unsere Händler-Partner entwickelt, welches es ihnen ermöglicht, ihr Finanzierungsangebot prominent darzustellen und relevante Finanzierungs-Leads von Automobilsuchenden zu erhalten. Über das Fahrzeugexposé können Suchende vorab ein Finanzierungsangebot unverbindlich beim Händler anfragen. So kann sich der Automobilhändler optimal auf den Kundenbesuch vorbereiten. Ein weiteres Produkt, das wir in der Testphase im Kernmarkt Österreich im Jahr 2018 eingeführt haben, ist der Direkt-Verkauf. Das Produkt soll dem Händler bei der Akquisition relevanter Kundenkontakte dienen, um ihn dadurch beim Ankauf von Automobil-Inventar von privaten Anbietern zu unterstützen. Mit Direkt-Verkauf ermöglichen wir privaten Anbietern, über die AS24-Plattform einen Online-Termin bei einem Händler für den Verkauf ihres Fahrzeugs zu buchen. Als relevante Unterstützung für die Verkaufsentscheidung bieten wir dem Nutzer vorab auch eine unabhängige und unverbindliche Online-Werteinschätzung.

Alle entwickelten Produkte werden regelmäßig Benutzer-Tests in hauseigenen UX („User Experience“) Research-Labs unterzogen, so dass auch diese Erfahrungswerte in die Produktoptimierung einfließen.

Der Gesamtaufwand für die Produktentwicklung belief sich im Jahr 2018 auf 33,9 Millionen Euro (2017: 34,4 Millionen Euro). Hiervon wurden insgesamt 18,5 Millionen Euro bzw. 54,6% (2017: 19,4 Millionen Euro bzw. 56,2%) im Rahmen der bestehenden IFRS-Bilanzierungsregeln aktiviert. Die Abschreibungen auf aktivierte Eigenleistungen betragen im Jahr 2018 15,5 Millionen Euro (2017: 11,8 Millionen Euro). Neben unseren eigenen Personalkosten umfassen die gesamten Aufwendungen für die Produktentwicklung auch Kosten für externe Dienstleister, welche uns als verlängerte Werkbank im Entwicklungsprozess unterstützen. Im Jahr 2018 beliefen sich die Kosten für externe Dienstleister auf 13,1 Millionen Euro (2017: 11,0 Millionen Euro).

Insgesamt bewegte sich der Gesamtentwicklungsaufwand auf ähnlichem Niveau wie im Vorjahr. Der Anstieg der Abschreibungen auf aktivierte Entwicklungskosten begründet sich durch höhere aktivierte Eigenleistungen in den Vorjahren.

Forschungskosten bestehen nur in unwesentlicher Höhe und werden in der Gewinn- und Verlustrechnung ausgewiesen.

Corporate Social Responsibility¹⁵

Unser Anspruch ist es, Nachhaltigkeit und gesellschaftliche Verantwortung in unser tägliches Handeln zu integrieren. Der CSR-Bericht beschreibt unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten und macht unsere diesbezüglichen Fortschritte transparent. Wir informieren über unsere aktuellen Initiativen, wesentliche Indikatoren zu den Themen Unternehmensführung, Compliance, Produktentwicklung, Diversität, Ökologie sowie gesellschaftliches Engagement und bieten einen Ausblick über zukünftige Maßnahmen zum Thema Nachhaltigkeit. Die nächste Publikation ist für das erste Halbjahr 2019 angekündigt und wird auch den nichtfinanziellen Konzernbericht gemäß 315b ff. HGB enthalten.

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

Als ein führender Betreiber digitaler Marktplätze bringen wir täglich Menschen mit Immobilien und Autos zusammen. Ein neues Zuhause zu finden oder ein Auto zu kaufen, stellen zwei sehr wichtige Entscheidungen im Leben der Menschen dar. Wir begleiten unsere Nutzer und unterstützen sie, die besten Entscheidungen zu treffen.

Dabei agiert die Scout24-Gruppe nicht losgelöst von ihrem gesellschaftlichen Umfeld, sondern versteht sich bei allen Geschäftstätigkeiten als „Corporate Citizen“¹⁶ und als Knotenpunkt in einem Netzwerk unterschiedlicher Akteure und Partner. Corporate Social Responsibility (CSR) bedeutet für uns, verantwortungsvoll und nachhaltig mit unseren internen und externen Stakeholdern (Anspruchsgruppen) umzugehen. Das bedeutet zum einen, potenzielle negative Einflüsse auf Gesellschaft und Umwelt zu vermeiden. Zum anderen, CSR als ein Zukunftsmodell zu betrachten: Wir wollen gemeinsam mit unseren Mitarbeitern, Kunden und Partnern Lösungen entwickeln, um zu einer nachhaltigen Entwicklung beizutragen und zudem unser Geschäft zukunftsfähig aufzustellen. Daher haben wir uns auf den Weg gemacht, soziale und ökologische Aspekte in unserem täglichen Handeln und in den einzelnen Geschäftsbereichen zu verankern.

Gleichzeitig ist es unser Anspruch, unsere technologischen und fachlichen Kompetenzen bestmöglich zu nutzen, um so Online-Marktplätze zu betreiben, die State-of-the-Art sind. Das ist der Schlüssel zu unserem nachhaltigen Erfolg. Dieser Erfolg wird maßgeblich durch unsere Leistungen und unsere Werte bestimmt. Unsere Werte haben wir in unserem Verhaltenskodex - unserem Code of Conduct - niedergelegt. Daraus ergibt sich, dass wir als verantwortungsvoller Arbeitgeber und Geschäftspartner handeln und als engagierter Akteur für eine zukunftsfähige Gesellschaft agieren. Unser Code of Conduct ist auf unserer [Webseite](#) unter Investor-Relations/Corporate-Governance/Verhaltenskodex einsehbar.

Wir engagieren uns für unsere Kunden und Nutzer

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

Wir behandeln Daten absolut vertraulich und kommunizieren professionell

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

¹⁵ Dieser Teil des Berichtes ist nicht Teil der Prüfung durch die Abschlussprüfer.

¹⁶ Begriffserklärung: Sinngemäß „Bürgerliches Engagement“

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

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

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

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

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

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 31. Dezember 2018 beschäftigte Scout24 1.519 Mitarbeiter (berechnet als Vollzeitäquivalente, „FTE“), verglichen mit 1.244 FTE zum 31. Dezember 2017, ohne Praktikanten, Auszubildende, Aushilfen, Werkstudenten, Leiharbeitnehmer und freie Mitarbeiter. Der Anstieg der FTE ist im Wesentlichen auf die Akquisition von FINANZCHECK.de zurückzuführen.

Wirtschaftsbericht - Geschäftsverlauf und Lage des Konzerns

Gesamtwirtschaftliche und branchenbezogene Rahmenbedingungen

Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Scout24 war im Geschäftsjahr 2018 im Immobilienbereich in Deutschland und Österreich, sowie im Automobilbereich in Deutschland, Italien, Belgien (inklusive Luxemburg), den Niederlanden, Spanien, Frankreich und Österreich, also innerhalb der Eurozone, aktiv. Deutschland ist mit 82% Umsatzanteil im Geschäftsjahr 2018 der Hauptmarkt von Scout24. Die konjunkturelle Lage in Deutschland war trotz anhaltender geopolitischer Konflikte, sich verschärfender Handelskonflikte und temporärer Probleme in der Automobilindustrie mit dem neuen EU-weiten Abgasmessverfahren auch im Jahr 2018 durch ein solides Wirtschaftswachstum gekennzeichnet. Das Wachstum des realen Bruttoinlandsproduktes betrug 1,5% gegenüber dem Vorjahr.¹⁷ Im Jahr 2019 wird mit einer weiteren Fortsetzung der Hochkonjunktur in Deutschland und einem stabilen Wachstum von 1,6% gerechnet.¹⁶

Im Euroraum nimmt gemäß Vereinigung der drei führenden europäischen Wirtschaftsforschungsinstitute, Eurozone Economic Outlook, das Risiko eines konjunkturellen Abschwungs zu, insbesondere durch den bevorstehenden Brexit, anhaltende Handelskonflikte oder die gestiegene Volatilität an den Finanzmärkten. In den ersten beiden Quartalen 2019 rechnen die Experten jedoch mit einem weiteren moderaten Wachstum von jeweils 0,3%.¹⁸

Vor dem Hintergrund einer noch weitgehend stabilen gesamtwirtschaftlichen Entwicklung wird unser Geschäftsmodell jedoch im Wesentlichen durch die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für Online-Marktplätze beeinflusst. 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. Insgesamt nutzten im ersten Quartal 2018 90% der Bevölkerung in Deutschland das Internet (2017: 87%). 85% der Nutzer gingen auch mobil ins Netz, dies ist ein Anstieg von vier Prozentpunkten gegenüber dem Vorjahr (2017: 81%). 91% nutzten das Internet zur Suche nach Informationen über Waren und Dienstleistungen (2017: 90%).¹⁹ In Europa hatten im Jahr 2018 89% der Privathaushalte Zugang zum Internet, ein Anstieg um zwei Prozentpunkte im Vergleich zum Vorjahr.²⁰

Dieser Trend hin zum Internet beeinflusst auch die Verteilung von Marketingbudgets. Von den Gesamtwerbungsbeausgaben in Deutschland ist der Anteil der Zeitungswerbung von 35,8% im Jahr 2008 auf 21,5% im Jahr 2018 zurückgegangen und sinkt bis 2020 voraussichtlich weiter auf 19,0%. Im Gegensatz dazu ist der Anteil 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. Es wird erwartet, dass der Anteil der Ausgaben für Onlinewerbung weiter zunimmt und im Jahr 2020 39,8% erreicht.²¹

¹⁷ Deutsche Bundesbank, Perspektiven der deutschen Wirtschaft, Monatsbericht, Dezember 2018

¹⁸ Eurozone Economic Outlook vom 8. Januar 2019

¹⁹ Statistisches Bundesamt, Private Haushalte in der Informationsgesellschaft - Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien, Erhebung 2017 und 2018

²⁰ Eurostat, Privathaushalte mit Internetzugang, Stand: 20.12.2018

²¹ ZenithOptimedia, Advertising Expenditure Forecasts, Dezember 2017

Mit unseren führenden Marktpositionen, sowohl im Vergleich mit reinen Online-Rubriken-Portalen als auch mit allgemeinen Kleinanzeigenportalen, sind wir gut aufgestellt, um von diesem Trend weiter zu profitieren. IS24 ist das marktführende Immobilienanzeigenportal in Deutschland²², die AS24-Gruppe betreibt den europaweit größten digitalen Automobilmarktplatz, und gehört zu den führenden in den Kernmärkten Italien, Belgien (inklusive Luxemburg), den Niederlanden, Österreich und Deutschland.²³

Entwicklung des deutschen Wohnimmobilienmarkts

Der deutsche Immobilienmarkt umfasst sowohl Wohn- als auch Gewerbeimmobilien. IS24 ist in beiden Segmenten tätig, erwirtschaftet jedoch einen Großteil des Umsatzes mit dem Wohnimmobilienmarkt sowie im Bereich der Verkaufstransaktionen.

In 2017 gab es für den Bereich der Wohnimmobilien (exklusive Wohnbauland) 597.000 Verkaufstransaktionen. Die aktuelle GEWOS-Prognose vom 6. November 2018 erwartet bei stabilen Transaktionszahlen von 597.000 eine Steigerung der Transaktionsumsätze um 5,6% auf 161,7 Milliarden Euro im Jahr 2018 (2017: 153,1 Milliarden Euro).²⁴ Als Grund für den Umsatzanstieg nennt GEWOS die weiterhin hohe Nachfrage von Selbstnutzern und Kapitalanlegern nach Wohnimmobilien sowie die anhaltende Preisdynamik in diesem Bereich. Auch für 2019 prognostiziert GEWOS wieder Umsatzsteigerungen am deutschen Markt. Im Bereich Wohnimmobilien dürften sich die Umsätze um weitere 5% erhöhen. Die Preisdynamik sollte sich leicht abschwächen, jedoch auch im kommenden Jahr bestimmend für die Marktentwicklung sein. Die Zahl der Transaktionen mit Wohnimmobilien für 2019 dürfte laut GEWOS-Prognose²⁵ auf dem Niveau von 2017 verbleiben.

Ende September des Jahres 2018 fand der Wohngipfel 2018, der als "Gemeinsame Wohnraumoffensive von Bund, Ländern und Kommunen" gestaltet wurde statt. Im Anschluss an den Wohngipfel befasste sich die Politik mit möglichen Maßnahmen, um die Wohnraumoffensive voranzutreiben. Unter anderem wurde auch eine mögliche Ausweitung des Mietnovellierungsgesetzes („Bestellerprinzip“) auf den Kauf oder Verkauf von Wohneigentum diskutiert, jedoch konkretisierte sich bis zum Ende des Geschäftsjahres 2018 keine Maßnahme in diesem Zusammenhang.

Entwicklung des europäischen Automobilmarktes

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

Deutschland stellt mit einer Gesamtanzahl von 46,5 Millionen PKWs in 2017²⁶ und einem Gesamtumsatz von 186,6 Milliarden Euro aus Verkäufen von neuen und gebrauchten PKWs²⁷ den größten europäischen Automobilmarkt dar. Laut Kraftfahrt-Bundesamt haben im Jahr 2018 zirka 7,2 Millionen Gebrauchtfahrzeuge den Besitzer gewechselt, dies sind zirka 1,5% weniger als im Jahr 2017. Insgesamt wurden im Jahr 2018 zirka 3,44 Millionen

²² Basierend auf Anzahl an Immobilieninseraten (Managementeinschätzung) sowie Besucherzahlen (Unique Monthly Visitors, "UMV") und Nutzeraktivität (comScore Dezember 2018, AGOF Dezember 2018 (Desktop PC für Besucherzahlen, Desktop PC und mobile Endgeräte hinsichtlich Nutzeraktivität))

²³ Managementeinschätzung; Basierend auf der Anzahl an Automobilinseraten

²⁴ GEWOS IMA@ info 2018, exklusive Transaktionen und Umsätze mit Wohnbauland

²⁵ GEWOS Pressemitteilung: „Steigende Preise treiben Immobilienumsätze auf neue Höchstwerte – mehr als eine Viertel Billion Euro Umsatz in 2018“ vom 26. September 2018

²⁶ Kraftfahrt-Bundesamt: „Pressemitteilung Nr. 6/2018 - Der Fahrzeugbestand am 1. Januar 2018“

²⁷ DAT-Report 2018

Neufahrzeuge zugelassen, ein Rückgang von 0,2% gegenüber dem Jahr 2017.²⁸ Für das Jahr 2019 rechnet der Zentralverband Deutsches Kfz-Gewerbe (ZDK) mit rund 3,43 Millionen Pkw-Neuzulassungen und somit mit leichtem Rückgang gegenüber dem Vorjahr. Auf dem Gebrauchtwagenmarkt sieht der ZDK aufgrund der anhaltenden Dieselpolitik ebenfalls einen leichten Rückgang auf 7,2 bis 7,3 Millionen Besitzumschreibungen für das Jahr 2019.²⁹

Italien ist ein weiterer großer Automobilmarkt in Europa mit zirka 38,5 Millionen registrierten PKW.³⁰ Die Zahl der registrierten PKW in Italien ist damit gegenüber dem Vorjahr um etwa 0,5 Millionen gewachsen. Für das Jahr 2018 berichtet das italienische Ministerium für Verkehr einen Rückgang der Fahrzeugneuzulassungen um 3,1% gegenüber dem Vorjahr auf 1,91 Millionen Fahrzeugzulassungen.³¹ Für das Jahr 2019 rechnet das italienische Forschungsinstitut für den Automobilmarkt Centro Studi Promotor mit einem weiteren Rückgang auf 1,9 Millionen Fahrzeugzulassungen.³²

Der Automobilmarkt in den Benelux-Staaten hat sich im Gegensatz zu Italien in den letzten zehn Jahren stabil entwickelt. Belgien verzeichnete mit 549.632 Neuzulassungen einen Anstieg von 0,6% gegenüber dem Vorjahr (2017: 546.558).³³ Im Jahr 2018 gab es in den Niederlanden 443.812 Neuzulassungen, und somit 7,1% mehr als im Vorjahr.³⁴ Der Gebrauchtwagenmarkt wuchs im Jahr 2018 um 2,6 % gegenüber 2017, rund 1,9 Millionen Fahrzeuge wechselten den Besitzer im Jahr 2018.³⁵

Der österreichische Automobilmarkt begann das Jahr 2018 mit einem Fahrzeugbestand von knapp 4,9 Millionen PKW.³⁶ Mit 341.068 Neuzulassungen verzeichnete der österreichische PKW-Markt im Jahr 2018 ein Minus von 3,5% gegenüber dem Vorjahr (2017: 353.320). Im selben Zeitraum wechselten außerdem 874.827 Gebrauchtwagen den Besitzer. Verglichen mit dem Vorjahreswert von 853.244 Gebrauchtzulassungen entspricht das einem Plus von 2,5%.³⁷

²⁸ Kraftfahrt-Bundesamt, Fahrzeugzulassungen im Dezember 2018, Januar 2019

²⁹ Zentralverband Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe, November 2018

³⁰ Automobile Club D'Italia, Angabe für 2017, Statistisches Jahrbuch 2017

³¹ Automoto.it, 3. Januar 2019

³² Notiziario Motoristico, 29. November 2018

³³ FEBIAC, Immatriculations de véhicules neufs Décembre 2018, Januar 2019

³⁴ RAI Vereniging, Januar 2019

³⁵ VWE Automotive, Januar 2019

³⁶ STATISTIK AUSTRIA, Kfz-Statistik. Erstellt am: 26.02.2018

³⁷ STATISTIK AUSTRIA, Kfz-Statistik. Erstellt am: 26.02.2018

Geschäftsentwicklung Konzern

Scout24 befindet sich auf Wachstumskurs und erzielte im Geschäftsjahr 2018 erneut eine deutliche Steigerung der Außenumsätze um 12,5% auf 531,7 Millionen Euro (2017: 472,6 Millionen Euro). Das Umsatzwachstum ohne Berücksichtigung von FINANZCHECK.de betrug 9,9% (Gesamtumsatz 2018 ohne FINANZCHECK.de: 519,4 Millionen Euro). Getragen wurde dies u.a. durch ein starkes Wachstum im Segment ImmobilienScout24 („IS24“). Diese sehr gute Entwicklung war getrieben durch die weitere Ausschöpfung des Monetarisierungspotenzials als auch durch einen weiteren Anstieg der Vertragskundenbasis im Laufe des Geschäftsjahres. Weiterhin hat das nachhaltige Wachstum in den Segmenten AutoScout24 („AS24“), getrieben durch weitere Preisanpassungsmaßnahmen, und Scout24 Consumer Services („CS“), getrieben in erster Linie durch die verstärkte Monetarisierung unseres Dienstleistungsangebots für Nutzer, zum Konzernwachstum beigetragen. Im Bereich Werbeanzeigenverkauf konnte Scout24 als führender Digitalvermarkter ihre Reichweite behaupten.³⁸ Insgesamt konnte Scout24 dank ihres breiten und auf die Kunden und Nutzer zugeschnittenen Angebots ihre Position als Marktnetzwerk rund um Immobilien und Automobile in Deutschland und Europa weiter festigen.

Basierend auf dem starken operativen Leverage und einem unterproportionalen Kostenwachstum verbesserte sich das Konzern-EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit im Gesamtjahr 2018 um 15,3% auf 291,5 Millionen Euro (2017: 252,8 Millionen Euro), die Marge betrug 54,8%; im Gesamtjahr 2017 betrug die Marge 53,5%. Ohne Berücksichtigung des Beitrags von FINANZCHECK.de stieg das Konzern-EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit im Berichtszeitraum um 16,1% auf 293,5 Millionen Euro, was einer Marge von 56,5% entspricht. Zur Steigerung des EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit hat auch eine Aufwandentlastung durch die Anwendung von IFRS 16 von 6,1 Millionen Euro beigetragen.

Die Investitionen im Jahr 2018 betrugen 63,5 Millionen Euro und enthalten einen Bilanzzugang aus der Anwendung von IFRS 16 in Höhe von 37,1 Millionen Euro. Hierin enthalten sind 16,1 Millionen Euro im Zusammenhang mit dem neuen Mietvertrag des Bürostandorts in München. Die Investitionen ohne Berücksichtigung der Effekte aus der Anwendung von IFRS 16 („Investitionen (bereinigt)“) summierten sich im Geschäftsjahr 2018 auf 28,3 Millionen Euro. Im Verhältnis zum Umsatz blieb das Investitionsvolumen (bereinigt) weitestgehend stabil mit 5,3% gegenüber 4,8% im Vorjahreszeitraum.

Die Cash Contribution, definiert als EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit vermindert um Investitionen (bereinigt), stieg im Geschäftsjahr 2018 um 33,1 Millionen Euro auf 263,1 Millionen Euro, beziehungsweise um 35,1 Millionen Euro auf 265,1 Millionen Euro ohne Berücksichtigung von FINANZCHECK.de, gegenüber dem Vergleichszeitraum (2017: 230,0 Millionen Euro). Die Cash Conversion Rate³⁹, bezogen auf das EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit, betrug 90,3% (ohne Berücksichtigung von FINANZCHECK.de: 90,3%) gegenüber 91,0% der Vergleichsperiode.

Zum 31. Dezember 2018 beliefen sich die **> Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente** auf 58,4 Millionen Euro (31. Dezember 2017: 56,7 Millionen Euro). Die Nettofinanzverbindlichkeiten⁴⁰ betrugen 746,2 Millionen Euro, im Vergleich zu 560,9 Millionen Euro zum 31. Dezember 2017. Der Anstieg ist in erster Linie auf die Finanzierung der Akquisition von FINANZCHECK.de zurückzuführen. Gegenläufige Effekte in Höhe von 85,0 Millionen Euro ergaben sich aus der Tilgung von Bankverbindlichkeiten im Laufe des Geschäftsjahres 2018.

³⁸ AGOF Daily Digital Facts, Dezember 2018

³⁹ Cash Conversion Rate ist definiert als (EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit – Investitionen (bereinigt)) / EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit

⁴⁰ Nettofinanzverbindlichkeiten sind definiert als Summe der kurz- und langfristigen Finanzverbindlichkeiten vermindert um liquide Mittel.

Die Geschäftsentwicklung des Konzerns liegt voll im Rahmen der Erwartungen für das Geschäftsjahr 2018. Aufgrund der Anwendung der neuen Rechnungslegungsvorschriften IFRS 9, IFRS 15 und IFRS 16 ([Kapitel Neue Rechnungslegungsvorschriften](#), Seite 26) wurde die im Geschäftsbericht 2017 abgegebene Prognose für das Geschäftsjahr 2018 angeglichen, um die geänderte Berichterstattung widerzuspiegeln. Das Umsatzwachstum liegt mit 12,5% (bzw. 9,9% ohne FINANZCHECK.de) voll im Rahmen der Erwartungen. Auch die EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit von 54,8% (bzw. 56,5% ohne FINANZCHECK.de) liegt innerhalb der Erwartung des Konzerns. Die Investitionen lagen mit 28,3 Millionen Euro unter der avisierten Größenordnung. Insgesamt fielen rund 2 Millionen Euro weniger Investitionen im Zusammenhang mit dem Büroumzug in München und rund 2,5 Millionen Euro weniger Investitionen im Bereich IT als ursprünglich geplant an. Die nicht-operativen Kosten des Konzerns beliefen sich im Geschäftsjahr 2018 auf insgesamt 34,2 Millionen Euro. Damit liegen diese über der im Geschäftsbericht 2017 abgegebenen Prognose zwischen 8,0 Millionen Euro und 11,0 Millionen Euro beziehungsweise der im Lagebericht des Konzern-Zwischenberichts für das erste Halbjahr 2018 avisierten Größenordnung zwischen 14,5 Millionen Euro und 16,5 Millionen Euro. Dies ist im Wesentlichen auf Personalkosten aus anteilsbasierter Vergütung in Höhe von 15,3 Millionen Euro (Ausblick Geschäftsbericht 2017: rund 3,0 Millionen Euro), aufgrund der Einführung eines weiteren Aktienoptionsprogramms im dritten Quartal 2018 ([anteilsbasierte Vergütung](#)) zurückzuführen. Auch nicht planbare Kosten im Rahmen von M&A Aktivitäten lagen mit einer Höhe von 14,2 Millionen Euro (Prognose Geschäftsbericht 2017: rund 3,5 Millionen Euro) über der ursprünglich avisierten Größenordnung.

Scout24-Gruppe	Konzernausblick Geschäfts- bericht 2017	Angeglichener Konzernausblick IFRS Änderungen	Geschäftsentwicklung Konzern Geschäfts- jahr 2018 ohne FINANZCHECK.de	Ausblick Konzern Zwischenbericht 2018/ Beitrag Akquisition FINANZCHECK.de	Geschäftsentwicklung Konzern Geschäfts- jahr 2018 inklusive FINANZCHECK.de
Außenumsätze	9% - 11%	9% - 11%	9,9%	11,5% - 13,5%	12,5%
EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit - in %	54,0% - 55,5%	56,0% - 57,5%	56,5%	54,5% - 56,0%	54,8%
Investitionen	~ 34 Millionen Euro	~ 34 Millionen Euro (bereinigt um IFRS 16)	28,3 Millionen Euro (bereinigt um IFRS 16)	~ 34 Millionen Euro (bereinigt um IFRS 16)	28,3 Millionen Euro (bereinigt um IFRS 16)
Nicht-operative Kosten	8,0 - 11,0 Millionen Euro	8,0 - 11,0 Millionen Euro	34,2 Millionen Euro	14,5 - 16,5 Millionen Euro	34,2 Millionen Euro

Entwicklung der Geschäftsbereiche

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

ImmobilienScout24

Wesentliche Leistungsindikatoren

(in Millionen Euro)	Q4 2018 (ungeprüft)	Q4 2017* (ungeprüft)	% Veränderung	GJ 2018	GJ 2017*	% Veränderung
Umsätze mit Residential-Immobilien Partnern	31,7	28,9	9,8%	122,6	113,6	7,9%
Umsätze mit Business-Immobilien Partnern	14,2	12,3	15,2%	53,5	47,3	13,0%
Umsätze mit privaten Anbietern und Sonstige	18,3	19,2	-4,7%	73,9	75,0	-1,4%
Außenumsätze gesamt	64,2	60,4	6,3%	250,0	235,9	6,0%
EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit	44,4	38,7	14,8%	170,3	157,5	8,1%
EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit - in %	69,2%	64,1%	5,1pp	68,1%	66,8%	1,3pp

* Die folgende Änderung wurde im Vergleich zu bisher berichteten Zahlen für 2017 vorgenommen: IFRS 15 wurde retrospektiv per 1. Januar 2017 angewendet. IFRS 16 wird ebenfalls seit dem 1. Januar 2018 angewendet, die Zahlen für 2017 wurden nicht rückwirkend angepasst.

	GJ 2018	GJ 2017	% Veränderung
Residential-Immobilien Partner (vertraglich) (zum Periodenende, Anzahl)	14.745	13.434	9,9%
ARPU Residential-Immobilien Partner (€/Monat)	634	617	2,7%
Business-Immobilien Partner (vertraglich) (zum Periodenende, Anzahl)	2.815	2.771	1,7%
ARPU Business-Immobilien Partner (€/Monat)	1.567	1.376	13,9%
UMV Desktop (Anzahl/Mio.) ⁴¹	5,9	5,9	0,0%
UMV Multiplattform (Anzahl/Mio.) ⁴²	13,8	12,7	8,7%
Sessions pro Monat Deutschland (Anzahl/Mio.)	87,4	81,4	7,4%

⁴¹ comScore, Dezember 2018; Mittelwert der jeweiligen Periode;

⁴² comScore, Dezember 2018; Mittelwert der jeweiligen Periode;

Die Außenumsätze im Segment IS24 stiegen im Berichtszeitraum um 6,0% auf 250,0 Millionen Euro im Vergleich zu 235,9 Millionen Euro im Jahr 2017. Das Umsatzwachstum liegt somit am oberen Ende der Spanne der im Geschäftsbericht 2017 kommunizierten Erwartung (Wachstum zwischen 4,0% und 6,0%) beziehungsweise der im Halbjahresbericht 2018 genauer präzisierten Erwartung (Wachstum zwischen 5,0% und 6,0%). Diese Dynamik ist vor allem auf die starke Entwicklung der Umsätze mit Residential-Immobilien Partnern und mit Business-Immobilien Partnern zurückzuführen. Beide Umsatzlinien verzeichneten im zweiten Halbjahr des Geschäftsjahres eine deutliche Beschleunigung der Umsätze gegenüber dem ersten Halbjahr 2018.

Das Umsatzwachstum im Bereich Residential-Immobilien Partner wurde im Wesentlichen getrieben durch die bessere Monetarisierung der bestehenden Vertragskunden-Basis und die verstärkte Vermarktung der VIA Produktpalette, aber auch durch eine weitere Zunahme der Residential-Immobilien Partner. Die Anzahl der Immobilienpartner hat sich seit Mitte des Jahres 2017 stabilisiert und ist seitdem, angetrieben durch geringe Kundenabwanderung sowie hohe Kundenrückgewinnungs- und -neukquisitionsraten, kontinuierlich angestiegen. Im Jahresvergleich ist die Vertragskunden-Basis um rund 10% gewachsen (Dezember 2017: 13.434, Dezember 2018: 14.768). Bei den hinzugewonnen Immobilienpartner handelt es sich im Wesentlichen um Kunden aus dem kleinen bis mittleren Segment. Der durchschnittliche Erlös je Kunde pro Monat („ARPU“) der im Geschäftsjahr 2018 hinzugewonnenen vertraglichen Residential-Immobilienpartner liegt jedoch aufgrund der Kundenstruktur deutlich unter dem ARPU der bestehenden vertraglichen Residential-Immobilienpartner, was einen verwässernden Effekt auf den ARPU aller Residential-Immobilienpartner zur Folge hat. Somit lag der ARPU Residential-Immobilienpartner (vertraglich) trotz Preisanpassungsmaßnahmen bei Bestandskunden und zusätzlicher Vermarktung der VIA Produktpalette mit 634 Euro nur 2,7% über dem Niveau des Vorjahres (2017: 617 Euro).

Auch die Umsätze mit Business-Immobilien Partnern entwickelten sich im Vergleich zum Vorjahr erwartungsgemäß stark. Dies ist hauptsächlich auf die bessere Monetarisierung der Kundenbasis sowie die zusätzliche Vermarktung von Produkten aus der VIA Produktpalette zurückzuführen. Der ARPU Business-Immobilien Partner entwickelte sich bei einer im Wesentlichen stabilen Anzahl an Business-Immobilien Partnern (vertraglich) sehr positiv und verzeichnete ein Wachstum von 13,9% (2018: 1.567 Euro, 2017: 1.376 Euro).

Die Umsätze mit privaten Anbietern und Sonstige lagen im Geschäftsjahr 2018 mit 73,9 Millionen Euro leicht unter dem Vorjahresniveau (2017: 75,0 Millionen Euro) aber dennoch im Rahmen der Erwartungen. Der Rückgang der Umsätze gegenüber dem Vorjahr ist im Wesentlichen bedingt durch die Einführung eines neuen Preismodells für Nachmietersuchende.

Vor dem Hintergrund der positiven Umsatzentwicklung erhöhte sich das EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit 2018 im Vergleich zur Vorjahresperiode um 12,8 Millionen Euro (8,1%) auf 170,3 Millionen Euro (2017: 157,5 Millionen Euro). Zur Steigerung des EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit hat auch eine Aufwandentlastung durch die Anwendung von IFRS 16 von rund 2,1 Millionen Euro beigetragen. Die Profitabilität des Segments, gemessen an der EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit, liegt mit 68,1% 1,3 Prozentpunkte über dem Vorjahresniveau (2017: 66,8%) und somit voll im Rahmen der kommunizierten beziehungsweise an die neuen Rechnungslegungsvorschriften angeglichenen Erwartungen ([Anpassungen des Ausblicks für das Gesamtjahr 2018](#), Seite 27) von mindestens 68,0%.

IS24 konnte auch im Geschäftsjahr 2018 seine führende Marktposition weiter ausbauen. Im Einklang mit der Marktentwicklung, welche mit einer Verringerung der durchschnittlichen Standzeiten der Anzeigen auf den Plattformen einhergeht, ging die Gesamtzahl an Anzeigen auf der IS24 Plattform im Vergleich zum Vorjahr leicht zurück (zirka 432 Tausend Anzeigen zum Ende Dezember 2018 im Vergleich zu zirka 445 Tausend Anzeigen zum

Ende Dezember 2017), der Marktanteil konnte jedoch ausgebaut werden.⁴³ Die Anzahl der Anzeigen im Vergleich zum nächsten Wettbewerber wurde von 1,8fach zum Ende Dezember 2017 auf das 1,9fache zum Ende Dezember 2018 erhöht.⁴⁴

Durch dieses umfangreiche Anzeigenangebot konnte IS24 seine führende Position bei den Besucherzahlen („Traffic“) und der Nutzeraktivität behaupten, mit durchschnittlich 534 Millionen Minuten verbrachter Zeit auf der Plattform in 2018 (Desktop-PC und mobile Endgeräte, 2,8-mal mehr im Vergleich zum engsten Wettbewerber).⁴⁵ Die durchschnittliche Anzahl an Besuchen („Sessions“) pro Monat auf den Webseiten lag in 2018 bei 87 Millionen (2017: 81 Millionen) und ist somit um 7,4% gestiegen. Unterstützt durch unseren „mobile-first“ Ansatz, nahm auch die durchschnittliche Anzahl an Besuchen über mobile Endgeräte um 11,1% zu. Die durchschnittliche Anzahl an Besuchen über mobile Endgeräte macht mittlerweile 77% der Gesamtsessions aus (74% in 2017).⁴⁶

⁴³ Schätzungen des Managements

⁴⁴ Schätzungen des Managements

⁴⁵ comScore, Dezember 2018; Mittelwert der jeweiligen Periode;

⁴⁶ Schätzungen des Managements, basierend auf Sitzungen auf der IS24 Plattform über mobile Endgeräte, mobil-optimierte Webseite und IS24-Apps im Verhältnis zu Gesamtbesuchern, gemessen mit dem eigenen Traffic Monitor (Google Analytics).

Wesentliche Leistungsindikatoren

(in Millionen Euro)	Q4 2018 (ungeprüft)	Q4 2017* (ungeprüft)	% Verände- rung	GJ 2018	GJ 2017*	% Verände- rung
Umsätze mit Händlern in Deutschland	20,9	17,8	17,2%	77,5	67,9	14,1%
Umsätze mit Händlern in den europäischen Kernmärkten	19,4	16,9	14,8%	73,7	61,5	20,0%
Umsätze mit OEM	5,8	6,3	-8,0%	18,9	17,5	7,8%
Sonstige Erlöse	2,9	3,0	-4,6%	11,4	11,8	-3,3%
Außenumsätze gesamt	49,0	44,1	11,2%	181,5	158,7	14,4%
EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit	27,9	22,0	26,7%	97,2	76,6	26,9%
EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit - in %	56,9%	49,9%	7,0pp	53,5%	48,2%	5,3pp

* Die folgende Änderung wurde im Vergleich zu bisher berichteten Zahlen für 2017 vorgenommen: IFRS 15 wurde retrospektiv per 1. Januar 2017 angewendet. IFRS 16 wird ebenfalls seit dem 1. Januar 2018 angewendet, die Zahlen für 2017 wurden nicht rückwirkend angepasst.

	GJ 2018	GJ 2017	% Verände- rung
Händler-Partner Deutschland (zum Periodenende, Anzahl)	23.813	27.470	-13,3%
ARPU Händler-Partner Deutschland (€)	252	213	18,3%
Händler-Partner europäische Kernmärkte (zum Periodenende, Anzahl)	21.947	22.349	-1,8%
ARPU Händler-Partner europäische Kernmärkte (€)	278	237	17,3%
UMV Desktop Deutschland (Anzahl/Mio.) ⁴⁷	3,6	4,0	-10%
UMV Multiplattform Deutschland (Anzahl/Mio.) ⁴⁸	8,2	8,2	0%
Sessions pro Monat Deutschland (Anzahl/Mio.) ⁴⁹	47,7	45,8	4,1%
Sessions pro Monat Europäische Kernmärkte (Anzahl/Mio.) ⁵⁰	50,5	49,1	2,9%

Die Außenumsätze im Segment AS24 sind im Geschäftsjahr 2018 um 14,4% auf 181,5 Millionen Euro gegenüber 158,7 Millionen Euro im Geschäftsjahr 2017 erneut stark gestiegen. Der Umsatz liegt damit im Rahmen der kommunizierten bzw. an die neuen Rechnungslegungsvorschriften angeglichenen Prognose ([Anpassungen des Ausblicks für das Gesamtjahr 2018](#), Seite 27), welche von Umsatzerlösen von mindestens 180,5 Millionen Euro ausging. Die anhaltend positive Entwicklung ist vor allem auf das Umsatzwachstum mit Händlern sowohl in Deutschland als auch in den europäischen Kernmärkten zurückzuführen. Beide Umsatzlinien profitieren dabei von der erfolgreichen Umsetzung von Preisanpassungen und somit einer besseren Monetarisierung der Kundenbasis in Deutschland und den europäischen Kernmärkten. Dementsprechend verzeichnete AS24 in

⁴⁷ AGOF, Dezember 2018, Mittelwert der jeweiligen Periode; Vorjahreswerte auch AGOF.

⁴⁸ AGOF, Dezember 2018, Mittelwert der jeweiligen Periode; Vorjahreswerte auch AGOF.

⁴⁹ Inklusive Sessions auf osteuropäischen Sprachversionen der AS24-Plattform.

⁵⁰ Managementeinschätzung; Anzahl der Sessions inklusive der AutoScout24 Plattformen in Österreich und AutoTrader.nl in den Niederlanden.

Deutschland einen Anstieg des ARPU um 18,3% und in den europäischen Kernmärkten um 17,3% (2018: 251,9 Euro bzw. 277,5 Euro, 2017: 212,9 Euro bzw. 237,3 Euro). Die Umsätze mit OEM legten im Vergleich zum Vorjahr um 7,8% zu und die Sonstigen Erlöse bewegten sich leicht unterhalb des Vorjahreswerts. Die Zahl der Händlerpartner in Deutschland und in den europäischen Kernmärkten war gegenüber dem Vorjahr rückläufig, im Wesentlichen aufgrund der Optimierung der Kundenbasis in Deutschland mit einem verstärkten Kernfokus des Vertriebs auf Kunden im Mittel- bis Großkundenbereich.

Im Jahr 2018 verzeichnete AS24 in Deutschland einen Anzeigenbestand auf konstant hohem Niveau von über einer Million Anzeigen im Monat, mit 1,11 Millionen Anzeigen im Durchschnitt (im Vergleich zu 1,18 Millionen Anzeigen im Zeitraum von Januar bis Dezember 2017). AS24 nimmt damit weiterhin eine gute zweite Marktposition in Deutschland ein. Des Weiteren konnte AS24 die führende Position, basierend auf der Anzeigenanzahl in den Kernmärkten Belgien (inklusive Luxemburg), Niederlande, Italien sowie in Österreich erfolgreich behaupten.⁵¹ Die Anzahl der Sessions über mobile Endgeräte stieg aufgrund der verbesserten Funktionalität um 9,8% gegenüber dem Vorjahr. So betrug in Deutschland der Anteil an Sessions über mobile Endgeräte im Jahr 2018 75,3% der Gesamtsessions, in den europäischen Kernmärkten 77,0 % der Gesamtsessions.⁵²

Die positive Umsatzentwicklung sowie ein unterproportionales Kostenwachstum im Vergleich zum Umsatz spiegeln sich im stark gestiegenen EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit wider, welches um 20,6 Millionen (26,9%) auf 97,2 Millionen Euro zunahm. Zur Steigerung des EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit hat auch eine Aufwandentlastung durch die Anwendung von IFRS 16 von rund 1,0 Millionen Euro beigetragen. Die EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit stieg um 5,3 Prozentpunkte auf 53,5%, die an die neuen Rechnungslegungsvorschriften angeglichenen Prognose für das Geschäftsjahr 2018 wurde somit übertroffen (EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit von ca. 52,0%).

⁵¹ Managementeinschätzung, Dezember 2018

⁵² Managementeinschätzung, basierend auf Sitzungen auf der AS24 Plattform über mobile Endgeräte, mobil-optimierte Webseite und Apps im Verhältnis zu Gesamtbesuchern, gemessen mit dem eigenen Traffic Monitor (Google Analytics).

Scout24 Consumer Services (CS)

(in Millionen Euro)	Q4 2018* (ungeprüft)	Q4 2017** (ungeprüft)	% Veränderung	GJ 2018*	GJ 2017**	% Veränderung
Umsätze mit Finanzierungspartnern	20,5	10,5	95,1%	54,8	39,5	38,9%
Umsätze aus Dienstleistungen	7,1	5,8	22,3%	27,9	23,7	17,7%
Display-Umsätze mit Dritten	5,1	4,4	16,4%	17,4	14,4	20,9%
Außenumsätze gesamt	32,8	20,8	57,9%	100,1	77,6	29,1%
EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit	6,3	8,2	-23,1%	31,6	28,4	11,5%
EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit – in%	19,2%	39,4%	-20,2pp	31,6%	36,5%	-4,9pp

* Ab dem 1. September ist das Ergebnis der FINANZCHECK.de in die Finanzzahlen der Scout24 AG enthalten. Der Umsatzbeitrag bis zum Ende des Geschäftsjahres 2018 beträgt 12,3 Millionen Euro, der Beitrag zum EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit beträgt minus 2,0 Millionen Euro.

**Die folgende Änderung wurde im Vergleich zu den berichteten Zahlen für 2017 vorgenommen: IFRS 15 wurde per 1. Januar 2018 angewendet und die Zahlen für 2017 wurden rückwirkend angepasst.

Scout24 Consumer Services („CS“) wurde mit Wirkung vom 1. Januar 2018 als eigenständiges Segment etabliert und wird erstmals ab dem 1. Quartal 2018 entsprechend ausgewiesen. Es umfasst alle Aktivitäten rund um Dienstleistungen entlang der Wertschöpfungskette des Immobilien- oder Automobilmarktes und im Bereich der Werbung von nicht-immobilien- oder nicht-automobilbezogenen Dritten. Ab dem 1. September 2018 wird in diesem Segment auch das Ergebnis der FINANZCHECK.de ausgewiesen.

Das Segment erzielte im Geschäftsjahr 2018 Außenumsätze von 100,1 Millionen Euro, ein Plus von 29,1% gegenüber dem Vorjahr (2017: 77,6 Millionen Euro). Ohne Berücksichtigung von FINANZCHECK.de summierten sich die Umsätze im Segment Scout24 Consumer Services auf 87,8 Millionen Euro, was einem Umsatzwachstum von 13,2% entspricht. Getragen wurde der Anstieg vor allem von den Umsätzen aus Dienstleistungen und den Umsätzen mit Finanzierungspartnern. Insbesondere die Umsätze aus Dienstleistungen entwickelten sich aufgrund der verstärkten Monetarisierung unseres Angebotes für Nutzer, vor allem durch den Erfolg unserer Premium-Mitgliedschaft, mit einem Anstieg von 17,7% auf 27,9 Millionen Euro (2017: 23,7 Millionen Euro) sehr erfreulich. Die Display-Umsätze mit Dritten zeigten mit einem Umsatzanstieg von 20,9% auf 17,4 Millionen Euro ebenfalls eine deutlich positive Entwicklung (2017: 14,4 Millionen Euro). Vor dem Hintergrund der positiven Umsatzentwicklung erhöhte sich das EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit 2018 im Vergleich zum Vorjahr um 3,2 Millionen Euro (11,5%) auf 31,6 Millionen Euro. Zur Steigerung des EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit hat auch eine Aufwandentlastung durch die Anwendung von IFRS 16 von rund 0,7 Millionen Euro (inklusive FINANZCHECK.de) bzw. rund 0,4 (ohne FINANZCHECK.de) beigetragen. Die Profitabilität des Segments CS, gemessen an der EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit sank gegenüber dem Vorjahr um 4,9 Prozentpunkte auf 31,6% (2017: 36,5%). Ohne Berücksichtigung des Beitrags von FINANZCHECK.de lag die EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit bei 38,2%.

Damit hat das Segment CS die im Geschäftsbericht 2017 kommunizierten und an die neuen Rechnungslegungsvorschriften angeglichene Prognose ([Anpassungen des Ausblicks für das Gesamtjahr 2018](#), Seite 27) für das Geschäftsjahr 2018 kommunizierten und im Halbjahresbericht nochmal spezifizierten Ziele (ohne Berücksichtigung von FINANZCHECK.de) für das Gesamtjahr übertroffen: Umsatz in Höhe von rund 87,0 Millionen Euro, Steigerung der EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit (ohne Berücksichtigung von FINANZCHECK.de) um mindestens einen Prozentpunkt.

Mit der Akquisition von FINANZCHECK.de ist Scout24 im dritten Quartal 2018 einen wichtigen strategischen Schritt gegangen. Dadurch können wir nun auch nach Abschluss der Transaktion mit dem Nutzer in Verbindung bleiben, die Nutzer während ihrer Consumer Journey noch umfassender unterstützen und ihnen maßgeschneiderte Angebote zukommen lassen. So hilft uns FINANZCHECK.de das Marktnetzwerk-Potenzial der Scout24-Gruppe noch weiter auszuschöpfen. Die produktseitige Integration in das Scout24-Marktnetzwerk hat seit der Akquisition bereits gute Fortschritte gemacht. Finanziell leistete FINANZCHECK.de einen Umsatzbeitrag zum Geschäftsjahr 2018 von 12,3 Millionen Euro und hat damit die Prognose von rund 12 Millionen Euro leicht übertroffen. Der Beitrag zum EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit von minus 2,0 Millionen Euro liegt ebenfalls im Rahmen der Erwartungen eines negativen Beitrags im niedrigen einstelligen Millionenbereich.

Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage des Konzerns

Ertragslage

Scout24 befand sich auch im Geschäftsjahr 2018 weiter auf Wachstumskurs. Die Umsatzerlöse stiegen um 59,1 Millionen Euro oder 12,5% auf 531,7 Millionen Euro im Vergleich zum Geschäftsjahr 2017 (472,6 Millionen Euro). Die Neuakquisition FINANZCHECK.de trug im Geschäftsjahr 2018 12,3 Millionen Euro zum Umsatz bei. Ohne Berücksichtigung von FINANZCHECK.de stieg der Konzernumsatz im Geschäftsjahr 2018 um 9,9% auf 519,4 Millionen Euro. Diese Entwicklung wurde im Wesentlichen getrieben durch ein starkes Wachstum bei IS24, sowie ein nachhaltiges Wachstum in den Segmenten AS24 und CS.

Die aktivierten Entwicklungskosten lagen im Geschäftsjahr 2018 mit 18,6 Millionen Euro über dem Vorjahresniveau (2017: 15,1 Millionen Euro), aufgrund verstärkter Kapitalisierung der Entwicklungsleistung insbesondere im Bereich Produktentwicklung für AS24.

Die sonstigen betrieblichen Erlöse lagen im Geschäftsjahr 2018 mit 2,8 Millionen Euro über dem Vorjahresniveau (1,1 Millionen Euro). Diese beinhalten im Wesentlichen Erträge aus der Weiterbelastung von Kosten an Dritte. Außerdem enthalten ist ein Ertrag in Höhe von 1,7 Millionen Euro für die Veräußerung der Markenrechte der „JobScout24“ Schweiz.

Der Personalaufwand (inklusive nicht-operativer Effekte in Höhe von 18,7 Millionen Euro) nahm um 16,7 Millionen Euro bzw. 14,3% auf 133,6 Millionen Euro (2017: 116,9 Millionen Euro, davon nicht-operative Effekte in Höhe von 14,0 Millionen Euro) und damit überproportional zur durchschnittlichen Mitarbeiterzahl (Wachstum um 7,7% inkl. FINANZCHECK.de) zu; dies begründet sich im Wesentlichen durch marktübliche Gehaltsanpassungen sowie durch die Einführung eines weiteren Aktienoptionsprogrammes ([› anteilsbasierte Vergütung](#)).

Der Anstieg der Marketingkosten um 7,9 Millionen Euro gegenüber dem Vorjahr (2018: 61,4 Millionen Euro, 2017: 53,5 Millionen Euro) ist im Wesentlichen auf den Marketingaufwand von FINANZCHECK.de in Höhe von 4,9 Millionen Euro zurückzuführen. Der Marketingaufwand ohne Berücksichtigung von FINANZCHECK.de (56,5 Millionen Euro) ist aufgrund des operativen Leverage im Vergleich zum Vorjahr unterproportional zum Umsatz angestiegen (2017: 53,5 Millionen Euro, Anstieg um 5,6%). Der IT-Aufwand (2018: 20,8 Millionen Euro) ist im Vergleich zum Vorjahr überproportional zum Umsatz angestiegen (2017: 17,0 Millionen Euro), dies begründet sich neben dem Beitrags von FINANZCHECK.de von 0,6 Millionen Euro im Wesentlichen durch die fortschreitende Migration der Data-Center Lösungen in die Cloud und somit eines steigenden Anteils cloudbasierter Plattform- und Softwarelösungen.

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen erhöhten sich im Vergleich zum Geschäftsjahr 2017 um 11,5 Millionen Euro bzw. 16,8% auf 80,1 Millionen Euro (2017: 68,6 Millionen Euro). Dies ist im Wesentlichen auf einen Anstieg der Aufwendungen für externe Dienstleister im Bereich der Produktentwicklung sowie in anderen Bereichen zurückzuführen. Dieser Anstieg wird teilweise durch den Wegfall der operativen Leasingaufwendungen in Höhe von 6,1 Millionen Euro aus der Erstanwendung des IFRS 16 im Geschäftsjahr 2018 kompensiert.

Als Ergebnis der zuvor beschriebenen Entwicklungen stieg das Betriebsergebnis vor Abschreibungen - EBITDA (im Folgenden „EBITDA“) - im Berichtszeitraum um 10,5% auf 257,3 Millionen Euro (2017: 232,8 Millionen Euro).

Im EBITDA enthalten sind 34,2 Millionen Euro nicht-operative Kosten (Vorjahr: 20,0 Millionen Euro). Diese sind im Wesentlichen auf Personalkosten im Zusammenhang mit anteilsbasierten Vergütungen, Kosten im Rahmen von M&A Aktivitäten sowie Einmalaufwendungen für Reorganisation zurückzuführen. Der Personalaufwand beinhaltet 2,8 Millionen Euro Aufwendungen im Zusammenhang mit Reorganisation (2017: 7,6 Millionen Euro) aber auch 15,3 Millionen Euro aus **› anteilsbasierter Vergütung** aus Managementbeteiligungsprogrammen sowie Aktienoptionsprogrammen für ausgewählte Arbeitnehmer (2017: 3,2 Millionen Euro aus Managementbeteiligungsprogrammen sowie 1,5 Millionen Euro aus Aktienoptionsprogrammen für ausgewählte Mitarbeiter, letztere wurden im Jahr 2017 als operative Kosten klassifiziert). Das EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit stieg dementsprechend um 15,3% auf 291,5 Millionen Euro in der Berichtsperiode von 252,8 Millionen Euro im Jahr 2017.

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

Überleitungsrechnung EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit

Konzern (in Millionen Euro)	GJ 2018	GJ 2017
EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit	291,5	252,8
Nicht-operative Kosten	-34,2	-20,0
davon Personalaufwand	-18,7	-14,0
davon Kosten im Rahmen von M&A Aktivitäten	-14,2	-4,2
davon sonstige nicht-operative Kosten/Erlöse	-1,3	-1,8
darin enthalten Kosten Bürorumzug München	-1,1	-
darin enthalten Erlöse aus Veräußerung Markenrechte	1,7	-
EBITDA	257,3	232,8

Die Abschreibungen beliefen sich auf 66,1 Millionen Euro, von denen 36,8 Millionen Euro auf immaterielle Vermögenswerte entfallen, die die im Rahmen von Kaufpreisallokationen identifiziert worden sind und bilanziert wurden (2017: 56,8 Millionen Euro bzw. 38,2 Millionen Euro). In den Abschreibungen sind weiterhin 6,6 Millionen Euro Abschreibungen für Nutzungsrechte enthalten, die durch die Anwendung von IFRS 16 erstmalig im Jahr 2018 anfallen.

Das Finanzergebnis belief sich im Geschäftsjahr 2018 auf 27,3 Millionen Euro, verglichen mit minus 10,4 Millionen Euro im Geschäftsjahr 2017. Dies begründet sich im Wesentlichen durch einen Finanzertrag in Höhe von 35,0 Millionen Euro aus der Einbringung der Anteile an der AS24 Spanien in ein assoziiertes Unternehmen in Höhe von 33,4 Millionen Euro sowie aus der Veräußerung der classmarkets in Höhe von 1,6 Millionen Euro (2017: 0,0 Millionen bzw. kein Finanzertrag aus der Veräußerung oder Übertragung von Anteilen). Positiv auf das Finanzergebnis wirkten sich auch Zinserträge aufgrund geringerer Zinserwartungen im Zuge der Refinanzierung auf das RFA in Höhe von 6,2 Millionen Euro aus. Gegenläufige Effekte ergaben sich durch die Finanzierung der Akquisition von FINANZCHECK.de sowie durch zusätzliche Finanzierungskosten des alten Kreditvertrages („Facility Agreement“) für die revolvingende Kreditfazilität II als Ergebnis der im Juli 2018 erfolgten Refinanzierungen als auch durch die Finanzierungskosten für das im März 2018 platzierte Schuldscheindarlehen (**› Kapitalausstattung und Finanzierungsstruktur**). Der in den Finanzaufwendungen enthaltene Zinsaufwand belief sich im Geschäftsjahr 2018 auf 15,0 Millionen Euro (2017: 13,7 Millionen Euro) und war somit im Vergleich zum Vorjahr um 9,5% höher. Der Zinsaufwand von 15,0 Millionen Euro setzt sich aus 9,4 Millionen Euro Zinsaufwendungen an Dritte (2017: 11,8 Millionen Euro), 4,9 Millionen Euro Zinsaufwendungen aus Disagio (2017: 1,9 Millionen Euro),

sowie 0,7 Millionen Euro Zinsaufwendungen im Zusammenhang mit der ab dem 1. Januar 2018 erstmaligen Anwendung von IFRS 16 zusammen. Der Nettozinsaufwand in Höhe von 8,8 Millionen Euro entspricht der Summe des Zinsaufwandes in Höhe von 15,0 Millionen Euro und des Zinsertrages in Höhe von 6,2 Millionen Euro (2017: 1,9 Millionen Euro), welcher im Wesentlichen aus der erfolgten Refinanzierung im Juli 2018 resultiert (› [Konzernanhang, Kapitel 3.9 „Finanzerträge“, 3.10 „Finanzaufwendungen“](#)).

Der Ertragsteueraufwand belief sich im Geschäftsjahr 2018 auf 54,0 Millionen Euro, woraus sich eine effektive Steuerquote von 24,7% ergibt, verglichen mit einem Steueraufwand in Höhe von 54,6 Millionen Euro im Geschäftsjahr 2017. Den Ertragsteueraufwand mindern latente Steuererträge in Höhe von 16,3 Millionen Euro, die im Wesentlichen aus den Kaufpreisallokationen resultieren. Im Geschäftsjahr 2017 beliefen sich die latenten Steuererträge auf 7,1 Millionen Euro.

Entsprechend verzeichnete Scout24 für das Geschäftsjahr 2018 ein auf die Aktionäre entfallendes Konzernergebnis nach Steuern in Höhe von 164,4 Millionen Euro (2017: 110,9 Millionen Euro). Daraus ergibt sich ein Ergebnis je Aktie von 1,53 Euro (2017: 1,03 Euro).

Finanzlage

Grundsätze und Ziele des Finanzmanagements

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

Im Juni 2018 schüttete die Scout24 AG eine gegenüber dem Vorjahr deutlich erhöhte Dividende in Höhe von 0,56 Euro pro Stammaktie (2017 für 2016: 0,30 Euro) für das Geschäftsjahr 2017 an ihre Aktionäre aus. Die derzeitige Dividendenpolitik sieht vor, die Aktionäre weiterhin am finanziellen Erfolg der Gruppe zu beteiligen. Für das Jahr 2018 schlägt der Vorstand dem Aufsichtsrat eine Dividende in Höhe von 0,64 Euro je dividendenberechtigter Aktie vor. Dies entspricht einer Ausschüttung von 68,9 Millionen Euro. Bezogen auf den Kurs zum 28. Dezember 2018 ergibt sich eine Dividendenrendite von 1,6%.

Vor dem Hintergrund der Absicht der Pulver BidCo GmbH, ein Übernahmeangebot zu unterbreiten (siehe Ereignisse nach dem Bilanzstichtag (› [Konzernanhang, Kapitel 5.8 „Ereignisse nach der Berichtsperiode“](#))), wird die Verwaltung vor Ablauf bzw. vollständigem Vollzug des Übernahmeangebots von einer Einberufung der ordentlichen Hauptversammlung 2019 absehen. Mithin wird vor Ablauf bzw. vollständigem Vollzug des Übernahmeangebots auch kein Beschluss über die Verwendung des Bilanzgewinns der Gesellschaft für das Geschäftsjahr 2018 gefasst werden. Nach etwaigem Vollzug des Übernahmeangebots wird die Verwaltung erneut über einen angemessenen Gewinnverwendungsvorschlag für das Geschäftsjahr 2018 an die ordentliche Hauptversammlung 2019 entscheiden.

Kapitalausstattung und Finanzierungsstruktur

Die Scout24 AG hat im März 2018 ihre erste Schuldscheinemission im Volumen von 215 Millionen Euro erfolgreich platziert. Ende März hat die Scout24 AG eine vorzeitige Tilgung in Höhe von 250,0 Millionen Euro auf das zu diesem Zeitpunkt bestehenden Bankdarlehen („Facility Agreement“ oder „FA“) getätigt. Die Tilgung erfolgte aus Erlösen der ersten Schuldscheinemission in Höhe von 215,0 Millionen Euro sowie aus eigenen liquiden Mitteln in Höhe von 35,0 Millionen Euro. Durch die Rückführung reduzierte sich die Schuldenlast der Gruppe effektiv um 35,0 Millionen Euro. Die Bankverbindlichkeiten bezogen auf den FA betrugen nach der Tilgung 370,0 Millionen Euro. Im Juli 2018 hat die Scout24 AG eine vorzeitige Refinanzierung und Restrukturierung des

Konsortialkredits („FA“) durchgeführt. Damit verfügt die Scout24 AG im Rahmen des neuen Konsortialkreditvertrags (Term Loan and Revolving Facilities Agreement, im folgenden „RFA“) über einen Gesamtkreditrahmen in Höhe von 1.000,0 Millionen Euro, bestehend 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. Zum 31. Dezember 2018 beträgt die Restschuld des Stammkredits 300,0 Millionen Euro. Vom revolvingierenden Kreditrahmen sind zum 31. Dezember 2018 20,0 Millionen Euro gezogen, nach einer vorzeitigen Tilgung Ende Dezember 2018 in Höhe von 50,0 Millionen Euro. Die revolvingierende Akquise-Kreditlinie ist zum 31. Dezember 2018 in Höhe von 250,0 Millionen Euro genutzt. Der Stammkredit, der revolvingierende Kreditrahmen sowie die revolvingierende Akquise-Kreditlinie sind endfällig. Der bilanzielle Ausweis des Stammkredits erfolgt unter langfristige Finanzverbindlichkeiten. 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 31. Dezember 2018 erfolgte der Ausweis der gezogenen revolvingierenden Akquise-Kreditlinie unter den langfristigen Verbindlichkeiten, der Ausweis des gezogenen revolvingierenden Kreditrahmens unter den kurzfristigen Verbindlichkeiten.

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.

Der im Rahmen des RFA geltende Covenant 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 2,56:1 zum 31. Dezember 2018 (31. Dezember 2017: 2,22:1) betrug der EBITDA-Headroom zum Covenant 26,9%. Für das Schuldscheindarlehen gelten keine Covenants, allerdings besteht für die Investoren bei einer Überschreitung eines Verschuldungsgrad von 3,25:1 der Anspruch einer Zinserhöhung.

Eine Nichteinhaltung des Covenant des RFA bedeutet einen Vertragsbruch und hat die sofortige Fälligkeit des ausstehenden Kreditbetrags zufolge. Die Nichteinhaltung kann jedoch unter Einbeziehung des genehmigten Kapitals in Höhe von maximal 10% des Grundkapitals in die Berechnung des Covenant oder eine tatsächliche Kapitalerhöhung und entsprechende Verwendung der Erlöse zur Tilgung, bis die Einhaltung des Covenant gewährleistet ist, geheilt werden. Dieses Vorgehen ist bis zu zweimal während der Kreditlaufzeit anwendbar.

Aufgrund der guten Cash Conversion Rate⁵³ konnten im Laufe des Jahres 2018 vorzeitige Tilgungszahlungen auf die Bankverbindlichkeiten getätigt werden. In Summe wurden 85,0 Millionen Euro, zusammengesetzt aus einer vorzeitigen Tilgungszahlung auf den Stammkredit im Rahmen des FA in Höhe von 35,0 Millionen Euro im März und eine weitere vorzeitige Tilgungszahlung von 50,0 Millionen Euro auf den revolvingierenden Kreditrahmen im Rahmen des RFA im Dezember 2018, zurückgezahlt.

Der Scout24-Vorstand plant, den Verschuldungsgrad im Laufe der Zeit weiter zu verringern und peilt dabei einen Zielkorridor für den Verschuldungsgrad (Verhältnis von Nettoverschuldung zu EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit der vergangenen zwölf Monate) von 1,5:1 bis 1,0:1 an.

Neben dem Bestand an liquiden Mitteln in Höhe von 58,4 Millionen Euro (31. Dezember 2017: 56,7 Millionen Euro) verfügt der Konzern zudem über Liquidität aus dem oben genannten revolvingierenden Kreditrahmen sowie

⁵³ Cash Conversion Rate ist definiert als EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit abzüglich Investitionen (bereinigt) im Verhältnis zu EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit.

der revolvingende Akquise-Kreditlinie in Höhe von 180,0 Millionen Euro bzw. 250,0 Millionen Euro, welche zum 31. Dezember 2018 nicht in Anspruch genommen wurde. Für Avale besteht neben dem RFA ein weiterer Kreditvertrag in Höhe von 1,9 Millionen Euro.

Zum Bilanzstichtag bestanden außerbilanzielle Verpflichtungen in einer Gesamthöhe von 8,8 Millionen Euro, davon 7,8 Millionen Euro mit einer Restlaufzeit von einem Jahr, 0,9 Millionen Euro mit einer Restlaufzeit von über einem Jahr bis fünf Jahre und 0,1 Millionen Euro mit einer Restlaufzeit über fünf Jahre. Zum 31. Dezember 2017 bestanden außerbilanzielle Verpflichtungen in einer Gesamthöhe von 48,4 Millionen Euro, davon 15,2 Millionen Euro mit einer Restlaufzeit von einem Jahr, 21,0 Millionen Euro mit einer Restlaufzeit von über einem Jahr bis fünf Jahre und 12,2 Millionen mit einer Restlaufzeit über fünf Jahre. Die Änderungen zum Vorjahr ergeben sich im Zusammenhang mit der Anwendung von IFRS 16 und der Bilanzierung von Leasingverhältnissen zum 01. Januar 2018. Eine weitere außerbilanzielle Verpflichtung besteht im Zusammenhang mit dem Abschluss eines Mietvertrags für ein Bürogebäude in Berlin im Geschäftsjahr 2018 in Höhe von 51,6 Millionen Euro. Der Mietvertrag wird erst im Zuge des Beginns des Leasingverhältnisses aktiviert ([› Konzernanhang, Kapitel 4.6 „Nutzungsrechte aus Leasing-Vereinbarungen“](#)).

Liquiditäts- und Investitionsanalyse

Scout24 erzielte im Geschäftsjahr 2018 einen Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit in Höhe von 207,5 Millionen Euro, ein Anstieg um 26,4% im Vergleich zu 164,2 Millionen Euro im Geschäftsjahr 2017. Dies ist im Wesentlichen auf das gestiegene EBITDA zurückzuführen. Gegenläufig wirkten Zahlungsmittelabflüsse in Höhe von 52,9 Millionen Euro aus Ertragssteuerzahlungen, welche im Wesentlichen das Geschäftsjahr 2018 betrafen (2017: 66,1 Millionen).

Der negative Cashflow aus Investitionstätigkeit in Höhe von minus 294,1 Millionen Euro resultiert überwiegend aus Auszahlungen aus dem Erwerb von Tochterunternehmen abzüglich erworbener liquider Mittel in Höhe von 266,3 Millionen Euro sowie Investitionen in Vermögenswerte in Höhe von 28,4 Millionen Euro (2017: 22,8 Millionen Euro). Die Investitionen in Vermögenswerte verteilen sich mit 19,2 Millionen Euro auf immaterielle Vermögenswerte (2017: 20,0 Millionen Euro) und mit 9,2 Millionen Euro auf Sachanlagevermögen (2017: 2,8 Millionen Euro). Der Anstieg der Investitionen in Sachanlagen lässt sich im Wesentlichen auf Investitionen im Zusammenhang mit dem Umzug des Büros in München zurückführen.

Der Cashflow aus Finanzierungstätigkeit belief sich im Berichtszeitraum auf 88,3 Millionen Euro. Darin enthalten sind Zahlungsmittelabflüsse in Höhe von 220,0 Millionen Euro an Rückzahlungen auf den Stammkredit und 30,0 Millionen Euro an Rückzahlungen auf die revolvingende Kreditfazilität des abgelösten Konsortialkreditvertrags. Die Rückzahlung auf den abgelösten Stammkredit wurde durch die Erlöse der Schuldscheinemission in Höhe von 215,0 Millionen Euro und 5,0 Millionen Euro aus eigenen liquiden Mitteln finanziert. Des Weiteren ist eine Rückzahlung in Höhe von 50,0 Millionen Euro auf den revolvingenden Kreditrahmen des bestehenden Konsortialkreditvertrags sowie 0,6 Millionen Euro an Rückzahlung von sonstigen Verbindlichkeiten enthalten. Außerdem enthalten ist die Aufnahme einer langfristigen Verbindlichkeit in Höhe von 250,0 Millionen Euro aus der gezogenen revolvingenden Akquise-Kreditlinie sowie Zahlungsmittelabflüsse für die Auszahlung der Dividende für das Geschäftsjahr 2017 an die Aktionäre in Höhe von 60,3 Millionen Euro sowie für Zinszahlungen in Höhe von 10,1 Millionen Euro.

Insgesamt stiegen die verfügbaren Zahlungsmittel im Geschäftsjahr 2018 um 1,7 Millionen Euro auf 58,4 Millionen Euro zum 31. Dezember 2018 von 56,7 Millionen Euro am 31. Dezember 2017.

Scout24 verfügte im Geschäftsjahr 2018 jederzeit über genügend Liquidität, um ihren fälligen finanziellen Verpflichtungen nachzukommen.

Vermögenslage

Die Bilanzsumme des Konzerns belief sich zum 31. Dezember 2018 auf 2.464,7 Millionen Euro und nahm damit gegenüber dem Vorjahr um 324,2 Millionen Euro oder 15,1% zu (31. Dezember 2017: 2.140,5 Millionen Euro).

Die langfristigen Vermögenswerte stiegen um 270,6 Millionen Euro auf 2.295,8 Millionen Euro (31. Dezember 2017: 2.025,2 Millionen Euro). Der Anstieg des Geschäfts- oder Firmenwerts um 27,2% von 836,7 Millionen Euro auf 1064,1 Millionen Euro ist im Wesentlichen durch die Akquisition von FINANZCHECK.de (Zugang Geschäfts- oder Firmenwert: 236,6 Millionen Euro) bedingt. (Weitere Details zu den [Veränderungen im Konsolidierungskreis](#) sind im Kapitel [2.1 Unternehmenserwerbe in der Berichtsperiode](#) zu entnehmen). Weiterhin wirkten sich ein Nettoanstieg von 31,0 Millionen Euro der Nutzungsrechte aus Leasingvereinbarungen aus der Anwendung von IFRS 16 (37,1 Millionen Euro Bilanzzugang gemindert um 6,6 Millionen Euro Abschreibung für das Geschäftsjahr 2018) sowie ein Anstieg der Sachanlagen um 5,2 Millionen Euro positiv auf die langfristigen Vermögenswerte aus. Gegenläufig wirkten sich Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte, die aus Kaufpreisallokationen entstanden sind, in Höhe von 36,8 Millionen Euro aus.

Die kurzfristigen Vermögenswerte stiegen von 115,3 Millionen Euro auf 168,9 Millionen Euro, im Wesentlichen bedingt durch den Anstieg der finanziellen Vermögenswerte um 6,3 Millionen Euro auf 7,4 Millionen Euro (2017: 1,1 Millionen), den Anstieg der sonstigen Vermögenswerte um 2,6 Millionen Euro auf 10,1 Millionen Euro (2017: 7,5 Millionen Euro), sowie den Ausweis von zur Veräußerung gehaltener Vermögenswerte in Höhe von 33,8 Millionen Euro (2017: 0 Millionen Euro). Weitere Details zu den zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerten sind im [Kapitel 4.9 Zur Veräußerung gehaltene langfristige Vermögenswerte](#) zu entnehmen.

Die kurzfristigen Verbindlichkeiten sind im Berichtszeitraum um 12,4 Millionen Euro auf 148,0 Millionen Euro gegenüber 159,2 Millionen Euro im Vorjahr gesunken, hauptsächlich bedingt durch den Rückgang der kurzfristigen finanziellen Verbindlichkeiten um 50,1 Millionen Euro auf 29,4 Millionen Euro (2017: 79,5 Millionen Euro), im Wesentlichen bedingt durch die Tilgung von Bankverbindlichkeiten in Höhe von 50,0 Millionen Euro. In den kurzfristigen Verbindlichkeiten sind außerdem 11,7 Millionen Euro im Zusammenhang mit zur Veräußerung gehaltenen langfristigen Vermögenswerten enthalten.

Die langfristigen Verbindlichkeiten nahmen um 228,1 Millionen Euro auf 1.143,9 Millionen Euro zum 31. Dezember 2018 zu (31. Dezember 2017: 915,8 Millionen Euro). Dies ist im Wesentlichen auf den Anstieg der finanziellen Verbindlichkeiten im Rahmen der Refinanzierung und der Aufnahme einer zusätzlichen revolvingenden Akquise-Kreditlinie, der Bilanzierung von Verbindlichkeiten aus Leasingverhältnissen im Zusammenhang mit IFRS 16 sowie auf Rückstellungen für anteilsbasierte Vergütung zurückzuführen.

Das Eigenkapital stieg von 1.065,5 Millionen Euro auf 1.172,8 Millionen Euro. Entsprechend beträgt die Eigenkapitalquote zum 31. Dezember 2018 47,6% (31. Dezember 2017: 49,85%).

Gesamtaussage

Die Scout24-Gruppe hat mit der sehr positiven Geschäftsentwicklung in der Berichtsperiode ihren Fokus auf nachhaltiges und profitables Wachstum erneut unter Beweis gestellt. Wir haben unser Wachstum im Wesentlichen organisch, aber auch durch gezielte, unser Marktnetzwerk stärkende Akquisitionen, erreicht. Darüber hinaus haben wir die Neuausrichtung unserer Organisation auch im Jahr 2018 zielstrebig vorangetrieben und die Nutzung von Synergien gefördert.

Die Entwicklung unserer EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit spiegelt den Erfolg unserer Strategie wider. Auf Basis unserer Margenqualität, einer starken Cash Contribution,⁵⁴ einer soliden Bilanzstruktur sowie dem guten Verschuldungsgrad, befinden wir uns in einer hervorragenden Position, die Transformation unserer Gesellschaft von einem Anbieter digitaler Kleinanzeigenportale zu dem branchenführenden Anbieter digitaler Marktnetzwerke voranzutreiben, sowie unsere Ertragskraft zu behaupten und weiter zu steigern.

⁵⁴ Cash Contribution ist definiert als EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit vermindert um Investitionen (bereinigt).

Risiko- und Chancenbericht

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

Gesamtaussage zur Risikolage aus Sicht der Unternehmensleitung

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

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

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

Wir bewerten daher die Risiken zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Lageberichts als begrenzt, die Gesamtrisikolage ist beherrschbar. Gegenüber der Berichterstattung zum Jahresabschluss am 31. Dezember 2017 hat sich keine (grundlegende) Änderung der Gesamtrisikolage ergeben. Es sind derzeit keine Risiken erkennbar, die einzeln oder zusammen mit anderen Risiken zu einer signifikanten oder dauerhaften Beeinträchtigung der Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage der Scout24-Gruppe führen könnten bzw. als bestandsgefährdend anzusehen wären.

Risikomanagementsystem, Compliance Management System und Internes Kontrollsystem

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

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

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

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

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

Unser Chancenmanagement ist primär ausgerichtet auf die Identifizierung von relevanten Marktentwicklungen mit Wertschöpfungspotenzial entlang unseres Angebots an Produkten und Dienstleistungen für unsere Nutzer und für unsere Kunden. Die Bewertung der Chancen erfolgt in Bezug auf Eintrittswahrscheinlichkeit und der potenziellen positiven Auswirkung nach qualitativen Parametern.

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

Grundlagen des Risiko- und Chancenmanagements der Scout24-Gruppe

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

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

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

Organisatorische Verankerung des Risiko- und Chancenmanagements

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

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

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

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

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

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

Risikoprävention und Sicherstellung von Compliance

Risikoprävention ist ein wesentliches Element des Risikomanagementsystems und integrativer Bestandteil der ordentlichen Geschäftstätigkeit. Konzerneinheitliche Standards für den systematischen Umgang mit Risiken und Chancen stellen dabei die Basis für eine erfolgreiche Risikoprävention und Compliance dar. Diese Standards werden im Governance, Risk & Compliance Handbuch (GRC-Handbuch) der Scout24-Gruppe festgelegt und vom Vorstand in Kraft gesetzt. Der dort festgelegte GRC-Kernprozess, für den die Abteilung Risk Management & Compliance zuständig ist, sichert die standardisierten Verfahren zur Beurteilung, Analyse und Berichterstattung von Risiken sowie die implementierten Steuerungsmaßnahmen. Der GRC-Kernprozess bietet konsistente, vergleichbare und transparente Informationen und unterstützt so wichtige Entscheidungsfindungen.

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

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

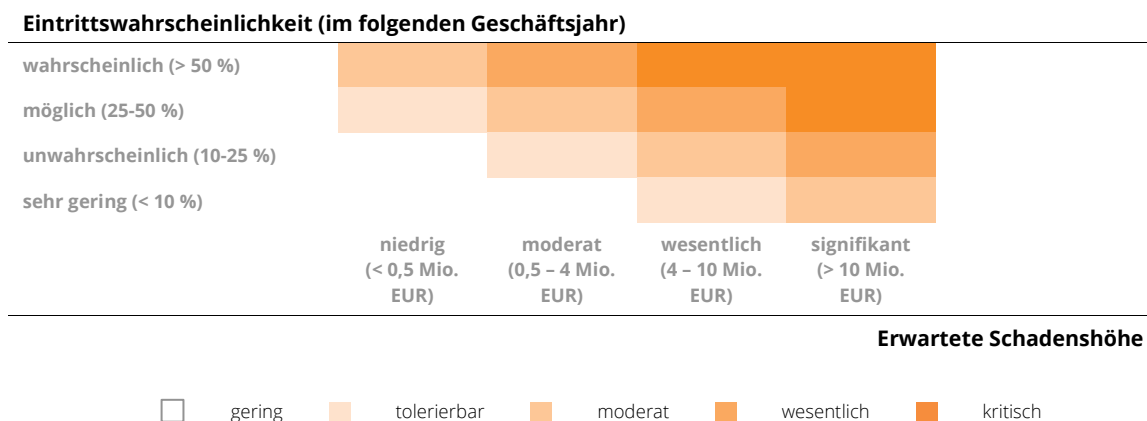
Entwicklung der Risikobeurteilung

Am Beginn des Prozesses steht die Identifikation wesentlicher Risiken. Dabei werden Risiken, die eine bestimmte Wesentlichkeitsgrenze überschreiten oder eine subjektive Dringlichkeit darstellen, ad hoc vom Risk-Owner oder über den „Vice President Risk Management“ an den Vorstand herangetragen. Ein unterjähriges Reporting orientiert sich an spezifischen Ausprägungen und basiert auf moderierten Risk Assessments und entsprechenden regelmäßigen Aktualisierungen durch die Fachbereiche. Als Frühwarnindikatoren werden quartalsweise Veränderungen des Risikoinventars verwendet. Ende 2018 wurde das Frühwarnsystem um automatisierte Betrugsindikatoren (sog. Fraud Risk Red Flags) für Schlüsselprozesse erweitert.

Die Risikobewertung erfolgt unter Berücksichtigung der erwarteten Auswirkungen auf die Ertrags-, Finanz- und Vermögenlage sowie geschätzter Eintrittswahrscheinlichkeiten als „gering“, „tolerierbar“, „moderat“, „wesentlich“, oder „kritisch“. Die Grundlage der Bewertung der Risiken erfolgt nach quantitativen Parametern, d.h. der Eintrittswahrscheinlichkeit in Prozent und der potenziellen Schadenshöhe in Euro. Die Quantifizierung soll dabei primär die Relevanz des angegebenen Risikos verdeutlichen. Die Bewertung des monetären Schadenausmaßes obliegt den Unternehmenseinheiten. Der Zeithorizont für die Einschätzung von Risiken beträgt 1 Jahr für die Eintrittswahrscheinlichkeit und ca. 2-3 Jahre für die potenzielle Schadenshöhe.

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

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



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

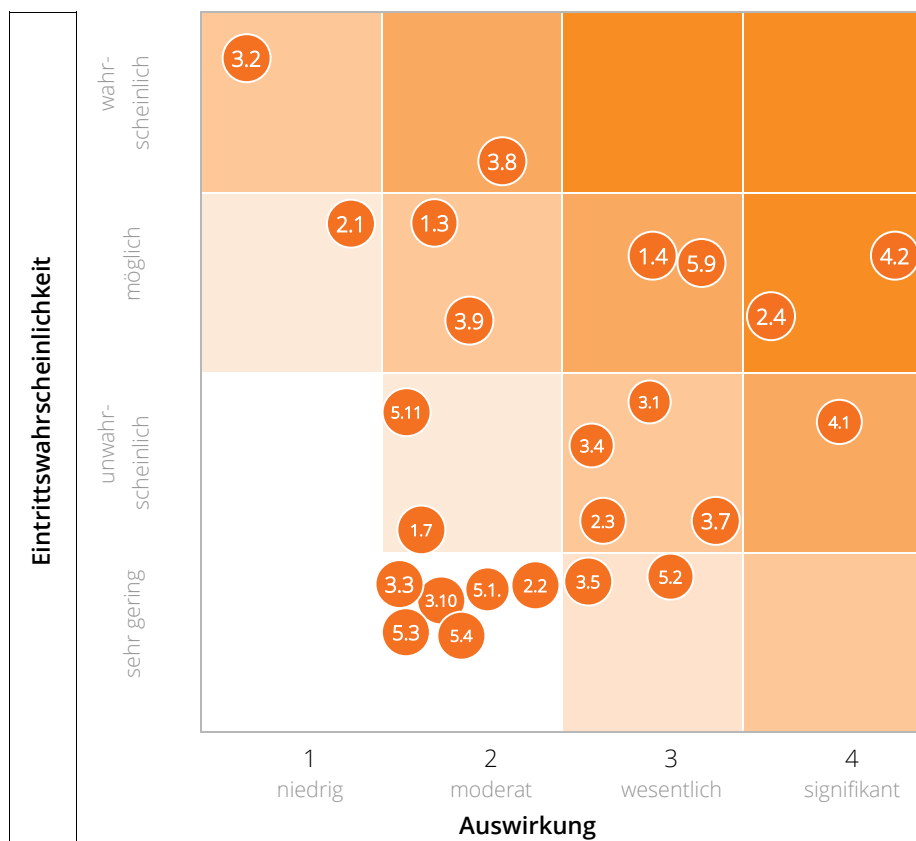
Der dritte Schritt umfasst schließlich die Risikosteuerung. Bei Vorliegen bestimmter Risikoindikatoren im Verhältnis zu den definierten Wesentlichkeitsgrenzen werden Gegenmaßnahmen entwickelt und eingeleitet. Die definierten Maßnahmen und Risiken werden im Rahmen unterjähriger Berichterstattungen an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

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

Gesamtrisikosituation, Risikocluster und Risikofelder

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

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



Die vorhergehende Darstellung berücksichtigt nur Risikocluster, deren Netto-Schadenserwartungswert mindestens 500 Tausend Euro beträgt oder die eine gewichtete Eintrittswahrscheinlichkeit von größer als 10 Prozent aufweisen.

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

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

Externe Risiken

1.3 Rechtliches Umfeld

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

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

Wir unterliegen zudem einer Vielzahl von Gesetzen und Reglementierungen, von denen viele noch nicht gefestigt oder in der Entstehung sind. Diese umschließen auch die zum Teil sehr öffentlichkeitswirksamen Rechtsgebiete des Verbraucherschutzes, Datenschutz, E-Commerce und Wettbewerbsrecht. Kartell- oder wettbewerbsrechtliche Klagen oder Ermittlungen können zudem Änderungen unseres Geschäftsbetriebs notwendig machen. Auch die erstmalige Anwendung neuer regulatorischer Anforderungen als Kontoinformationsdienst im Rahmen des Zahlungsdienstenaufsichtsgesetz (ZAG) bei FINANZCHECK.de fällt in diesen Rahmen.

Die EU-Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO oder GDPR für „General Data Protection Regulation“) wurde am 25. Mai 2018 rechtswirksam und gilt in der gesamten EU. Damit erhöhen sich die möglichen Bußgelder für Verstöße drastisch und stellen ein nicht zu unterschätzendes Risiko dar. Signifikante Verstöße gegen die Vorgaben der EU-weiten Verordnung können im Einzelfall Geldbußen von bis zu 20 Millionen Euro beziehungsweise von bis zu 4 Prozent des gesamten weltweit erzielten Jahresumsatzes nach sich ziehen. Die DSGVO regelt den Schutz natürlicher Personen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten.

Im Rahmen unserer operativen Tätigkeit erhalten und verarbeiten wir die Daten von Kunden und Nutzern. Die Nutzer unserer Plattformen vertrauen uns nicht nur ihre für die Registrierung notwendigen Daten, sondern darüber hinaus Informationen über ihre persönlichen Lebensverhältnisse an. Die Speicherung und Verarbeitung der Daten erfolgen dabei immer im Rahmen der gesetzlichen Vorgaben, und wir schützen alle Daten und Informationen vor unbefugtem Zugriff. Den Risiken des Datenverlustes, der unerlaubten Datenweitergabe oder Nutzung begegnen wir durch Sicherung der uns anvertrauten Kunden- und Nutzerdaten durch aktuelle Technologien und Sicherheitskonzepte, sowie entsprechende interne Regelungen und Prozesse. Dennoch könnten unsere Daten trotz unserer umfangreichen Sicherheitsvorkehrungen durch illegale Zugriffe Krimineller intern wie extern ausgespäht, verkauft, gelöscht, veröffentlicht, oder anderweitig kompromittiert werden.

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

Bereits frühzeitig haben wir unsere Prozesse, Verantwortlichkeiten und unsere Organisationsstruktur an die Erfordernisse der DSGVO angepasst und zum Teil neu aufgestellt, um bei Inkrafttreten der Gesetzesänderung den verschärften Anforderungen der DSGVO zu entsprechen. Dennoch stellen die erhöhten Anforderungen und potenziell höheren Geldbußen im Ergebnis ein höheres unternehmerisches Risiko als im Vergleich zum Vorjahr dar.

Aufgrund der Bedeutung von Daten für unser Geschäftsmodell stufen wir Risiken im Zusammenhang mit Datenschutz und insbesondere mit Datensicherheit, in Verbindung mit den dazugehörigen Risiken aus Verstößen gegen gesetzliche Vorschriften, trotz unserer umfangreichen technischen Sicherungsmaßnahmen, internen Regeln und Prozessen, als tolerierbar ein (siehe Tabelle oben, 5.2. Datenschutz & Datensicherheit.)

Neben den genannten Risiken birgt die erfolgreiche Umsetzung der neuen EU-Datenschutzanforderungen Chancen für die Umsatzentwicklung sowie für die Kundenbindung.

Am 1. Juni 2015 trat in Deutschland eine gesetzliche Neuregelung in Kraft, wonach nun der Immobilieneigentümer in seiner Eigenschaft als Vermieter die Kosten des von ihm beauftragten Maklers tragen muss („Bestellerprinzip“). Dies hat zu einer strukturellen Verschiebung von Vermietungen über Makler hin zu erhöhten privaten Vermietungen geführt sowie weiterhin die Maklerprovision für Mietobjekte erheblich reduziert. Unter anderem als Folge davon, hat sich die Anzahl der Makler in Deutschland verringert.

Zurzeit wird eine politische Debatte über die Ausweitung des „Bestellerprinzips“ auf den Immobilienverkauf geführt, ein entsprechender Gesetzesentwurf der Regierungsoption wurde bereits im September 2018 veröffentlicht. Am 25.2.2019 ist ein Referentenentwurf der Bundesregierung, datiert vom 28.1.2019, mit dem Titel „Entwurf eines Gesetzes zur Stärkung des Bestellerprinzips bei der Vermittlung von Kaufverträgen über Wohnimmobilien“ vom Bundesjustizministerium in die Ressortabstimmung gegangen. Dieser Entwurf ist weder mit den einzelnen Ministerien noch mit den Koalitionspartnern abgestimmt. Mögliche Auswirkungen eines solchen Gesetzes zum „Bestellerprinzip“ beim Immobilienverkauf und der gesetzlichen Begrenzung von Maklerprovisionen auf die Geschäftstätigkeit der IS24 werden in „4.2 Verkauf, Marketing & Marke“ erläutert.

Am 1. August 2018 ist das Gesetz zur Einführung einer Berufszulassung für gewerbliche Immobilienmakler und Wohnimmobilienverwalter in Kraft getreten, wonach für Immobilienmakler und Wohnungseigentumsverwalter neue und qualitätssichernde Berufszulassungsregelungen geschaffen wurden. Für Immobilienverwalter gelten erstmals eine Zulassungspflicht und weitere Voraussetzungen, so z.B. eine nachgewiesene Zuverlässigkeit, geordnete Vermögensverhältnisse sowie der Abschluss einer Berufshaftpflichtversicherung. Für Immobilienmakler gilt nun zusätzlich zur bereits bestehenden Zulassungspflicht eine Fortbildungspflicht. Ob diese Anforderung in der Folge nachhaltig negative Auswirkungen auf den Kundenstamm und die Anzahl der Inserate dieser Kunden bei der IS24 haben kann, ist immer noch ungewiss. Seit Inkrafttreten des Gesetzes konnten wir jedenfalls keine negativen Auswirkungen auf die Umsätze von gewerblichen Kunden feststellen, mit denen IS24 einen Großteil der Umsätze erzielt.

Darüber hinaus unterliegen verkaufte und vermietete Immobilien Regelungen zur Energieeinsparung, die Verkäufer und Vermieter zur Erstellung eines Energieausweises verpflichtet. Die Anforderungen solcher Energieeinsparverordnungen können auch künftig erheblich verschärft werden, wie bereits in 2014 geschehen. Strengere Regulierung kann Auswirkungen auf das Anzeigenvolumen haben, wie z.B. bei der Einführung der Energieeinsparverordnung, die einen temporären Einbruch der Inserate zur Folge hatte.

Gleichermaßen verpflichtet die Energieverbrauchskennzeichnungsverordnung Verkäufer von energieverbrauchsrelevanten Produkten oder solchen, die CO₂ emittieren, wie beispielsweise Personenkraftwagen, zur Angabe bestimmter Informationen hinsichtlich Emissionen und Energieverbrauch. Verstöße gegen solche Angabepflichten bei Inseraten von Fahrzeugen auf den Plattformen von Scout24 können für die Kunden Rechtsstreitigkeiten mit Aufsichtsbehörden oder Umweltorganisationen zur Folge haben. Dadurch könnten Kunden generell davon Abstand nehmen, Fahrzeuge auf digitalen Marktplätzen wie AS24 zu inserieren oder, im Falle von Rechtsstreitigkeiten in Bezug auf ein Inserat bei AS24, Rechtsfolgen auf die Scout24 Plattform zurückzuführen. Infolgedessen könnte AS24 Kundenverluste und/oder Reputationsschäden erleiden.

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

Die Gesetzgebung diskutiert sowohl auf internationaler (OECD) als auch auf lokaler Ebene über die Möglichkeiten und etwaigen Änderungsbedarf bei der Besteuerung Digitaler Geschäftsmodelle. Ziel ist es, faire Mechanismen zu finden, die die Wertschöpfung am Leistungsort zu versteuern. Bei digitalen und hybriden Leistungsangeboten erschwert allerdings die fehlende physische Präsenz oder die Komplexität der immateriellen Wirtschaftsgüter (Plattformen, Nutzerdaten, Marken, usw.) die notwendige Bestimmbarkeit. Aktuelle Beispiele für diese Bestrebungen sind die Änderungen beim Transfer Pricing (BEPS Action Plan 13), die umsatzsteuerliche Haftung bei Marktplätzen oder auch die aktuellen Überlegungen zur potentiellen Quellenbesteuerung auf Online-Werbung bei ausländischen Anbietern. Scout24 erachtet die Risiken aus ggf. verspäteter Umsetzung dieser steuerlichen Änderungen für gering, da wir zeitnah mit unseren externen Steuerberatern diese Entwicklungen monitoren und etwaige Anwendbarkeit auf unser Geschäftsmodell regelmäßig evaluieren.

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

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

Schließlich ergeben sich aus der Akquisition von FINANZCHECK.de keine zusätzlichen Risiken aus regulatorischen Anforderungen für die Scout24-Gruppe.

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

1.4 Wettbewerb & Markt

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

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

Gegenüber 2017 haben wir in diesem Umfeld unserer Risikoeinschätzung insgesamt nicht geändert. Trotz des Markteintritts von neuen Wettbewerbern insbesondere in den letzten beiden Jahren im deutschen Markt waren wir aufgrund eigener erfolgreicher Produktentwicklungen in der Lage, unsere Marktposition zu halten und auszubauen. Im Immobilien- und im Automobil-Sektor betrifft dies u.a. den Start der Kleinanzeigenplattform von Facebook „Marketplaces“, und im deutschen Online-Gebrauchtwagenmarkt zusätzlich den Start der

US-basierten Plattform CarGurus.de und der deutschen Plattform HeyCar. In den USA sind CarGurus insbesondere dank der integrierten Fahrzeugbewertung bereits erfolgreich etabliert, die wir auf der AutoScout24 Plattform als First-Mover im deutschen Markt etabliert haben.

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

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

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

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

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

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

Finanzielle Risiken

2.4 Rechnungslegung

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

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

Operationale Risiken

3.7. IT-Risiken

Aus unserer Geschäftstätigkeit ergeben sich vielfältige Risiken in Bezug auf Informationssicherheit und Informationstechnologie, die wir aktuell einzeln und in Summe aufgrund unserer vielfältigen und erfolgreichen Aktivitäten zum Schutz unserer Infrastruktur allerdings als moderat einschätzen. Aufgrund der relativen Bedeutung dieses Risikoclusters und der Tatsache, dass sich diese Situation bei neu veröffentlichten Schwachstellen auch schnell ändern kann, haben wir uns, trotz der Tatsache, dass es nach unserer Einschätzung aktuell kein wesentliches Risiko darstellt und damit unterhalb der Berichtsschwelle liegt, dennoch dazu entschlossen, die wichtigsten Einflussfaktoren auf unser Geschäft zu skizzieren.

Portale wie unsere sind kontinuierlich der Gefahr von Hackerangriffen, welche sich auch ständig weiterentwickeln, ausgesetzt. Um die Sicherheit und Stabilität unserer Systeme zu gewährleisten, verfolgen wir unter anderem die Strategie hoch verfügbare Cloud-Dienstleister zu nutzen und zusätzlich Backups aller kritischen Daten und Systeme zu erstellen. Der Betrieb unserer Plattformen wird permanent überwacht, um im Störfall geeignete Maßnahmen mit kurzer Reaktionszeit einzuleiten. Eine umfangreiche, mehrstufige Absicherung unserer internen Systeme sowie personalisierte, rollenbasierte Zugänge bieten zudem Schutz vor unautorisierten Zugriffen sowie externen Angriffen. Auch unsere Kunden haben die Möglichkeit ihre Daten mit einem mehrstufigen Zugriffsschutz zu schützen. Darüber hinaus werden zudem regelmäßige intensive Penetrationstests von IT-Sicherheitsexperten durchgeführt. Nach wie vor nutzen wir die Expertise von Security Analysten über ein sogenanntes „Bug-Bounty“ Programm. Dabei prämiieren wir registrierte „White-Hat“-Hacker⁵⁵ für die Identifizierung und Meldung von potenziellen Angriffsvektoren. Hieraus leiten wir konsequent neue, risikoreduzierende Maßnahmen ab, die sowohl unsere Plattform als auch den internen wie externen Zugang zu unseren geschäftlichen Daten gegen unbefugten Zugriff absichern. Unsere kontinuierlichen Verbesserungen im Bereich Cyber-Security und das Schließen von Sicherheitsschwachstellen haben zu einer Reduzierung dieses Risikos im Geschäftsjahr beigetragen. Somit stufen wir das Risiko aktuell als moderat ein.

3.8 Projektmanagement

Wichtige Bestandteile eines erfolgreichen Projektmanagements sind die Bewertung der Ausgangslage, die Organisation des Projekts, Qualität der Umsetzung, Finanzierung, und Zielerreichung. Besondere Bedeutung kommt dabei der Bewertung der Ausgangslage bzw. -situation bei Projektbeginn zu. Dabei bestimmt die Bewertung der potenziellen Einflussfaktoren auf den Erfolg bestimmter Maßnahmen regelmäßig die Entscheidung über Art und Weise der geplanten Umsetzung. In jedem Fall wird immer der erwartete Nutzen eines Projekts den erwarteten negativen Konsequenzen gegenübergestellt. Zum Beispiel wird das Risiko vertreten, dass ein zusätzlicher Sicherheitsmechanismus zum Schutz der Profile von registrierten Nutzern durch einen Wechsel von einer freiwilligen zu einer verpflichtenden Nutzung von 2-Faktor-Authentifizierung bei Registrierung und Login von den Kunden aufgrund des höheren Aufwands abgelehnt werden könnte (sog. „Conversion-Verlust“) und damit negative Auswirkungen auf die Anzahl von Registrierungen und Umsatzentwicklung haben kann. Wir schätzen die Möglichkeit, dass im Rahmen der Projektplanung falsche Annahmen über negative Auswirkungen getroffen werden, die sich negativ auf die Kundenerfahrung und damit mittelfristig auf den Umsatz auswirken können, als wesentliches Risiko ein, mit hoher Wahrscheinlichkeit und moderater finanzieller Auswirkung.

⁵⁵ Begriffserläuterung: Sinngemäß Ausdruck für gutwillige Hacker

Strategische Risiken

4.1 Strategische Ausrichtung

Um unsere Marktposition zu sichern und auszubauen, setzen wir auf Wachstum in Deutschland und Europa. Unsere Bemühungen für wertsteigernde M&A-Transaktionen bringen auch Risiken mit sich, die erwarteten Ziele und Synergieeffekte nicht zu erfüllen. Unsere umfangreichen Kooperationen und M&A-Aktivitäten im Geschäftsjahr 2018 – insbesondere unser Kauf von FINANZCHECK.de Mitte des Jahres – haben zu einer leichten Erhöhung unserer Risikoeinschätzung geführt. Neben den Risiken aus einer potenziellen Nichterfüllung des jeweiligen Business Cases, z.B. in Bezug auf die Nutzung der Kundenbasis zur Direktansprache durch andere Unternehmen aus dem Verbund der Scout24 Unternehmensgruppe, sind hier insbesondere Risiken aus der Fehleinschätzung operativer Gegebenheiten bei den Zielgesellschaften zu nennen.

Aufgrund des im Vergleich zum Vorjahr insgesamt leicht gestiegenen Niveaus des Netto-Schadenerwartungswertes durch die Aggregation und Gewichtung gleichartiger Einzelrisiken in diesem Risikocluster stufen wir es insgesamt als wesentlich ein, mit unwahrscheinlichem Eintritt aufgrund unserer vorhandenen risikoreduzierenden Maßnahmen (wie z.B. die Einrichtung eines Post Merger Integration Project Management Offices sowie die Durchführung von Gap-Analysen mit strategischen Beratern), aber potentiell hoher negativer finanzieller Auswirkung im Ereignisfall.

4.2. Vertrieb, Marketing & Marke

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

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

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

Schließlich wird bereits seit 2017 eine politische Debatte zum Bestellerprinzip beim Immobilienkauf und einer gesetzlichen Begrenzung von Maklerprovisionen geführt. Einen ersten Gesetzesentwurf legte die Fraktion BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN im September 2018 dem Bundestag vor, in dem im Bereich der Vermittlung von Wohnimmobilien die Maklerprovision auf maximal 2% inkl. MwSt. begrenzt und festgelegt wird, dass der Makler nur von demjenigen, der ihn bestellt hat, eine Provision verlangen darf („Bestellerprinzip“). Am 25.2.2019 ist ein Referentenentwurf der Bundesregierung, datiert vom 28.1.2019, mit dem Titel „Entwurf eines Gesetzes zur Stärkung des Bestellerprinzips bei der Vermittlung von Kaufverträgen über Wohnimmobilien“ vom Bundesjustizministerium in die Ressortabstimmung gegangen. Dieser Entwurf ist weder mit den einzelnen Ministerien, noch mit den Koalitionspartnern abgestimmt. Deutschlandweit liegt die Maklerprovision beim Verkauf von Immobilien abhängig vom Bundesland derzeit zwischen 4,76% und 7,14% inkl. MwSt. In 11 von 16 Bundesländern wird die Maklerprovision hälftig zwischen Käufer und Verkäufer aufgeteilt (in den meisten Fällen bezahlt der Verkäufer hier bereits 3,57% inkl. MwSt.). Eine Prognose hinsichtlich der Ausgestaltung und der Auswirkung einer solchen Gesetzesänderung auf den Markt wird unterschiedlich diskutiert und bewertet. Seitens der Makler (u.a. Engel &

Völkers AG und Bundesverband für die Immobilienwirtschaft)⁵⁶ wurde bereits öffentlich gefordert, die hälftige Verteilung der Maklerprovision auf Käufer und Verkäufer gesetzlich festzulegen. Sollte es eine Gesetzesänderung zur Regulierung der Maklerprovision beim Immobilienkauf geben, erwarten wir für die IS24 in der ersten Zeit danach eine strukturelle Verschiebung von Inseraten von Maklern hin zu privaten Inseraten. Auf der anderen Seite sehen wir eine mögliche Gesetzesänderung als Chance zur Stärkung und zum Ausbau unserer Marktposition an. Wir sind schon frühzeitig mit unseren Maklerpartnern in eine aktive Diskussion zu nächsten möglichen Schritten gegangen, um unsere Produktstrategie und -portfolio an die sich ändernden Marktbedürfnissen anzupassen. Ziel ist es natürlich unsere Maklerkunden bei einer möglichen Gesetzesänderung bestmöglich zu beraten und zu unterstützen. Unser Vertrieb ist entsprechend vorbereitet und geschult, um diesen Prozess zu unterstützen (weiteres dazu siehe [Chancenbericht, 3.6](#)).

Bereits in 2015 haben wir bei der Einführung des Bestellerprinzips für Mietimmobilien Erfahrungen sammeln können, unsere Maklerpartner im Übergang unterstützt und unsere Marktposition erfolgreich verteidigt bzw. in Teilen sogar ausgebaut. Da ein Immobilienverkauf weit komplexer ist als die Vermietung einer Immobilie, gehen wir allerdings davon aus, dass die Auswirkungen auf die Maklerpartner geringer sein wird, als die bei der Einführung des Bestellerprinzips für Mietimmobilien.

Insgesamt haben die Risiken im Bereich Vertrieb, Marketing und Marke für uns eine kritische Bedeutung, da sie die Ausrichtung unseres Geschäftsmodells mittel- bis langfristig prägen. Aufgrund unserer intensiven Marktforschung und detaillierten Analyse sowie der bereits begonnenen Fokussierung unseres Produktportfolios halten wir das Risiko allerdings für beherrschbar.

Compliance Risiken

5.9. Know-how-Abfluss

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

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

⁵⁶ Immobilienzeitung 10.01.2019, IZ01-02/2019 S.9

Chancenbericht

Gesamtaussage zur Chancenlage aus Sicht der Unternehmensleitung

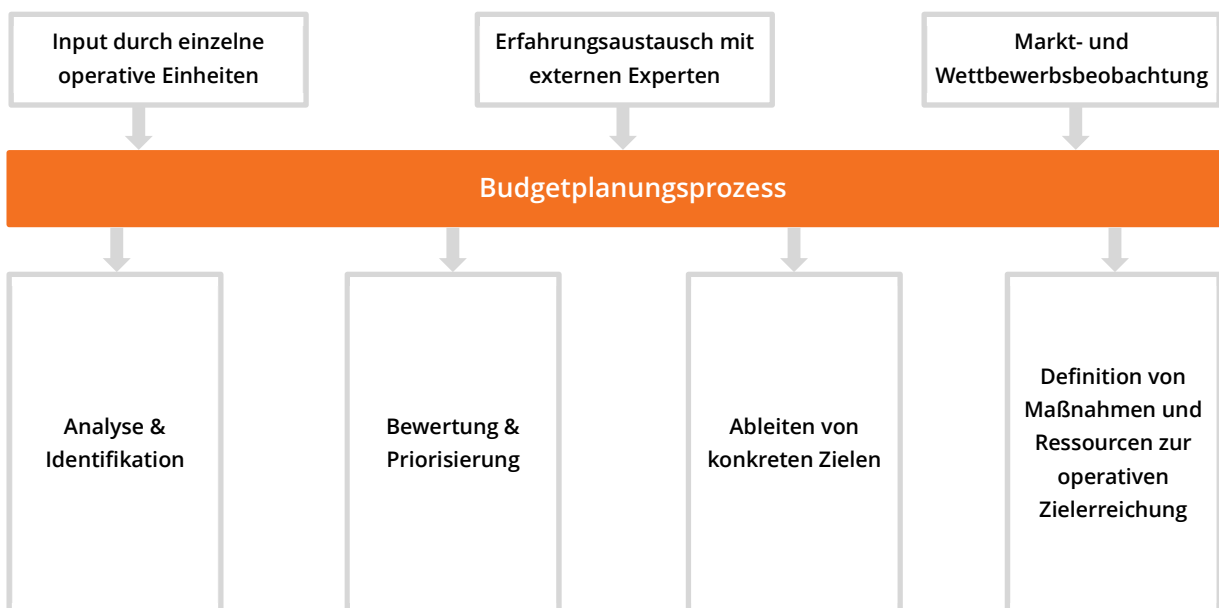
Das Internetgeschäft ist nach wie vor auf Wachstumskurs in Deutschland, Europa und weltweit. Insbesondere im Anzeigengeschäft verschieben sich die Geschäftsmodelle weg von Offline-Angeboten (wie zum Beispiel Printmedien) hin zu Online-Angeboten. So lag der Anteil der Ausgaben für Onlinewerbung bei 35,92 % im Jahr 2018 und soll im Jahr 2020 39,8 % erreichen.⁵⁷ 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. Wir sehen daher insgesamt alle am Markt operierenden Scout24-Gesellschaften auf Wachstumskurs.

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

Chancenmanagement

Unser Chancenmanagement ist Bestandteil des unternehmensinternen Steuerungssystems. Ziel ist es, Chancen möglichst frühzeitig zu erkennen und durch geeignete Maßnahmen zu nutzen. Das Management von Chancen ist in der Scout24-Gruppe dezentral in den Segmenten organisiert und wird von der Abteilung „Business Development & Strategy“ unterstützt. Die Abteilung steht in engem Kontakt mit den einzelnen operativen Einheiten und behält so einen detaillierten Überblick über die Geschäftssituation. Zudem dienen Markt- und Wettbewerbsanalysen sowie der Erfahrungsaustausch mit externen Experten als wichtige Quellen, um Wachstumsmöglichkeiten für die Scout24-Gruppe zu identifizieren. Die definierten Chancen werden im Rahmen des jährlichen Budgetplanungsprozesses erfasst. Dabei werden die relevanten Wachstumsoptionen priorisiert, konkrete Ziele abgeleitet, sowie Maßnahmen und Ressourcen zur operativen Zielerreichung festgelegt.



⁵⁷ ZenithOptimedia, Advertising Expenditure Forecasts, Dezember 2017

Strategische Chancen von übergeordneter Bedeutung – wie Strategieanpassungen oder mögliche Akquisitionen und Partnerschaften – werden auf Vorstandsebene behandelt. Das geschieht im Rahmen des jährlichen Budgetprozesses, bei aktuellen Themen in den turnusmäßigen Sitzungen des Executive Leadership Teams, sowie nach Bedarf bei sich kurzfristig ergebenden Chancen. Für diese Themen werden in der Regel unterschiedliche Chancen-Risiko-Analysen entwickelt und zur Entscheidung gestellt.

Analog zum Risikomanagement steht zu Beginn des Chancenmanagement-Prozesses die Identifikation von Chancen. Hierfür werden sogenannte „Opportunity Assessments“ (Chancen-Bewertungen) genutzt, die quartalsweise von der Abteilung Business Development & Strategy aktualisiert und berichtet werden. Die Chancenbewertung erfolgt unter der Berücksichtigung des erwarteten Nutzens sowie einer geschätzten Eintrittswahrscheinlichkeit. Der Zeithorizont für die Einschätzung von Chancen beträgt ca. 2-3 Jahre. Die Quantifizierung von Chancen verdeutlicht hierbei primär die Relevanz von Chancen und erfolgt durch die Bewertung über Bandbreiten. Im Gegensatz zur Risikobewertung werden Chancen nach qualitativen Merkmalen bewertet. Folgende Bandbreiten wurden hierfür festgelegt:

- **Sehr gut:** Existenzfördernde Chancen unterstützen die erfolgreiche Weiterentwicklung der Scout24-Gruppe oder einzelner Beteiligungen.
- **Solide:** Gute Chancen haben signifikanten Einfluss auf die Reputation, das Geschäftsmodell, die Liquidität, das Vermögen und Ergebnis.
- **Bemerkbar:** Gute Chancen haben merklichen Einfluss auf die Reputation, das Geschäftsmodell, die Liquidität, das Vermögen und Ergebnis.
- **Unbemerkbar:** Kleine Chancen haben geringen Einfluss auf die Reputation, das Geschäftsmodell, die Liquidität, das Vermögen und Ergebnis.
- **Nicht relevant:** Sehr niedrige Chancen haben so gut wie keinen Einfluss auf die Reputation, das Geschäftsmodell, die Liquidität, das Vermögen und Ergebnis.

Realisierungswahrscheinlichkeit

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

Erwarteter Nutzen

nicht relevant
 unbemerkbar
 bemerkbar
 solide
 sehr gut

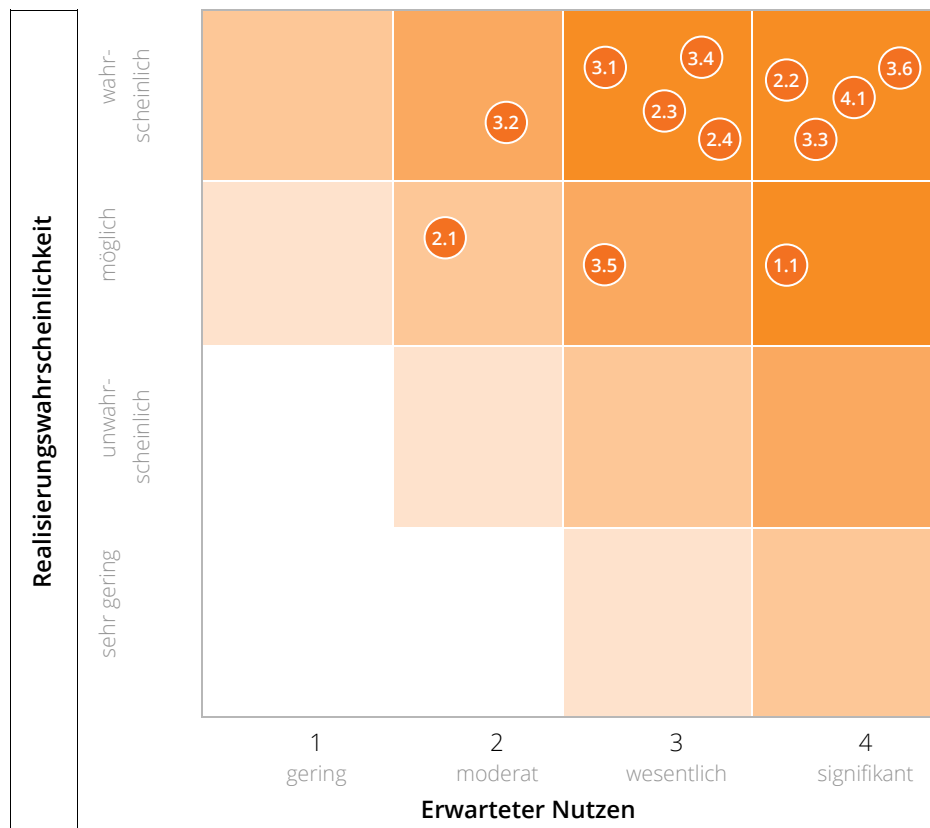
Chancen werden nicht – wie beim Risikomanagement – nach der Brutto-Netto-Methode bewertet. Maßnahmen zur Unterstützung der Verwirklichung von Chancen werden nicht gesondert inventarisiert oder berichtet.

Gesamtchancensituation, Chancencluster und Chancenfelder

Die Veränderungen der Chancensituation stellt sich im Vergleich zum Vorjahr wie folgt dar:

		Eintrittswahrscheinlichkeit	Quantitative Auswirkung	Veränderung*
1	Chancen aus der Entwicklung der Rahmenbedingungen			
1.1	Höherer „Share of Wallet“ durch die fortlaufende Verschiebung vom Offline- zum Online Marketing	möglich	signifikant	unverändert
2	Unternehmensstrategische Chancen			
2.1	Geschäftsfördernde Kooperationen	möglich	moderat	unverändert
2.2	Wertsteigerung durch erfolgreiche M&A Transaktionen	wahrscheinlich	signifikant	unverändert
2.3	Vorteile für die AS24 –Auslandsplattformen durch Teilhabe an Innovation im Rahmen des „One-Scout24“ Ansatzes	wahrscheinlich	wesentlich	unverändert
2.4	Umsatzsteigerung der Scout24-Marktplätze durch Überschneidung von Nutzerinteressen	wahrscheinlich	wesentlich	unverändert
3	Leistungswirtschaftliche Chancen			
3.1	Stabiles Geschäftsmodell mit starken Margen und hoher Cash-Flow Generierung	wahrscheinlich	wesentlich	unverändert
3.2	Wertsteigerung durch Leistungs-Verbesserung	wahrscheinlich	moderat	unverändert
3.3	Erweiterung der IS24 und AS24 – Portale um zusätzliche Produkte und Dienstleistungen	wahrscheinlich	signifikant	unverändert
3.4	Verbesserung der EBITDA – Marge bei AS24 durch die Zentralisierung von geschäftskritischen Prozessen	wahrscheinlich	wesentlich	unverändert
3.5.	Übererreichung von Post-Merger-Integrationszielen	möglich	wesentlich	Anstieg
3.6	Chance durch geänderte Gesetzgebung zum Bestellerprinzip beim Immobilienkauf	wahrscheinlich	signifikant	neu
4	Sonstige Chancen			
4.1	Weitere ARPU Steigerungen	wahrscheinlich	signifikant	unverändert

*im Vergleich zu 2017



Chancencluster, die aus heutiger Sicht die Entwicklung der Scout24-Gruppe beziehungsweise ihrer Beteiligungen relevant fördern können, sind nachfolgend dargestellt. Als relevant gelten hierbei alle Chancen, die in der zugrundeliegenden Chancenklassifizierung in den Feldern „sehr gut“ und „solide“ abgetragen sind. Dies sind typischerweise allerdings nicht die einzigen Chancen, die wir operativ verfolgen.

Wir schätzen die Gesamtchancenlage als aussichtsreich ein. Die Scout24-Gruppe sieht in den nächsten Jahren eine Reihe von Chancen, das Unternehmen erfolgreich weiterzuentwickeln.

Chancen aus der Entwicklung der Rahmenbedingungen

1.1 Höherer „Share of Wallet“⁵⁸ durch die fortlaufende Verschiebung vom Offline- zum Online-Marketing

IS24 ist das marktführende Immobilienanzeigenportal in Deutschland, gemessen an der Anzahl der Immobilieninserate und Kunden⁵⁹ sowie an Besucherzahlen und Nutzeraktivität⁶⁰. AS24 ist ein führender digitaler Automobilmarktplatz in Europa (Managementeinschätzung, basierend auf der Anzahl der Inserate und der monatlichen Einzelbesuche). Die Verbreitung des Internets in Deutschland und in Europa ist in den letzten zehn Jahren stark gestiegen. Die gleichzeitige Entwicklung einer Vielzahl digitaler Medien und E-Commerce Webseiten sowie mobiler Apps haben die Internetnutzung als einen festen Bestandteil im Leben der Konsumenten verankert. Die

⁵⁸ Erläuterung: Sinngemäß Umsatzanteil, Anteil an den Werbeausgaben unserer Kunden

⁵⁹ Managementeinschätzung

⁶⁰ Basierend auf Besucherzahlen (Unique Monthly Visitors, "UMV") und Nutzeraktivität, comScore Dezember 2018 (Desktop PC für Besucherzahlen, Desktop PC und mobile Endgeräte hinsichtlich Nutzeraktivität)

Scout24 Plattformen erreichen rund 16,1 Millionen Besucher im Monat⁶¹ und bereits heute greifen nahezu 77% der Nutzer über mobile Endgeräte auf unsere Services zu, die geräteübergreifend nutzbar sind⁶². Die eigenen Apps wurden bereits mehr als 4,2 Millionen Mal heruntergeladen⁶³, was die Attraktivität unserer Plattformen unterstreicht.

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

Unternehmensstrategische Chancen

2.2 Wertsteigerung durch erfolgreiche Merger & Acquisition-Transaktionen

Wir glauben, dass wir durch relevante Zukäufe neue Werte schaffen können. Hierbei legen wir bei der Identifizierung und dem Abschluss von neuen M&A-Transaktionen besonderen Wert auf die Unterstützung des Wachstums in unserem Kerngeschäft sowie entlang der Wertschöpfungskette des gesamten Immobilienverkaufs- bzw. Vermietungsprozesses oder des Automobilmarktes hinweg.

Wesentlicher Mehrwert für das Kerngeschäft von Scout24 liegt bei relevanten Transaktionen in der Verstärkung der wesentlichen operativen Erfolgskennzahlen eines Geschäftsbereichs (Listings und Traffic, sowie Beitrag zu Umsatz und EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit). Durch gezielte Transaktionen, wie zum Beispiel die Akquisition von FINANZCHECK.de, können wir ein verbessertes und größeres Angebot für unsere Nutzer schaffen und gleichzeitig unseren Kunden eine höhere Reichweite bieten.

Aus den Aktivitäten des Bereichs Scout24 Consumer Services, welcher die Kompetenzen im Bereich Dienstleistungen entlang der Wertschöpfungskette im Immobilien- oder Automobilmarkt bündelt, können sich ebenfalls wesentliche Chancen ergeben durch die Möglichkeit, Nutzern unserer Portale zusätzliche Produkte und Lösungen anzubieten, die sich in Bezug auf unterschiedliche operative Erfolgskennzahlen positiv auswirken können (beispielsweise auf die Anzahl der Unique Monthly Visitors, oder, im Falle von kostenpflichtigen Angeboten, auch in Form eines Umsatzbeitrages). Wir bewerten diese Chance als sehr gut.

2.3 Vorteile für die AS24 –Auslandsplattformen durch Teilhabe an Innovation im Rahmen des „OneScout24“ Ansatzes

Die Ähnlichkeiten bei den Verkaufsprozessen und Anzeigenschaltungen für Automobile und Immobilien erlauben uns, unsere Expertise und unsere bewährten Praktiken für beide Bereiche zu nutzen, die Abläufe zu optimieren und operative Synergien zu nutzen. So können wir beispielsweise insbesondere mit unseren Neuentwicklungen für mobile Endgeräte den Zugriff auf unser Angebot beschleunigen und die Benutzerfreundlichkeit für unsere Kunden und Nutzer in unserem AS24-Segment, insbesondere für unsere ausländischen Plattformen, verbessern. Parallel dazu versuchen wir, durch Produktinnovation unseren Händlerkunden beständig einen

⁶¹ AGOF digital facts, 2018-12

⁶² Schätzung des Managements, basierend auf der Summe der Besuche der IS24 und AS24 Plattformen (nicht dedupliziert) über mobile Endgeräte, mobil-optimierte Webseite und Apps im Verhältnis zu der Summe der gesamten Besuche, gemessen mit dem eigenen Traffic Monitor (Google Analytics), Dezember 2018.

⁶³ Schätzung des Managements.

steigenden Mehrwert zu liefern und somit unsere Position im Vergleich zu unseren Hauptwettbewerbern zu verbessern. Eine konsequente Umsetzung dieser Strategie könnte mittelfristig zu einer weiteren Steigerung der EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit unseres AS24-Segments führen. Wir bewerten diese Chance als sehr gut.

2.4 Umsatzsteigerung der Scout24-Marktplätze durch Überschneidung von Nutzerinteressen

Der Vorstand schätzt, dass sich 30 % der AS24 Nutzer in Deutschland gleichzeitig auch für eine Immobilie interessieren und umgekehrt 43 % der IS24 Nutzer in Deutschland sich auch für ein Auto interessieren⁶⁴. Diese deutliche Überschneidung der Nutzerinteressen erlaubt es Scout24, den Konsumenten entsprechende Produkte und Dienstleistungen anzubieten und gleichzeitig Unternehmen, die an einem Zugang zu einer großen und qualifizierten Kundenbasis von zirka 17 Millionen monatlichen individuellen Nutzern interessiert sind, effiziente Möglichkeiten für zielgruppengenaue Werbeaussteuerung und Neukundengewinnung zu eröffnen.⁶⁵ Wir bewerten diese Chance als sehr gut.

Leistungswirtschaftliche Chancen

3.1 Stabiles Geschäftsmodell mit starken Margen und hoher Cash-Flow Generierung

Unsere Außenumsätze sind im Zeitraum von 2014 bis 2018 mit einer durchschnittlichen jährlichen Wachstumsrate von 11,4%⁶⁶ gestiegen und erreichten im Berichtszeitraum einen Betrag von 531,7 Millionen Euro. Unsere Umsatzerlöse sind nicht unmittelbar von den Marktpreisen von Immobilien und Automobilen oder der Anzahl der durchgeführten Immobilientransaktionen oder Autoverkäufe abhängig, sondern von der Anzahl und Anzeigedauer der von unseren Kunden geschalteten Anzeigen. Durch unsere zuletzt eingeführte individuellere Preisgestaltung, insbesondere durch die Einführung von individuell hinzubuchbaren Sichtbarkeitsprodukten, lösen wir unsere Preisgestaltung zudem zunehmend von konkreten Anzeigenkontingenten unserer Kunden.

Durch unser Marktplatzmodell und unsere führende Marktposition profitieren wir von einem hohen operativen Leverage und somit von unterproportionalem Kostenwachstum im Vergleich zum Umsatz. Unser Konzern erwirtschaftete im Berichtszeitraum ein EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit in Höhe von 291,5 Millionen Euro und damit eine EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit von 54,8%. Wir glauben, dass unsere EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit noch weiter verbessert werden kann. Der vergleichsweise geringe Investitionsbedarf unseres Geschäftsmodells führt zu einer signifikanten Cashflow-Generierung. Wir bewerten diese Chance als sehr gut.

3.2 Wertsteigerung durch Leistungs-Verbesserung

Ein wesentlicher Bestandteil unserer operativen Unternehmensführung ist die Verbesserung unserer Leistungsmerkmale durch messbare Leistungsindikatoren, wie Bestand an Anzeigen („Listings“) sowie an Nutzerreichweite bzw. Besucherzahlen („Traffic“). Ziel unserer internen Steuerung ist eine Verbesserung der Leistung der einzelnen operativen Einheiten. Die Steuerung des Umsatzes nach Hauptkundengruppen sowie der entsprechenden direkten Umsatztreiber unterstreicht diesen Ansatz und ermöglicht eine individuelle Steuerung der unterschiedlichen Einflussfaktoren des Segmentergebnisses. Die Umstellung unserer Segmentberichterstattung im Jahr 2018 haben die Steuerungsmöglichkeiten sowie die Transparenz innerhalb der Segmente erhöht und somit weiterhin zur Ausrichtung auf nachhaltiges und profitables Wachstum beigetragen. Wir bewerten diese Chance als solide.

⁶⁴ Managementeinschätzung; Basierend auf eigener Untersuchung im Rahmen der Neuausrichtung der Strategie und Straffung des Portfolios in Februar 2014.

⁶⁵ AGOF digital daily facts 2018-12

⁶⁶ Unter Berücksichtigung von Akquisitionen

3.3 Erweiterung der IS24 und AS24 – Portale um zusätzliche Produkte und Dienstleistungen

Die führende Position der IS24-Plattform nach Zugriffszahlen und Nutzeraktivität⁶⁷ in Deutschland und eine der führenden Positionen der AS24-Plattform auf europäischer Ebene geben uns einen starken und weitreichenden Zugang zu kaufbereiten Nutzern und sollten es uns ermöglichen, aus unserer Reichweite zusätzliche Erträge zu erzielen, zum Beispiel indem wir entlang der Wertschöpfungskette weitere kostenpflichtige Dienstleistungen anbieten. Wir haben bereits erfolgreich erste Mehrwert-Dienstleistungsangebote eingeführt, die dazu dienen sollen, Kunden und Konsumenten während des gesamten Immobilien- bzw. Kraftfahrzeug-An- und Verkaufsprozesses bzw. Immobilienvermietungsprozesses zu unterstützen.

In 2015 wurde Scout24 Consumer Services, ehemals bekannt unter dem Namen „Scout24 Media“, als Bereich etabliert, welcher in beiden operativen Segmenten tätig ist und die Kompetenzen im Bereich Dienstleistungen entlang der Wertschöpfungskette im Immobilien- oder Automobilmarkt bündelt sowie die Generierung von Leads und den Verkauf von Werbeanzeigen vorantreibt. Dies trägt dazu bei, Scout24 als führenden Digitalvermarkter und als Marktnetzwerk rund um Immobilien und Automobile in Deutschland und Europa weiter zu positionieren. Ausgehend von der intensiven Nutzung unserer Marktplätze ist der Vorstand davon überzeugt, dass Scout24 gut positioniert ist, um Mehrwertdienste und Produkte anzubieten, die über die reine Anzeigenvermarktung hinausgehen. Beispielsweise erlaubt uns die Akquisition von FINANZCHECK.de im Jahre 2018, unseren Nutzern zusätzlich relevante Finanzprodukte zum richtigen Zeitpunkt im Auto- und Immobiliensuchprozess anzubieten. Diese relevanten Services verbessern das Erlebnis der Nutzer auf unseren Portalen und eröffnen Scout24 zusätzliche Möglichkeiten, an dem generierten Mehrwert zu partizipieren.

Wir bewerten diese Chance als sehr gut. Diese Chance und somit die wachsende Bedeutung der Scout24 Consumer Services spiegeln wir seit 2018 auch in unserer Berichterstattung wider und berichten diesen Bereich als eigenständiges operatives Segment.

3.4 Verbesserung der EBITDA-Marge bei AutoScout24 durch die Zentralisierung von geschäftskritischen Prozessen

AS24 profitiert durch seine europaweite Präsenz von Fixkostendegressionseffekten. Die europaweite Präsenz der Scout24-Gruppe erlaubt es, die Kosten für Teile des Geschäfts, insbesondere die Fixkosten für die Entwicklung und den Betrieb der Plattformen und der mobilen Apps, auf die Märkte umzulegen. Zudem ermöglicht die europaweite Reichweite, regionalen Autohändlern Zugang zur Nachfrage aus dem europäischen Markt zu verschaffen und damit die Zielgruppe der potenziellen Autokäufer zu erweitern. Mit Blick auf den grenzüberschreitenden Handel von Automobilen in Europa bietet dies erheblichen Mehrwert. Wir bewerten diese Chance als sehr gut.

⁶⁷ Basierend auf Besucherzahlen (Unique Monthly Visitors, "UMV") und Nutzeraktivität, comScore Dezember 2018 (Desktop PC für Besucherzahlen, Desktop PC und mobile Endgeräte hinsichtlich Nutzeraktivität)

3.5 Übererreichung von Post-Merger-Integrationszielen

Sofern wir in der Lage sind, unsere Post-Merger Integrationsziele zu übertreffen hat dies unmittelbare positive Auswirkungen auf das prognostizierte Umsatzwachstum und das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit (ooEBITDA) – und auch auf die Möglichkeit der Bereitstellung neuer, mehrwertschaffender Produkte für Kunden und Nutzer. So sehen wir zum Beispiel durch eine erfolgreiche Integration von FINANZCHECK.de erhebliche Synergiepotenziale für AutoScout24 und ImmobilienScout24. Neben dem Angebot von relevanten Finanzdienstleistungen für an einem Autokauf interessierte Nutzer ergibt sich für Scout24 auch die Möglichkeit, Autohändlern zusätzlich zu unseren Vermarktungsprodukten auch Services im Bereich Finanzierung anzubieten.

Wir bewerten diese Chance als solide.

3.6 Chance durch geänderte Gesetzgebung zum Bestellerprinzip beim Immobilienkauf

Die mögliche Einführung des Bestellerprinzips beim Immobilienkauf, also die gesetzliche Regelung, dass derjenige, der den Makler beauftragt, die Provision schuldet (in der Regel also der Verkäufer), könnte eine Reihe von positiven Effekten für IS24 haben.

Wir erwarten, dass die Einführung des Bestellerprinzips zu einer generellen Erhöhung des Wettbewerbs zwischen den Maklern führen wird und dadurch eventuell im Verlauf der Zeit zu Preisdruck auf die Maklercourtage. In der Folge erscheint es wahrscheinlich, dass Makler sich auf effizientere Marketingkanäle fokussieren. Dies sollte zu einer Reduzierung von Ausgaben für Offlinemarketing wie Print, etc., führen und zu einer steigenden Anzahl von Onlineinserate von Maklern führen. Als klarer Marktführer im Bereich der Online-Immobilienportale ist anzunehmen, dass IS24 von dieser Entwicklung profitieren würde.

Darüber hinaus erwarten wir, dass die Einführung eines Bestellerprinzips zu steigendem Wettbewerb zwischen den Maklern bei der Akquisition von Verkaufsmandaten führen wird. IS24 hat eine bereits existierende Produktpalette, die dazu geeignet ist, Makler beim Aufbau einer eigenen Online-Marke sowie bei der Online-Akquisition von Verkaufsmandaten zu unterstützen. Wir sehen IS24 gut gerüstet, um von diesem erwarteten Wettbewerb zwischen den Maklern zu profitieren. Die Makler haben einen entsprechenden Bedarf an weiteren Produkten und Services, die zur Stärkung der eigenen Marke dienen und ihnen helfen, neue Verkaufsmandate online zu akquirieren.

Des Weiteren – aufgrund des zu erwartenden steigenden Wettbewerbs zwischen den Maklern – erscheint es möglich, dass Kosten für die Bewerbung von Immobilienanzeigen zu einem steigenden Anteil von Maklern an Eigentümer weitergegeben werden. Eine derartige Entwicklung würde wahrscheinlich IS24 überproportional zu Gute kommen, da wir nach unserer Einschätzung die „führende Haushaltsmarke“ mit der höchsten Bekanntheit unter Eigentümern in Deutschland sind.

Sollten sich die Eigentümer entscheiden, weniger Maklerdienste zu Gunsten von mehr Transaktionen in Eigenregie in Anspruch zu nehmen, so ist unser IS24 Privatinserentengeschäft ebenfalls darauf vorbereitet, um von einem solchen Trend zu profitieren. Da wir nach unserer Einschätzung im Gesamtmarkt nach Listings die „führende Haushaltsmarke“ in Deutschland sind, würde eine derartige Entwicklung IS24 durch das gesteigerte Volumen der Privatinserate nützen und es würde die durchschnittliche Bereitschaft von Privatinserenten beeinflussen, für Inserate zu bezahlen.

Sonstige Chancen

4.1 Weitere ARPU Steigerungen

Unsere durchschnittlichen Umsatzerlöse pro Kernmakler beziehungsweise Kernhändler („ARPU“) haben weiteren Wachstumsspielraum, vergleicht man diese mit den durchschnittlichen Umsatzerlösen der relevanten Peer-Group aus Regionen, wo die Verschiebung von Offline-Medien zu Online-Anzeigenportalen bereits weiter fortgeschritten ist.

Wir sind der Meinung, dass der Mehrwert einer Präsenz auf unseren Plattformen für unsere Kunden fortlaufend zunimmt und der Markt sich kontinuierlich von Offline-Produkten (z.B. Printmedien) zu Gunsten von Online-Angeboten verschiebt. Wir sehen somit die Möglichkeit, durch Preisanpassungen und den Verkauf von zusätzlichen Sichtbarkeitsprodukten unsere ARPU weiter zu erhöhen. Basierend auf unserem hohen operativen Leverage, gehen wir davon aus, dass diese Entwicklung zu einer weiteren Steigerung der EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit beitragen kann. Wir bewerten diese Chance als sehr gut.

Prognosebericht

Das folgende Kapitel gibt einen Überblick der Erwartungen für das Geschäftsjahr 2019. Für nicht-finanzielle Leistungsindikatoren erfolgt keine Planung, so dass über diese nicht im Prognosebericht berichtet wird.

Markt- und Branchenerwartungen

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

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

Unternehmenserwartungen

Scout24 hat das Geschäftsjahr 2018 mit einem Umsatzwachstum von 12,5% und einer EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit von 54,8% erfolgreich abgeschlossen. Ohne Berücksichtigung des Beitrags der FINANZCHECK.de betrug das Umsatzwachstum 9,9% und die EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit 56,5%. Damit haben wir auch im Jahr 2018 unsere Strategie des nachhaltigen und profitablen Umsatzwachstums weiter vorangetrieben.

Der Ausblick für den Online-Werbemarkt in Deutschland und Europa bleibt positiv, da private Nutzer und Kunden immer stärker auf digitale Kommunikation setzen. Scout24 ist mit den führenden Plattformen, ImmobilienScout24 und AutoScout24, bestens positioniert, um von diesem fortschreitenden strukturellen Wandel zu profitieren. Beide Plattformen profitieren von der Verschiebung von Marketingbudgets von traditionellen (Print-) Medien in Richtung der Online-Medien. Dieser Entwicklung sowie dem steigenden Anspruch der Partner und Nutzer von Scout24 nach weiterer Digitalisierung entlang des gesamten Prozesses des Kaufs oder Verkaufs von Immobilien und Automobilen trägt auch das Segment Scout24 Consumer Services Rechnung. Scout24 ist auch in diesem Bereich aufgrund der intensiven Nutzung der Marktplätze IS24 und AS24 und der Synergien zwischen IS24 und AS24 hervorragend positioniert, dieses Potenzial weiter auszuschöpfen und Scout24 als Marktnetzwerk rund um Immobilien und Automobile in Deutschland und Europa weiter zu positionieren. Die im Jahr 2018 getätigte Akquisition von FINANZCHECK.de hat zum Ziel, das Angebot des Marktnetzwerkes, beispielsweise im Bereich der Automobilfinanzierung, zusätzlich zu erweitern.

Wir sind zuversichtlich, dass diese Dynamik auch im Jahr 2019 anhält und erwarten, dass die Konzernumsätze zwischen 15,0% und 17,0% wachsen werden. Bereinigt um Konsolidierungseffekte, d.h. unter Berücksichtigung des Beitrags von FINANZCHECK.de für das gesamte Jahr 2018⁶⁸ sowie ohne Berücksichtigung der Beiträge der entkonsolidierten Gesellschaften AS24 Spanien und classmarkets⁶⁹, 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.

⁶⁸ 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.

⁶⁹ 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.

Für das Geschäftsjahr 2019 rechnen wir derzeit mit nicht-operativen Kosten zwischen 25,0 Millionen Euro und 27,0 Millionen Euro. Wir erwarten nicht-wiederkehrende Aufwendungen im Wesentlichen im Rahmen von Post-Merger-Integration in Höhe von rund 7,0 Millionen Euro. Zusätzlich erwarten wir rund 16,0 Millionen Euro aus anteilsbasierter Vergütung. Einmalaufwendungen für Reorganisation sollten 3,0 Millionen Euro nicht überschreiten.

Schlussendlich gehen wir 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: 15,5 Millionen Euro) sowie das entsprechende EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit (2018: 9,0 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, werden aber zukünftig als Teil der Umsätze mit Händlern in Deutschland bzw. in den europäischen Kernmärkten berichtet.

Die wichtigsten Steuerungsgrößen, welche der Vorstand zur Beurteilung der Leistung der Segmente heranzieht, sind weiterhin Außenumsätze sowie EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit. 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	166,0	15,8%	88,2	53,1%
Scout24 Consumer Services	115,6	24,5%	40,6	35,1%
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 bereinigtes⁷⁰ 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.

⁷⁰ Bereinigung aus Konsolidierung: Ohne Berücksichtigung des Umsatzbeitrag der classmarkets in Höhe von 2,1 Millionen Euro für das Jahr 2018.

Für das Segment AS24 erwarten wir im Jahr 2019 einen Anstieg der Außenumsätze für die weiterhin vollkonsolidierten Einheiten⁷¹ 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 werden wir unsere Plattform für gewerbliche Automobile („TruckScout24“) veräußern und erwarten somit einen im niedrigen einstelligen Millionenbereich geringeren Umsatzbeitrag aus diesem Bereich. 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. Bereinigt um Konsolidierungseffekte⁷² entspricht dies einem Anstieg zwischen drei und vier Prozentpunkten.

⁷¹ 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.

⁷² Bereinigung aus Konsolidierung: Als wäre FINANZCHECK.de bereits seit dem 1. Januar 2018 Teil der Scout24-Gruppe gewesen.

Sonstige Angaben

Übernahmerelevante Angaben gemäß §§289a Abs. 1, 315a Abs. 1 HGB

Dargestellt werden die Angaben gemäß §289a Abs. 1, §315a Abs. 1 HGB zum 31. Dezember 2018.

Zusammensetzung des gezeichneten Kapitals

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

Direkte oder indirekte Kapitalbeteiligungen, die 10 % der Stimmrechte überschreiten

Zum 31. Dezember 2018 waren uns keine Kapitalbeteiligungen in Höhe von mehr als 10 % der Stimmrechte am Grundkapital bekannt.

Aktien mit Sonderrechten

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

Stimmrechtskontrolle bei Kapitalbeteiligungen von Arbeitnehmern

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

Ernennung und Abberufung der Vorstandsmitglieder, Satzungsänderungen

Die Bestellung und Abberufung der Vorstandsmitglieder erfolgt gemäß § 6 Abs. 2 der Satzung der Scout24 AG durch den Aufsichtsrat. Die weiteren Bestimmungen hierzu ergeben sich aus den §§ 84 und 85 AktG. Alle Satzungsänderungen bedürfen eines Beschlusses der Hauptversammlung mit einer Mehrheit von mindestens drei Vierteln des auf der Hauptversammlung vertretenen Grundkapitals. Es gelten die §§ 179 ff. AktG. Änderungen, die nur die Fassung betreffen, können gemäß § 10 Abs. 4 der Satzung vom Aufsichtsrat vorgenommen werden. Insbesondere ist der Aufsichtsrat berechtigt, die Fassung der Satzung nach vollständiger oder teilweiser Durchführung der Erhöhung des Grundkapitals aus dem in § 4 Abs. 6 der Satzung geregelten Genehmigten Kapital 2015 oder nach Ablauf der Ermächtigungsfrist entsprechend dem Umfang der Kapitalerhöhung aus dem Genehmigten Kapital 2015 anzupassen. Gleiches gilt im Falle der vollständigen oder teilweisen Ausnutzung des in § 4 Abs. 7 der Satzung geregelten bedingten Kapitals.

Befugnisse des Vorstandes zur Ausgabe oder zum Rückkauf von Aktien

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

- wenn die neuen Aktien gemäß § 186 Absatz 3 Satz 4 AktG gegen Bareinlagen zu einem Ausgabebetrag ausgegeben werden, der den Börsenpreis der bereits börsennotierten Aktien nicht wesentlich unterschreitet und der anteilige Betrag der nach § 186 Absatz 3 Satz 4 AktG unter Ausschluss des Bezugsrechts ausgegebenen Aktien am Grundkapital zehn von Hundert (10 %) des Grundkapitals zum Zeitpunkt der Eintragung dieser Ermächtigung in das Handelsregister oder zum jeweiligen Zeitpunkt der Ausübung der Ermächtigung nicht übersteigt. Auf diese Begrenzung sind diejenigen Aktien anzurechnen, die während der Wirksamkeit dieser Ermächtigung bis zum Zeitpunkt der Ausübung der jeweiligen Ermächtigung in direkter oder entsprechender Anwendung des § 186 Abs. 3 Satz 4 AktG unter Ausschluss des Bezugsrechts der Aktionäre ausgegeben oder veräußert wurden. Ebenfalls anzurechnen sind diejenigen Aktien, die von der Gesellschaft aufgrund von zum Zeitpunkt der jeweiligen Ausübung der Ermächtigung ausgegebenen Wandel/Optionsschuldverschreibungen ausgegeben wurden bzw. noch ausgegeben werden können, sofern die Wandel/Optionsschuldverschreibungen nach dem Wirksamwerden dieser Ermächtigung in direkter oder entsprechender Anwendung des § 186 Abs. 3 Satz 4 AktG unter Ausschluss des Bezugsrechts der Aktionäre durch die Gesellschaft oder ihre Konzerngesellschaften ausgegeben wurden;
- für Kapitalerhöhungen gegen Sacheinlagen, insbesondere um die neuen Aktien Dritten beim Erwerb von Unternehmen, Unternehmensteilen oder Beteiligungen an Unternehmen anbieten zu können;
- für Spitzenbeträge;
- zur Ausgabe von Aktien an Arbeitnehmer der Gesellschaft und Arbeitnehmer und Mitglieder der Geschäftsführung nachgeordneter verbundener Unternehmen, im Hinblick auf Arbeitnehmer auch unter Wahrung der Anforderungen des §204 Abs. 3 AktG;
- um Inhabern von Wandel- oder Optionsrechten bezogen auf Schuldverschreibungen, die von der Gesellschaft oder deren nachgeordneten Konzernunternehmen ausgegeben werden, ein Bezugsrecht zu gewähren.

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

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

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

Durch Beschluss der Hauptversammlung am 21. Juni 2018 ist das Grundkapital um bis zu Euro 10.760.000 durch Ausgabe von bis zu 10.760.000 neuen auf den Namen lautenden Stückaktien bedingt erhöht. Die bedingte Kapitalerhöhung wird nur insoweit durchgeführt, wie

- die Inhaber bzw. Gläubiger von Optionsschuldverschreibungen, Wandelschuldverschreibungen, Genussrechten und/ oder Gewinnschuldverschreibungen (bzw. Kombinationen dieser Instrumente) mit Options- oder Wandlungsrechten, die von der Scout24 AG oder deren unmittelbaren oder mittelbaren Mehrheitsbeteiligungsgesellschaften aufgrund des Ermächtigungsbeschlusses der ordentlichen Hauptversammlung vom 21. Juni 2018 bis zum 20. Juni 2023 ausgegeben bzw. garantiert werden, von ihren Options- bzw. Wandlungsrechten Gebrauch machen oder

- die aus von der Scout24 AG oder deren unmittelbaren oder mittelbaren Mehrheitsbeteiligungsgesellschaften aufgrund des Ermächtigungsbeschlusses der ordentlichen Hauptversammlung vom 21. Juni 2018 bis zum 20. Juni 2023 ausgegebenen oder garantierten Optionsschuldverschreibungen, Wandelschuldverschreibungen, Genussrechten und/ oder Gewinnschuldverschreibungen (bzw. Kombinationen dieser Instrumente) Verpflichteten ihre Options- bzw. Wandlungspflicht erfüllen (einschließlich des Falls, dass die Scout24 AG in Ausübung eines Tilgungswahlrechts bei Endfälligkeit ganz oder teilweise an Stelle der Zahlung des fälligen Geldbetrags Aktien der Scout24 AG gewährt)

und nicht andere Erfüllungsformen eingesetzt werden. Die neuen Aktien nehmen vom Beginn des Geschäftsjahres an, in dem sie durch Ausübung von Options- oder Wandlungsrechten oder durch Erfüllung von Options- bzw. Wandlungspflichten entstehen, am Gewinn teil.

Durch Beschluss der Hauptversammlung der Scout24 AG am 8. Juni 2017 ist der Vorstand ermächtigt, gemäß § 71 Abs. 1 Nr. 8 AktG eigene Aktien in Höhe von insgesamt 10 % des im Zeitpunkt der Beschlussfassung der Hauptversammlung oder, falls dieser Wert geringer ist, des zum Zeitpunkt der jeweiligen Ausübung der Ermächtigung bestehenden Grundkapitals zu erwerben. Zum Zeitpunkt der Beschlussfassung betrug das Grundkapital 107.600.000 Euro. Diese Ermächtigung kann ganz oder in Teilbeträgen einmal oder mehrmals ausgeübt werden und gilt bis zum 7. Juni 2022. Der Erwerb von eigenen Aktien darf (1) über die Börse oder (2) mittels eines öffentlichen Kaufangebots bzw. mittels einer öffentlichen Aufforderung zur Abgabe eines solchen Angebots oder (3) durch Einsatz von Derivaten (Put- oder Call-Optionen oder einer Kombination aus beiden) erfolgen.

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

Eine wesentliche Vereinbarung des Konzerns, die unter der Bedingung eines Kontrollwechsels steht, ist das zum 16. Juli 2018 unterzeichnete Term Loan and Revolving Facilities Agreement („RFA“). Ein Kontrollwechsel liegt vor, wenn ein Anteilseigner 30% der Anteile erwirbt. Das RFA ermöglicht es den einzelnen Kreditgebern im Falle eines Kontrollwechsels unter zusätzlichen Voraussetzungen ihren Anteil an dem Kredit innerhalb einer vorgesehenen Frist von zehn Tagen nach Bekanntwerden des Sachverhalts geltend zu machen. Eine weitere wesentliche Vereinbarung des Konzerns, die unter der Bedingung eines Kontrollwechsels steht, ist das zum 28. März 2018 platzierte Schuldscheindarlehen. Ein Kontrollwechsel liegt vor, wenn ein Anteilseigner mehr als 50% der Anteile erwirbt. Das Schuldscheindarlehen ermöglicht es den einzelnen Darlehensgebern im Falle eines Kontrollwechsels ihren Anteil an dem Schuldscheindarlehen innerhalb einer vorgesehenen Frist von zehn Tagen nach Bekanntwerden des Sachverhalts vorzeitig zu kündigen.

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

Derartige Entschädigungsvereinbarungen existieren nicht.

Erklärung zur Unternehmensführung gemäß §§289f, 315d HGB

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

Nichtfinanzieller Bericht gemäß § 315b ff. HGB

Der nichtfinanzielle Bericht ist Teil der CSR-Berichterstattung, welcher auf unserer [Webseite](#) unter Investor-Relations/Corporate-Governance mit der Veröffentlichung des CSR-Berichts gemäß § 315b Abs 3 Nr. 2 Buchst. b HGB dauerhaft zugänglich gemacht wird.

Ergänzende Lageberichterstattung zum Jahresabschluss der Scout24 AG

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

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

Geschäftstätigkeit der Scout24 AG

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

Gegenstand des Unternehmens ist der Erwerb, das Halten und Verwalten und die Veräußerung von Beteiligungen an Unternehmen im In- und Ausland unabhängig von ihrer Rechtsform, die auf dem Gebiet der Online- und Internetdienstleistungen tätig sind, sowie die Vornahme sämtlicher Maßnahmen, die zum Tätigkeitsbereich einer Holding-Gesellschaft mit Konzernleitungsfunktion gehören, insbesondere die Geschäftsführung und die Erbringung von Beratungsleistungen gegen Entgelt gegenüber verbundenen Unternehmen, sowie die Betätigung auf dem Gebiet des Online- und Internetgeschäfts im In- und Ausland.

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

Aufgrund des konzernweiten „One-Scout“-Ansatzes bündelt die Scout24 AG zudem einen Teil der Aktivitäten aus dem Bereich des Scout 24 Consumer Services (CS) Geschäft. Die Scout24 AG vermarktet hierbei insbesondere die Werbeanzeigen von nicht-immobilien bzw. nicht-automobilbezogenen Dritten auf den digitalen Marktplätzen der Scout24-Gruppe. Seit der Verschmelzung mit der Scout24 Services GmbH zum 1. Januar 2018 gehört aber auch FinanceScout24 zu ihrem Tätigkeitsfeld.

Die operative Steuerung obliegt den Vorständen der Scout24 AG.

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

Für die Scout24 AG erfolgt seitens des Managements keine wesentliche eigenständige Steuerung. Insofern erfolgt auch keine Anwendung der konzernweiten Steuerungsgrößen auf Ebene der Scout24 AG. Das Hauptaugenmerk liegt auf der Steuerung der Konzern-Segmente und Tochtergesellschaften.

Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage der Scout24 AG

Die wirtschaftliche Lage der Scout24 AG war im Geschäftsjahr insbesondere bestimmt durch die Verschmelzungen mit der Scout24 Holding GmbH sowie der Scout24 Services GmbH und das weitere Wachstum der Tochtergesellschaften. Es kann insgesamt als sehr positiv bezeichnet werden. Aufgrund der Verschmelzungen ist die Vergleichbarkeit der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage nur eingeschränkt möglich.

Ertragslage

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

Gewinn- und Verlustrechnung (Kurzfassung)

(in Tausend Euro)	GJ 2018	GJ 2017	+/-	+/- in %
Umsatzerlöse	90.947	76.310	14.637	19,2
Sonstige betriebliche Erträge	5.794	3.802	1.992	52,4
Materialaufwand	-35.543	-37.192	1.649	-4,4
Personalaufwand	-45.735	-30.583	-15.152	49,5
Abschreibungen	-1.505	-295	-1.210	410,2
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-49.706	-28.336	-21.370	75,4
Erträge aus Gewinnabführungen	294.831	154.869	139.962	90,4
Erträge aus Ausleihungen des Finanzanlagevermögens	0	32.508	-32.508	-100,0
Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	1.088	1.200	-112	-9,3
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-10.327	-11.814	1.487	-12,6
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-54.218	-50.606	-3.613,0	6,7
Ergebnis nach Steuern	195.626	109.863	85.763	78,1
Sonstige Steuern	-2	-5	3	-60,0
Jahresüberschuss	195.624	109.858	85.766	78,1

Die Umsatzerlöse haben sich gegenüber dem Vorjahr von 76,3 Millionen Euro um 14,6 Millionen Euro auf 90,9 Millionen Euro erhöht. In Höhe von 7,1 Millionen Euro resultiert der Anstieg aus dem im Wege der Verschmelzung übernommenen Geschäft der Scout24 Services GmbH. Der Umsatz aus dem Ad-Sales Geschäft entwickelte sich positiv und stieg um weitere 3,3 Millionen Euro. Weiterhin stiegen die weiterverrechneten Managementleistungen an Tochtergesellschaften um 4,2 Millionen Euro.

Die sonstigen betrieblichen Erträge sind gegenüber dem Vorjahr um 2,0 Millionen Euro von 3,8 Millionen Euro auf 5,8 Millionen Euro gestiegen. Geprägt waren diese durch den Ertrag aus dem Verkauf der Marke JobScout24 in Höhe von 1,4 Millionen Euro sowie einem Verschmelzungsgewinn i.H.v. 1,5 Millionen Euro. Gleichzeitig gingen die Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen zurück.

Der Materialaufwand hat sich im Vergleich zum Vorjahr von 37,2 Millionen auf 35,5 Millionen Euro verringert. Die Reduzierung resultiert im Wesentlichen aus geringeren Einkaufsleistungen von Agenturen.

Die Personalaufwendungen haben sich von 30,6 Millionen Euro im Jahr 2017 auf 45,7 Millionen Euro im Jahr 2018 erhöht. In Höhe von 11,3 Millionen Euro ist dies bedingt durch die Einführung eines Long Term Incentives Programmes (LTIP) für den Vorstand und Führungskräfte. Weiterhin trugen der leichte Mitarbeiteraufbau sowie Gehaltssteigerungen zum Anstieg bei. Die Scout24 AG beschäftigte im Geschäftsjahr 2018 ohne die oberen Führungskräfte im Jahresdurchschnitt 244 Mitarbeiter (Vorjahr: 228).

Die Abschreibungen haben sich durch die Verschmelzung mit der Scout24 Holding GmbH im Jahr 2018 erhöht und sind von 0,3 Millionen Euro auf 1,5 Millionen Euro gestiegen.

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen haben sich um 75 % auf 49,7 Millionen Euro gegenüber dem Vorjahr (28,3 Millionen Euro) erhöht. Dies ist im Wesentlichen auf einen Anstieg der Rechts- und Beratungskosten in Höhe von 13,0 Millionen Euro (Vorjahr: 5,4 Millionen Euro), insbesondere im Zusammenhang mit Unternehmenstransaktionen, zurückzuführen. Aus den durchgeführten Refinanzierungen sind Aufwendungen i.H.v. 4,1 Millionen Euro entstanden. Weiterhin stiegen die Marketingkosten um 3,8 Millionen Euro.

Die Erträge aus Gewinnabführungsverträgen betrugen im Geschäftsjahr 294,8 Millionen Euro (Vorjahr: 154,9 Millionen Euro). Dies ist ein Anstieg von 90,4 %. Die Erträge resultieren aus den Ergebnisabführungsverträgen mit der Immobilien Scout GmbH (177,3 Millionen Euro) und der AutoScout24 GmbH (117,5 Millionen Euro). Der Anstieg ist im Wesentlichen durch die Erhöhung bei der AutoScout24 GmbH, welche Dividendenzahlungen von 42,3 Millionen Euro erhalten sowie einen Gewinn aus der Einbringung von 100,00 % der Anteile an der AutoScout24 España S.A., Madrid, Spanien in die Alpinia Investments 2018, S.L.U., Madrid, Spanien vereinnahmt hat (32,4 Millionen Euro). Im Gegenzug erhielt die AutoScout24 GmbH 49,999 % der Anteile abzgl. eines Anteils.

Da die Ausleihung an die Scout24 Holding GmbH im Rahmen der Verschmelzung untergegangen ist, wurden im Jahr 2018 keine Erträge aus Ausleihungen des Finanzanlagevermögens erwirtschaftet.

Die sonstigen Zinsen und ähnlichen Erträge haben sich von 1,2 Millionen Euro in 2017 auf 1,1 Millionen Euro im Jahr 2018 nur leicht verringert.

Die Zinsen und ähnliche Aufwendungen haben sich aufgrund der erfolgreich durchgeführten Refinanzierungen trotz eines Anstiegs der Verschuldung gegenüber dem Vorjahr um 12,6 % auf 10,3 Millionen Euro reduziert.

Aufgrund der verbesserten Ergebnissituation der Organgesellschaften und der Scout24 AG betrugen die Steuern vom Einkommen und vom Ertrag im Geschäftsjahr 2018 57,8 Millionen Euro (Vorjahr: 50,6 Millionen Euro), was einen Anstieg um 7,2 Millionen Euro (14,2 %) bedeutet.

Im Geschäftsjahr wurden 3,6 Millionen Euro latente Steuern aufwandswirksam erfasst. Der erstmalige Ansatz von passiven latenten Steuern ist durch die unterjährig vorgenommenen Verschmelzungen begründet.

Der Jahresüberschuss erhöhte sich somit insgesamt um 78,1 % auf 195,6 Millionen Euro gegenüber 109,9 Millionen Euro im Vorjahr.

Finanz- und Vermögenslage

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

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

Bilanz (Kurzfassung)

(in Tausend Euro)	31.12.2018	31.12.2017	+/-	+/- in %
Immaterielle Vermögensgegenstände	1.395	1.122	273	24,3
Sachanlagen	6.128	800	5.328	666,0
Finanzanlagen	2.056.795	1.561.929	494.866	31,7
Anlagevermögen	2.064.318	1.563.852	500.466	32,0
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	8.693	7.428	1.265	17,0
Forderungen gegen verbundene Unternehmen	320.228	195.164	125.064	64,1
Sonstige Vermögensgegenstände	627	152	475	312,5
Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten	47.126	10.447	36.679	351,1
Umlaufvermögen	376.674	213.191	163.483	76,7
Rechnungsabgrenzungsposten	5.885	5.690	195	3,4
Summe Aktiva	2.446.877	1.782.733	664.144	37,3
Gezeichnetes Kapital	107.600	107.600	0	0,0
Kapitalrücklage	170.324	422.956	-252.632	-59,7
Andere Gewinnrücklagen	0	53.800	-53.800	-100,0
Bilanzgewinn	973.986	532.186	441.800	83,0
Eigenkapital	1.251.910	1.116.542	135.368	12,1
Rückstellungen	65.575	32.785	32.790	100,0
Verbindlichkeiten	1.115.251	632.161	483.090	76,4
Rechnungsabgrenzungsposten	4.093	1.245	2.848	228,8
Passive latente Steuern	10.048	0	10.048	100,0
Summe Passiva	2.446.877	1.782.733	664.144	37,2

Das Bilanzbild wurde im Geschäftsjahr 2018 durch die Verschmelzung mit der Scout24 Holding GmbH sowie der Scout24 Services GmbH geprägt.

Die Veränderung der Finanzanlagen gegenüber dem Vorjahr in Höhe von 494,9 Millionen Euro ergibt sich aus der Erhöhung der Anteile an verbundenen Unternehmen aufgrund der vorgenommenen Verschmelzung der Scout24 Services GmbH auf die Scout24 Holding GmbH sowie der Scout24 Holding GmbH auf die Scout24 AG. Die Finanzanlagen bestehen im Wesentlichen aus den Beteiligungen an der Immobilien Scout GmbH und der Scout24 HCH Alpen AG. Weiterhin wurde im Geschäftsjahr eine Ausleihung in Höhe von 279,1 Millionen Euro an die Consumer First Services GmbH begeben. Gegenläufig wirkte sich die im Rahmen der Verschmelzung untergegangene Ausleihung an die Scout24 Holding GmbH aus (497,7 Millionen Euro).

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen haben sich entsprechend den gestiegenen Umsätzen um 1,2 Millionen Euro auf 8,7 Millionen Euro erhöht.

Die Forderungen gegen verbundene Unternehmen beinhalten im Wesentlichen Forderungen aus dem Ergebnisabführungsvertrag mit der Immobilien Scout GmbH und der AutoScout24 GmbH. Der Anstieg der Forderungen im Jahr 2018 von 195,2 Millionen Euro auf 320,2 Millionen Euro resultiert vorrangig aus der Erhöhung der Erträge aus Ergebnisübernahmen.

Das Eigenkapital veränderte sich von 1.116,5 Millionen Euro im Vorjahr um 135,4 Millionen Euro auf 1.251,9 Millionen Euro im Jahr 2018. Dieser Effekt ist im Wesentlichen auf den Jahresüberschuss zurückzuführen. Gegenläufig wirkte sich die auf der Hauptversammlung beschlossene Dividendenausschüttung in Höhe von 60,3 Millionen Euro aus (Vorjahr 32,3 Millionen Euro). Zudem wurden 252,6 Millionen Euro aus der Kapitalrücklage sowie 53,8 Millionen Euro aus den anderen Gewinnrücklagen entnommen und dem Bilanzgewinn zugeführt.

Die Eigenkapitalquote veränderte sich von 62,6 % im Vorjahr auf 51,1%, was insbesondere aus dem Anstieg der Verbindlichkeiten resultiert.

Die Rückstellungen sind im Jahr 2018 auf 65,5 Millionen Euro (Vorjahr 32,8 Millionen Euro) gestiegen. Die Steuerrückstellungen trugen hierzu in Höhe von 15,7 Millionen Euro (Stand 2018: 26,3 Millionen Euro, Vorjahr: 10,6 Millionen Euro) bei, resultierend aus dem gegenüber dem Vorjahr deutlich verbesserten Jahresergebnis. Der Anstieg bei den sonstigen Rückstellungen ist im Wesentlichen durch das neue Long Term Incentive Programm mit 11,3 Millionen Euro sowie höheren Rückstellungen für ausstehende Rechnungen (Anstieg um 4,4 Millionen Euro) bedingt.

Die Verbindlichkeiten sind von den Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen in Höhe von 317,3 Millionen Euro (Vorjahr: 3,4 Millionen Euro) sowie den Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten in Höhe von 787,9 Millionen Euro geprägt (Vorjahr: 620,0 Millionen Euro).

Der Anstieg der Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen resultiert fast ausschließlich aus der im Wege der Verschmelzung von der Scout24 Holding GmbH übernommenen Cashpool-Führerschaft.

Die Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten waren im Geschäftsjahr 2018 von den durchgeführten Refinanzierungen geprägt. Im ersten Quartal erfolgte erstmals die Aufnahme von Schuldscheindarlehen (SSD) in Höhe von 215,0 Millionen Euro. Am 29. März 2018 wurde der Term Loan aus dem Term and Revolving Facilities Agreement in Höhe von 250,0 Millionen Euro mit den Erlösen der SSD sowie aus Liquiditätsreserven vorzeitig getilgt. Am 16. Juli 2018 hat Scout24 das 1.000 Millionen Euro Term and Revolving Facilities Agreement (RFA) abgeschlossen. Das Darlehen setzt sich aus dem Term Loan Facility (Facility A) in Höhe von 300,0 Millionen Euro, der Revolving Credit Facility I in Höhe von 200,0 Millionen Euro (Inanspruchnahme zum 31.12.2018: 22,8 Millionen Euro) der Revolving Credit Facility II in Höhe von 500,0 Millionen Euro zusammen. Letztere wurde zur Finanzierung des Erwerbs der Finanzcheck-Gruppe in Höhe von 250,0 Millionen Euro in Anspruch genommen.

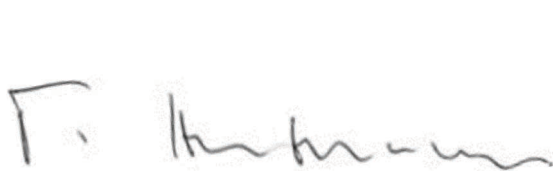
Latente Steuern ergaben sich aus temporären Differenzen zwischen den handelsrechtlichen Wertansätzen von Vermögen Gegenständen, Schulden und Rechnungsabgrenzungsposten und deren steuerlichen Wertansätzen. Nach Saldierung der aktiven latenten Steuern i.H.v. 3,8 Millionen EUR mit den passiven latenten Steuern i.H.v. 13,8 Millionen EUR entsteht erstmals ein Passivüberhang i.H.v. 10,0 Millionen EUR. Dieser wurde in den passiven latenten Steuern ausgewiesen. Im Vorjahr wurden in Ausübung des Wahlrechtes gem. § 274 Abs. 1 Satz 2 HGB keine latenten Steuern angesetzt.

Risiko- und Chancenbericht der Scout24 AG

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

München, den 11. März 2019
Scout24 AG

Der Vorstand



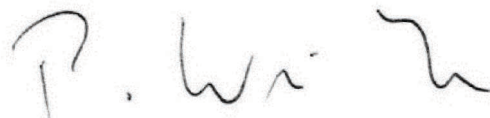
Tobias Hartmann



Christian Gisy



Dr. Thomas Schroeter



Ralf Weitz