

Konzern-Zwischenlagebericht

Neun Monate und 3. Quartal 2015

SCOUT 24

Konzern-Zwischenabschluss über die neun Monate
und das Quartal zum 30. September 2015



Scout24 Wesentliche Kennzahlen

(in Millionen EUR)	2015	2014	+/-	2015	2014	+/-
	Drei-Monats- zeitraum zum 30.09.2015	Drei-Monats- zeitraum zum 30.09.2014	in %	Neun-Monats- zeitraum zum 30.09.2015	Neun-Monats- zeitraum zum 31.12.2014	in %
Außenumsätze	99,2	85,7	15,8%	288,4	262,9	9,7%
Anteil aus Kerngeschäft	98,4	85,0	15,8%	286,0	260,5	9,8%
IS24	67,9	58,1	16,8%	197,0	175,8	12,1%
AS24	30,0	26,2	14,7%	87,4	82,3	6,1%
Corporate	0,5	0,7	nm	1,7	2,4	nm
EBITDA¹	40,9	1,2		125,7	58,6	
Anteil aus Kerngeschäft	40,9	1,3		125,6	58,5	
IS24	38,8	27,3		112,1	89,6	
AS24	10,1	3,2		31,7	14,0	
Corporate	(7,9)	(29,2)		(18,2)	(45,1)	
EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit²	49,1	36,7	33,7%	144,6	115,2	25,5%
Anteil aus Kerngeschäft	48,9	37,1	32,1%	144,1	115,1	25,1%
IS24	41,0	30,8	32,9%	119,2	99,0	20,4%
AS24	11,2	9,8	14,9%	34,9	26,0	33,9%
Corporate	(2,0)	(2,5)	21,1%	(6,4)	(7,0)	9,2%
Ausgleich der Management Fee ³	(1,3)	(1,1)	(22,9%)	(3,6)	(2,9)	(25,1%)
EBITDA-Marge aus gewöhnlicher geschäftstätigkeit²	49,5%	42,9%	6,6pp	50,1%	43,8%	6,3pp
Anteil aus Kerngeschäft	49,7%	43,6%	6,1pp	50,4%	44,2%	6,2pp
IS24	60,4%	53,1%	7,4pp	60,5%	56,3%	4,2pp
AS24	37,5%	37,4%	0,1pp	39,9%	31,6%	8,3pp
Investitionen	5,5	3,1	76,6%	13,8	12,2	13,1%
Anteil aus Kerngeschäft	5,5	3,1	76,9%	13,8	12,0	14,8%
Cash contribution⁴	43,6	33,6	29,7%	130,8	103,0	27,0%
Zahlungsmittel und Zahlungs- mitteläquivalente				74,8	21,4	249,5%
Nettofinanzverbindlichkeiten⁵				921,0	624,2	47,5%
Eigenkapital				696,9	1,060,2	(34,3%)
Eigenkapitalquote				31,9%	48,3%	(33,9%)
Mitarbeiteranzahl (Vollzeit- äquivalente, zum Stichtag)				1,086	1,084	0,2%

1) EBITDA wird definiert als Ergebnis vor Netto-Finanzierungsaufwand, Ertragsteuern, Abschreibungen, Wertberichtigungen und den Ergebnissen aus den Veräußerungen von Tochterunternehmen.
2) EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit entspricht dem EBITDA bereinigt um nicht-operative und Sondereffekte; 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.
3) Das EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit im Kerngeschäft beinhaltet einen Überleitungseffekt für Management Fee, die das Corporate Segment an IS24 und AS24 berechnet. Diese ist Teil des Ergebnisses aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit im Segment Corporate, jedoch nicht in den Segmenten IS24 und AS24, wo sie als nicht-operativer Effekt gezeigt wird und somit nicht im EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit enthalten ist.
4) Cash contribution ist definiert als EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit vermindert um Investitionen.
5) Nettofinanzverbindlichkeiten sind definiert als Summe des Nominalwerts der verzinslichen Verbindlichkeiten vermindert um liquide Mittel.

Inhaltsverzeichnis

Hinweis	4
Zukunftsgerichtete Aussagen	4
Die Scout24 Aktie	5
Konzern-Zwischenlagebericht	6
1. Geschäftstätigkeit und Strategie	8
2. Gesamtwirtschaftliche und branchenbezogene Rahmenbedingungen	10
3. Geschäftsentwicklung Konzern	12
4. Entwicklung der Geschäftsbereiche	14
5. Die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns	18
6. Mitarbeiter	21
7. Nachtragsbericht	22
8. Chancen- und Risikobericht	23
8.1. Risiken	23
8.1.1. Wirtschaftliche Eintrübung der Automobilindustrie	23
8.1.2. Änderung gesetzlicher Vorschriften	24
8.1.3. Datenschutz	25
8.2. Chancen	25
8.2.1. Markteinführung von Scout24 Media	26
9. Prognosebericht	26
9.1. Markt- und Branchenerwartungen	26
9.2. Unternehmenserwartungen	26
Konzernzwischenabschluss (gekürzt)	28
1. Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung	30
2. Konzern-Gesamtergebnisrechnung	32
3. Konzernbilanz	33
4. Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung	34
5. Konzern-Kapitalflussrechnung	36
6. Anhang zum verkürzten Konzernzwischenabschluss	38
6.1. Grundlagen der Abschlusserstellung und Zusammenfassung wesentlicher Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden	38
6.2. Unternehmenserwerbe und -verkäufe	39
6.3. Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung	43
6.4. Ergebnis je Aktie	44
6.5. Erläuterungen zur Konzern-Bilanz	46
6.6. Sonstige Angaben	47
6.6.1. Angaben zu Finanzinstrumenten	47
6.6.2. Transaktionen mit nahestehenden Unternehmen und Personen	54
6.6.3. Segmentberichterstattung	54
6.6.4. Ereignisse nach der Berichtsperiode	60
6.7. Bescheinigung nach prüferischer Durchsicht	61
Glossar	62

Hinweis

Zum 12. Februar 2014 fand ein Eigentümerwechsel bei der Scout24 Gruppe unter der bisherigen Holding-Gesellschaft, der Scout24 Holding GmbH, München („Scout24 Holding“) statt. Die Deutsche Telekom AG, Bonn verkaufte 70 Prozent ihrer Scout24-Anteile an eine Gesellschaft, die letztlich Fonds gehört, die von Affiliates von Hellman & Friedman LLC und The Blackstone Group L.P. beraten werden. Im Rahmen der Transaktion wurde die Scout24 Holding GmbH eine 100-prozentige Tochtergesellschaft der Asa NewCo GmbH (jetzt: Scout24 AG, München). Als Folge dieser Veränderungen hat die Scout24 AG, München ein Rumpfgeschäftsjahr vom 8. November 2013 bis zum 31. März 2014. Infolgedessen umfasst das folgende Geschäftsjahre den Zeitraum vom 1. April 2014 bis zum 31. Dezember 2014. Die Vergleichszahlen des verkürzten Konzernzwischenabschlusses („Konzernzwischenabschluss“) der Scout24 Gruppe für die neun Monate zum 30. September 2015 umfassen daher den Neun-Monatszeitraum vom 01. April 2014 bis zum 31. Dezember 2014; für das Quartal zum 30. September 2015 umfassen sie den Drei-Monatszeitraum zum 31. Dezember 2014. Die Segmentberichterstattung enthält zusätzlich freiwillige Angaben für das Quartal zum 30. September 2014.

Um einen sinnvollen Jahresvergleich zu gewährleisten, bezieht sich dieser Bericht in den Kapiteln „3. Geschäftsentwicklung Konzern“ sowie „4. Entwicklung der Geschäftsbereiche“ auf den Vergleich des Quartals zum 30. September 2015 zum Quartal zum 30. September 2014. Die Darstellung der Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage und ihrer Entwicklung erfolgt anhand der Konzernzwischenabschlüsse und somit auf Basis der Vergleichszeiträume die zum 31. Dezember 2014 enden.

Der Konzern-Zwischenlagebericht sollte im Kontext mit dem Konzern-Zwischenabschluss und den erläuternden Angaben, die an anderer Stelle in diesem Bericht stehen, gelesen werden.

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

Zukunftsgerichtete Aussagen

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

zukunftsgerichteter Aussagen aufgrund neuer Informationen, künftiger Ereignisse oder aus sonstigen Gründen, soweit keine ausdrückliche rechtliche Verpflichtung besteht.

Die Scout24 Aktie

Die Aktien der Scout24 AG, München werden seit dem 01. Oktober 2015 im Prime Standard der Frankfurter Wertpapierbörse gehandelt. Im Rahmen des Börsengangs vom 21. September 2015 bis 30. September 2015 wurden insgesamt 7.600.000 Aktien aus einer Kapitalerhöhung sowie 26.000.000 Aktien aus dem Bestand der Altaktionäre bei nationalen und internationalen Investoren platziert. Die den Konsortialbanken von den verkaufenden Anteilinhabern (Asa HoldCo GmbH, München, und Deutsche Telekom AG, Bonn) zur Deckung etwaiger Mehrzuteilungen eingeräumte Greenshoe-Option wurde teilweise ausgeübt im Umfang von 552.556 Stammaktien; somit beträgt der Free Float aktuell 31,7%. Der Zeichnungspreis betrug 30,00 Euro, so dass dem Unternehmen aus der Kapitalerhöhung insgesamt 228 Millionen Euro an zusätzlichen Mitteln zugeflossen sind.

IPO-Daten

Platzierungsvolumen (nach Ausübung der Greenshoe Option vom 30. Oktober 2015)	228,0 Millionen Euro; 7.600.000 Aktien aus Kapitalerhöhung; 796,6 Millionen Euro; 26.552.556 Aktien aus Altbesitz
Grundkapital nach IPO	107.600.000 Euro
Zeichnungsfrist	21.09.2015 – 30.09.2015
Preisspanne	26,50 – 33,00 EUR
Erster Handelstag	01.10.2015
Zeichnungspreis	30,00 EUR
Erster Kurs	30,75 EUR
Marktkapitalisierung zum Zeichnungspreis	3.228,0 Millionen EUR
Free Float	31,7%
Joint Global Coordinators und Joint Bookrunners	Credit Suisse, Goldman Sachs International
Joint Bookrunners	Barclays, Jefferies, Morgan Stanley

Aktienkennzahlen

Aktiengattung	Namensaktien (ohne Nennwert)
Börse	Frankfurter Wertpapierbörse
weitere Handelsplätze	XETRA, Frankfurt, Berlin, Düsseldorf, Hamburg, München, Stuttgart
Transparenz Level	Prime Standard
Gesamtaktienanzahl	107.600.000
Grundkapital	107.600.000 Euro
ISIN	DE000A12DM80
WKN	A12DM8
Aktienkürzel	G24
Spezialist	ODDO Seydler Bank AG
Designated Sponsors	Credit Suisse, Goldman Sachs
Zahlstelle	Deutsche Bank

Konzern- Zwischenlage- bericht

Im dritten Quartal 2015 ist Scout24 beständig weiter gewachsen und hat sich in einem sehr vielversprechenden Markt hervorragend positioniert. Unsere Geschäftsentwicklung unterstreicht erneut die hohe Bedeutung von Scout24 für unsere Kunden und unsere Nutzer und zeigt, dass wir uns auf einem stetigen, dynamischen Wachstumspfad befinden.

Greg Ellis
(Chief Executive Officer)

Konzern-Zwischenlagebericht

1. Geschäftstätigkeit und Strategie

Geschäftstätigkeit

Der Scout24 Konzern (nachfolgend auch "Scout24" oder „Gruppe“ genannt) ist ein führender Betreiber digitaler Marktplätze mit Fokus auf Immobilien und Automobilen in Deutschland und einigen ausgewählten europäischen Ländern. Wir möchten es Menschen leichter machen, eine neue Wohnung oder ein neues Auto zu finden, indem wir dafür einen einfachen, effizienten und stressfreien Weg bieten. Hierfür bringen wir auf unseren Marktplätzen ein großes Angebot an Inseraten mit einer großen Anzahl von Nutzern zusammen.

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

Die Produkte und Dienstleistungen auf unseren Plattformen sind dafür geschaffen, die Bedürfnisse der jeweiligen Zielgruppe zu decken, ob sie nach Immobilien oder Automobilen suchen, diese anbieten oder auf unseren Plattformen werben. Infolge dessen generieren wir Umsatz sowohl mit Kleinanzeigen als auch weiteren Dienstleistungen wie zusätzlichen Tools für Makler, Werbung, Generierung von Leads sowie Produkten entlang der Wertschöpfungskette. Im Bereich der Anzeigenprodukte bieten wir unseren Kunden drei verschiedenen Modelle: ein Mitgliedschaftsmodell, ein Paketmodell sowie ein nutzungsbasiertes Modell (sogenanntes „Pay-Per-Ad“-Modell).

Wir betreiben unsere Marktplätze hauptsächlich unter den bekannten und beliebten Marken ImmobilienScout24 „IS24“ und AutoScout24 „AS24“, welche auch unsere wesentlichen Segmente darstellen.

ImmobilienScout24

IS24 ist ein digitaler Marktplatz, welcher gewerblichen Immobilienanbietern und Privatanbietern (Eigentümern sowie Mietern auf der Suche nach Nachmietern) die kostenpflichtige Möglichkeit bietet, Immobilieninserate zu schalten, um mögliche Käufer und Mieter zu erreichen. Für gewerbliche Immobilienanbieter bietet IS24 zusätzliche Dienstleistungen, die die Kundenakquise und -pflege unterstützen. Suchanfragen und Recherchen von Nutzern, d.h. möglicher Käufer oder Mieter, lösen Besuche („Traffic“) aus, welche Anfragen bei den gewerblichen und privaten Anbietern generieren. IS24 bietet seinen Nutzern zusätzliche Hilfestellung durch Dienstleistungsangebote in den Bereichen Immobilienbewertung, Umzug, Baufinanzierung und Versicherungen.

IS24 ist das marktführende Immobilienanzeigenportal in Deutschland, gemessen an der Anzahl der Immobilieninserate und Kunden sowie an Besucherzahlen und Nutzeraktivität.¹ In Österreich betreiben wir mit unseren Plattformen ImmobilienScout24.at und Immobilien.net ebenfalls ein führendes Immobilienanzeigenportal. IS24 ist für 62% von Nutzern die erste Wahl unter Immobilienmarktplätzen im Internet.² Im Jahr 2014 war der Begriff "Immobilenscout24" unter den Top fünf Suchbegriffen bei google.de.³

AutoScout24

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

AS24 ist ein führendes digitales Automobilanzeigenportal in Europa (Managementeinschätzung, basierend auf der Anzahl der Inserate und der UMGVs), mit führenden Positionen in Italien, Belgien (inklusive Luxemburg) und den Niederlanden und einer zweiten Marktposition in Deutschland, jeweils gemessen an der Anzahl der Inserate.⁴ AS24 ist ebenfalls in den fragmentierten Märkten Österreich, Spanien und Frankreich tätig und bietet in 10 weiteren Ländern eine Version des Portals in der jeweiligen Landessprache an.

Die Markenbekanntheit von AS24 bei deutschen Internetnutzern im Alter zwischen 18 und 65 Jahren liegt bei 95% (gestützt) bzw. 73% (ungestützt).⁵ In Italien hat AS24 eine Markenbekanntheit in der relevanten Zielgruppe von 32% (ungestützt) und 56% (gestützt), in Belgien von 49% (ungestützt) und 61% (gestützt), sowie in den Niederlanden von 30% (ungestützt) und 69% (gestützt), jeweils in der relevanten Zielgruppe.⁵

Corporate

Ein weiteres operatives Segment neben den strategischen Geschäftsfeldern IS24 und AS24 ist das Segment Corporate. Das Segment Corporate erbringt Managementdienstleistungen und bestimmte gruppenübergreifende Dienstleistungen (im Bereich Finanzen, Recht, Personal, Gebäudemanagement, IT, Unternehmensentwicklung und -strategie, Risiko- und Compliance Management sowie weiteren ähnlichen Bereichen). Das Kerngeschäft von Scout24 besteht aus den drei genannten Segmenten.

Non-Core operations

Von unserem Kerngeschäft nicht umfasst ist zum einen das Segment Friendscout24 ("FRS24"), das ab 1. Januar 2014 als nicht fortgeführte Aktivitäten eingestuft und Ende August 2014 veräußert wurde, und zum anderen das Segment „Sonstige“ ("Sonstige"), welches im Wesentlichen FinanceScout24 („FS24“) enthält.

1) Basierend auf Besucherzahlen (Unique Monthly Visitors, „UMV“) und Nutzeraktivität, comScore September 2015 (Desktop PC für Besucherzahlen, Desktop PC und mobile Endgeräte für hinsichtlich Nutzeraktivität), sowie Schätzungen des Management

2) GfK Brand & Communication Research, September 2015

3) <https://www.google.de/trends/topcharts>

4) Autobiz, September 2015

5) Vocatus, 2014

Strategie

Unsere Umsatzerlöse sind nicht von der Anzahl der durchgeführten Immobilientransaktionen oder Autoverkäufe abhängig, sondern von Anzahl und Dauer der Anzeigen unserer Kunden und somit insbesondere von den Online-Werbeausgaben gewerblicher Immobilienanbieter sowie Autohändler. Für Scout24 ist es entscheidend, seine führende Marktposition bei Besucherzahlen („Traffic“) und Nutzeraktivität zu erhalten, um für Anzeigenkunden attraktiv zu bleiben. Dementsprechend werden wir immer danach streben, neue Funktionalitäten auf unseren Webseiten einzuführen, um die jeweils beste Nutzererfahrung zu bieten. Weiterhin werden wir unsere Markenbekanntheit durch den effizienten Einsatz von Werbeausgaben steigern. Wir planen durch attraktive Preismodelle sowie weitere Dienstleistungen unser Leistungsversprechen und den Nutzen unserer Anzeigenportale für unsere Kunden zu optimieren. Durch unsere führende Position bei Besucherzahlen und Nutzeraktivität sind wir gut aufgestellt, um von den Umsatz- und Wachstumspotenzialen in den großen angrenzenden Marktsegmenten außerhalb unseres Kerngeschäfts der Kleinanzeigen zu profitieren, sei es über den gesamten Immobilienverkaufs- bzw. Vermietungsprozess oder die Wertschöpfungskette des Automobilmarktes hinweg.

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

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

2. Gesamtwirtschaftliche und branchenbezogene Rahmenbedingungen

Makroökonomische Entwicklung

Scout24 ist im Immobilienbereich in Deutschland und Österreich sowie im Automobilbereich in Deutschland, Italien, Belgien (inklusive Luxemburg), den Niederlanden, Spanien, Frankreich und Österreich, also der Eurozone, aktiv. Deutschland bleibt mit 85% Umsatzanteil im Quartal zum September 2015 der Hauptmarkt von Scout24.

Deutschland ist mit einem Bruttoinlandsprodukt von EUR 2,9 Billionen in 2014 die größte Volkswirtschaft in Europa. Deutschland profitiert dabei von günstigen volkswirtschaftlichen Rahmenbedingungen, wie einem stabil steigenden Bruttoinlandsprodukt (BIP) (1,6% in 2014, gemäß Eurostat), einer disziplinierten

Finanzpolitik (Staatsverschuldung von 74,7% des BIP in 2014), einer niedrigen Inflationsrate (0,8% in 2014), einer niedrigen Arbeitslosenquote (5,0% in 2014) und einer stark exportorientierten Industrie (Handelsbilanzüberschuss von EUR 217 Milliarden in 2014).⁶ Gemäß einer gemeinschaftlichen Prognose des Statistischen Bundesamtes, der Bundesagentur für Arbeit und der Deutschen Bundesbank (vom 8. Oktober 2015) ist sowohl in 2015 als auch in 2016 ein moderater wirtschaftlicher Aufschwung mit einem BIP-Wachstum von 1,8% zu erwarten.

Gemäß der Vereinigung der drei führenden europäischen Wirtschaftsforschungsinstitute, Eurozone economic outlook, ist auch im Euroraum mit einer ähnlichen Entwicklung zu rechnen. Nach der Prognose vom 6. Oktober 2015 soll sich der in Q1 und Q2 2015 (0,4% in Q2 2015) beobachtete Anstieg des BIP im zweiten Halbjahr 2015 (+0,4% in Q3 und +0,5% in Q4 2015) weiter fortsetzen. Wesentlicher Treiber dieser Entwicklung ist die Inlandsnachfrage. Das BIP-Wachstum soll sich demnach von +0,9% in 2014 auf +1,6% in 2015 beschleunigen.

Neben diesem positiven gesamtwirtschaftlichen Umfeld wird unser Geschäftsmodell auch durch die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für Online-Marktplätze gestützt. Die Verbreitung des Internets in Deutschland ist in den letzten zehn Jahren stark gestiegen. Die Verbreitung von Breitbandfestnetzanschlüssen in Deutschland ist von Dezember 2013 bis Dezember 2014 um 3,0% gestiegen.⁷

Die Einführung der mobilen 3G und 4G Kommunikationsnetzwerke sowie die starke Verbreitung von Smartphones haben überall verfügbare Breitbandverbindungen in Deutschland zur Realität werden lassen; mit 63,82 mobilen Breitbandverträgen je 100 Einwohner im Dezember 2014, im Vergleich zu 53,81 Verträgen im Dezember 2013 (+18,6% im Jahresverlauf).⁸ Die gleichzeitige Entwicklung einer Vielzahl digitaler Medien und E-Commerce Webseiten sowie mobiler Applikationen haben die Internetnutzung als einen festen Bestandteil im Leben deutscher Konsumenten verankert.

Die Zeit, die Konsumenten online und auf mobilen Endgeräten verbringen, steigt rapide. Diese Entwicklung beeinflusst zunehmend auch die Aufteilung von Marketing-Budgets. In Deutschland ist der Anteil der Werbeausgaben in Printmedien von 39,7% in 2005 auf 26,4% in 2014 zurückgegangen und soll in 2017 nur noch 22,7% betragen. Der Online-Anteil der gesamten Werbeausgaben hingegen ist von 4,9% in 2005 auf 25,0% in 2014 gestiegen. In 2013 haben die Online-Werbeausgaben mit den TV-Werbeausgaben gleichgezogen. Es wird erwartet, dass die Online-Werbeausgaben ihren Anteil bis 2017 weiter auf 30,2% ausbauen.⁹

Entwicklung des deutschen Wohnimmobilienmarkts

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

In 2014 gab es für den Bereich der Wohnimmobilien 575.000 Verkaufstransaktionen. Die aktuelle GEWOS Prognose vom 14. September 2015 erwartet eine jährliche Wachstumsrate von 1,7% auf circa 585.000 Verkaufstransaktionen in 2015. Ausgehend von der kontinuierlich hohen Nachfrage, welche durch die positive wirtschaftliche Entwicklung, relativ hohe Arbeitsplatzsicherheit und günstige Zinsentwicklung

6) Statistisches Bundesamt

7) OECD, Broadband Portal, www.oecd.org/sti/broadband/oecebroadbandportal.htm, Juli 2015

8) OECD (2015), Wireless mobile broadband subscriptions (indicator), doi: 10.1787/1277ddc6-en (abgerufen am 18. Oktober 2015)

9) ZenithOptimedia, Advertising Expenditures Forecasts, June 2014

gestärkt wird, rechnet GEWOS für 2015 mit einem Anstieg des Transaktionsvolumens im Wohnimmobilienmarkt von circa 5,9% gegenüber 2014.

Deutschlands Immobilienmaklerstruktur ist mit circa 33.900 Immobilienmakler stark fragmentiert.¹⁰ Nach Einschätzungen von Scout24 wird diese Zahl in 2015 weiter abnehmen, teilweise zurückzuführen auf das im Juni 2015 neu eingeführte sogenannte „Bestellerprinzip“ (definiert im Mietrechtsnovellierungsgesetz (MietNovG)), welches laut einer Studie der IS24 in Zusammenarbeit mit der Immobilien Zeitung (dfv Mediengruppe) zur Folge hat, dass circa 7% der auf Mietobjekte spezialisierten Makler erwägen, ihr Geschäft aufzugeben.

Entwicklung des europäischen Automobilmarktes

Deutschland stellt mit einer Gesamtanzahl von 44,4 Millionen PKWs in 2014¹¹ und einem Gesamtumsatz in Höhe von EUR 156 Milliarden aus Verkäufen von neuen und gebrauchten PKWs¹² den größten europäischen Automobilmarkt dar. Laut dem Kraftfahrt-Bundesamt haben von Januar bis September 2015 circa 5,6 Millionen Gebrauchtfahrzeuge den Besitzer gewechselt, dies sind circa 4,0% mehr als im selben Zeitraum von 2014. Insgesamt wurden bis zum dritten Quartal 2015 circa 2,4 Millionen Neufahrzeuge zugelassen, ein Anstieg von 5,5% gegenüber dem vergleichbaren Zeitraum in 2014.¹³

Italien ist der zweitgrößte Automobilmarkt Europas (ausgenommen Russland) mit circa 37,5 Millionen registrierten PKW.¹⁴ Die Zahl der verkauften PKW in Italien ist im Vergleich zum Zeitraum vor der Wirtschaftskrise zurückgegangen; dies ist im Wesentlichen darauf zurückzuführen, dass die Wirtschaft immer noch mit den Folgen einer lang anhaltenden Rezession kämpft. Vor diesem Hintergrund ist die Anzahl der Online-Automobilanzeigen im Zwölf-Monatszeitraum bis September 2014 um 5,9% zurückgegangen. Der italienische Automobilmarkt hat sich jedoch im vergangenen Jahr stark erholt und die Zahl der Online-Anzeigen ist im Zwölf-Monatszeitraum bis September 2015 um 7,9% gestiegen.¹⁵

Der Automobilmarkt in den Benelux-Staaten hat sich im Gegensatz zu Italien in den letzten zehn Jahren stabil entwickelt. Die Anzahl der Online-Automobilanzeigen ist im Zwölf-Monatszeitraum bis September 2015 gegenüber dem Vorjahr um 3,1% gestiegen. Das ist ein leichter Anstieg im Vergleich zum Wachstum der Vorjahresperiode (1,8% Anstieg im Zwölf-Monatszeitraum bis September 2014).¹⁶

3. Geschäftsentwicklung Konzern

Die im vergangenen Jahr durchgeführte strategische Überprüfung und Fokussierung auf unsere marktführenden Kerngeschäftsbereiche, IS24 und AS24, sowie die Einführung des „OneScout24“ Ansatzes im Laufe des Jahres 2015, zahlen sich aus. Scout24 befindet sich weiter auf Wachstumskurs und erzielte eine deutliche Steigerung der Außenumsätze und des EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit. Dieser Anstieg ist hauptsächlich zurückzuführen auf die Einführung des neuen Mitgliedschaftsmodells bei IS24, die steigende Kundenanzahl bei AS24, die Stärkung der Wertschöpfungskette durch gezielte Zukäufe sowie kontinuierliche operative und kostenbezogene Effizienzsteigerungen im Zusammenspiel mit der Nutzung von Synergieeffekten.

10) OC&C, Schätzungen des Managements

11) Kraftfahrt-Bundesamt, OC&C

12) DAT, 2015

13) Kraftfahrt-Bundesamt, Oktober 2015

14) OC&C, SMMT, Kraftfahrt-Bundesamt, CCF, BCA Used Car Market Report 2014

15) Autobiz, September 2015

16) Autobiz, September 2015

Um das Wachstum weiter voranzutreiben, haben wir kürzlich neugestaltete Werbeformate und Pakete eingeführt, sowie die Technologie der Werbeplattform auf den neusten Stand gebracht, was uns eine verbesserte Zielgruppenansprache, „programmatic advertising“ mit Echtzeitgeboten und eine Erweiterung der Reichweite ermöglicht.

Der neue gruppenübergreifende Bereich Scout24 Media wurde im September gegründet und unterstützt alle Aktivitäten im Anzeigenverkauf, unabhängig davon auf welcher Plattform, IS24 oder AS24, die Anzeige geschaltet wird. Diese Gruppenfunktion stärkt unsere Fähigkeit zur Generierung von Leads und das Anzeigengeschäft und unterstützt somit bei der Positionierung als führender datengetriebener Herausgeber in Deutschland und Europa.

Im dritten Quartal des Geschäftsjahres 2015 haben wir die wesentlichen Vorbereitungen für den am 01. Oktober 2015 durchgeführten Börsengang getroffen, der grundlegende Änderungen in unserer Eigentümer- und Finanzierungsstruktur nach sich zieht. Die Zeichnungsfrist für die Scout24 Aktie lief vom 21. September bis 30. September 2015. Durch den Börsengang bekommt Scout24 direkten Zugang zum Kapitalmarkt sowie einer breiteren Aktionärsbasis. Insgesamt wurden 34.152.552 Aktien (inklusive der teilweise in Anspruch genommenen Greenshoe Option) bei deutschen und internationalen Investoren platziert. Das Angebot umfasste auch 7.600.000 neue Namensaktien aus einer Kapitalerhöhung, so dass dem Unternehmen insgesamt 228 Millionen Euro an zusätzlichen Mitteln zugeflossen sind.

Im dritten Quartal 2015 belasten Kosten des Börsengangs in Höhe von 5,4 Millionen Euro und zusätzliche nicht-operative Kosten in Höhe von 2,8 Millionen Euro das EBITDA, das mit 40,9 Millionen Euro im Vergleich zum EBITDA des Drei-Monatszeitraums bis 30. September 2014 um 39,6 Millionen Euro angestiegen ist. Das EBITDA im Vorjahr war durch nicht-operative Effekte im Zusammenhang mit der Restrukturierung und Neuorganisation, sowie Aufwendungen im Zusammenhang mit dem Eigentümerwechsel zu Jahresbeginn 2014 belastet.

Zeitgleich sind die Außenumsätze für den Drei-Monatszeitraum zum 30. September 2015 aufgrund von Wachstum in beiden Segmenten, IS24 und AS24, um 15,8% im Vergleich zum Drei-Monatszeitraum zum 30. September 2014 gestiegen.

Das Konzern-EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit verbesserte sich um 33,7% auf 49,1 Millionen Euro, die Marge betrug 49,5%; im Drei-Monatszeitraum zum 30. September 2014 betrug die Marge 42,9%.

Die Investitionen im dritten Quartal 2015 betrugen 5,5 Millionen Euro. Die Investitionen waren somit 2,4 Millionen Euro höher als im vergleichbaren Drei-Monatszeitraum zum 30. September 2014, hauptsächlich durch die Vereinheitlichung der IT-Landschaft bei AS24 und weiteren Investitionen in die IT-Infrastruktur. Im Verhältnis zum Umsatz betrug das Investitionsvolumen 5,6% gegenüber 3,6% im vergleichbaren Vorjahreszeitraum.

Auf Grund dieser Entwicklungen stieg die Cash Contribution¹⁷ im Drei-Monatszeitraum zum 30. September 2015 um 10,0 Millionen Euro gegenüber dem Vergleichszeitraum zum 30. September 2014. Die Cash Conversion Rate¹⁸, bezogen auf das EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit, beträgt 88,8% gegenüber 91,5% der Vergleichsperiode.

17) Cash contribution ist definiert als EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit vermindert um Investitionen.

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

Zum 30. September 2015 beliefen sich die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente auf 74,8 Millionen Euro (31. Dezember 2014: 21,4 Millionen Euro). Die Nettofinanzverbindlichkeiten¹⁹ beliefen sich auf 921,0 Millionen Euro, im Vergleich zu 624,2 Millionen Euro zum 31. Dezember 2014. Der Anstieg der Nettoverschuldung ist auf eine Refinanzierungsvereinbarung vom 15. April 2015 zurückzuführen.

4. Entwicklung der Geschäftsbereiche

Bei der Beurteilung der operativen Leistungsfähigkeit fokussiert sich das Scout24 Management auf das Kerngeschäft, welches aus den Segmenten IS24, AS24 und Corporate besteht, und verwendet dabei zur Unternehmenssteuerung das EBITDA, das EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit sowie weitere Leistungskennzahlen. Diese Kennzahlen und ihre Entwicklung im Berichtszeitraum werden im nachfolgenden Abschnitt erläutert.

ImmobilienScout24

Wesentliche Leistungsindikatoren (in Millionen EUR, sofern nichts anderes angegeben)	2015	2014	+/-	2015	2014	+/-
	Drei-Monatszeitraum zum 30.09.2015	Drei-Monatszeitraum zum 30.09.2014	in %	Neun-Monatszeitraum zum 30.09.2015	Neun-Monatszeitraum zum 31.12.2014	in %
Umsatzerlöse von Kernmaklern (Deutschland)*	38,0	33,5	13,5%	110,9	101,0	9,9%
Umsatzerlöse von sonstigen Maklern*	8,3	5,9	40,7%	25,3	19,1	32,8%
Sonstige Umsatzerlöse*	21,6	18,8	15,1%	60,7	55,8	8,9%
Außenumsätze gesamt	67,9	58,1	16,8%	197,0	175,8	12,1%
Kernmakler* (zum Periodenende, in Zahlen)	20.041	22.005	(8,9%)	20.041	22.092	(9,3%)
Kernmakler (Periodendurchschnitt, in Zahlen)	20.324	21.885	(7,1%)	21.067	21.598	(2,5%)
Kernmakler ARPU (EUR/Monat)	623	510	22,2%	585	519	12,6%
EBITDA	38,8	27,3		112,1	89,6	
EBITDA der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	41,0	30,8	32,9%	119,2	99,0	20,4%
EBITDA der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit - Marge %	60,4%	53,1%	13,9%	60,5%	56,3%	7,5%
Investitionen	2,9	2,1	42,6%	7,6	6,7	12,9%
UMV (nur Desktop, in Zahlen und Millionen)	7,5	8,0	(6,3%)	7,8	7,8	0,4%
UMV (Multiplattform, in Zahlen und Millionen)	12,1	n/a	n/a	12,0	n/a	n/a

*Erläuterung siehe Glossar

19) Nettofinanzverbindlichkeiten sind definiert als Summe des Nominalwerts der verzinslichen Verbindlichkeiten vermindert um liquide Mittel.

Die Außenumsätze im Segment IS24 sind weiterhin auf Wachstumskurs, im Drei-Monatszeitraum bis zum 30. September 2015 im Vergleich zur Vorjahresperiode sind sie um 16,8% gestiegen. Dieser Anstieg ist hauptsächlich auf höhere Umsätze mit Kernmaklern zurückzuführen, welche von der Einführung des Mitgliedschaftsmodells im Oktober 2014 profitieren. Das Mitgliedschaftsmodell ermöglicht Kunden die Platzierung einer unbeschränkten Anzahl von Immobilienanzeigen auf der IS24 Plattform, ergänzt um eine individuelle vereinbarte Anzahl an Top-Platzierungen. Zusätzliche VIA Power Produkte ermöglichen es den Kunden, weitere Platzierungen zu erwerben, die die Sichtbarkeit des Angebots zu erhöhen und somit den Erfolg des Angebots zu verbessern. Bis Ende September 2015 haben von den rund 90% Kernmaklern, denen wir das Mitgliedschaftsmodell im Jahr 2015 anbieten werden, bereits 71% gewechselt. Der Kernmakler-ARPU (durchschnittlicher Erlös pro Makler) des Drei-Monatszeitraums zum 30. September 2015 erhöhte sich entsprechend auf EUR 623 (+22,2% im Vergleich zur Vorjahresperiode). Die durchschnittliche Anzahl an Kernmaklern verringerte sich um 1.561 auf 20.324, bedingt durch den Wechsel zu anderen Anbietern, den Wechsel von kleineren Maklern zu unserem Pay-Per-Ad Modell oder Geschäftsaufgaben der Makler. Letztere sind auf Gesetzesänderungen in Deutschland zurückzuführen, wonach nun der Immobilieneigentümer die Kosten des von ihm beauftragten Maklers tragen muss „Bestellerprinzip“. Im gleichen Zeitraum ist die Gesamtzahl an Anzeigen auf der IS24 Plattform weitgehend stabil geblieben (circa 524 Tausend Anzeigen zum September 2014 im Vergleich zu circa 525.000 Anzeigen im September 2015).²⁰ Umsatzerlöse von sonstigen Maklern beinhalten die Umsätze der Flowfact Gruppe, Köln („Flowfact“) in Höhe von EUR 3,0 Millionen im Drei-Monatszeitraum zum 30. September 2015.

Immobilien.net („Immobilien.net“, das ehemals durch die ERESNET GmbH, Wien, betrieben wurde) in Österreich wird seit Juni 2014 konsolidiert und trug 0,9 Million Euro in der Drei-Monats-Periode zum 30. September 2014, zum Umsatz bei. Das Geschäft der Immobilien.net wurde mit dem existierenden Geschäft der IS24 Österreich Anfang 2015 verschmolzen. Darüber hinaus beinhalten die sonstigen Umsatzerlöse 0,1 Millionen Euro Umsatz der classmarkets GmbH, Berlin („classmarkets“), die am 8. September 2015 gekauft wurde.

Bedingt durch das Mitgliedschaftsmodell und die Möglichkeit eine unbegrenzte Anzahl an Inseraten zu schalten, sowie Weiterentwicklungen der privaten Anzeigeprodukte, ist IS24 hervorragend positioniert seine Marktstellung weiter auszubauen, insbesondere da IS24 1,5mal mehr Inserate ausweist als der engste Wettbewerber (Stand September 2015).²¹ Durch dieses umfangreichere Angebot konnte IS24 auch seine führende Position bei Besucherzahlen („Traffic“) und Nutzeraktivität steigern, mit 387 Millionen Minuten verbrachter Zeit auf der Plattform (Desktop-PC und mobile Endgeräte, 2,4mal mehr im Vergleich zum engsten Wettbewerber).²² Die Gesamtbesucherzahl ist im September 2015 um 14,4% auf 76 Millionen Seitenbesucher der IS24 gestiegen (im Vergleich zu 67 Millionen Besuchern im September 2014), die Besucherzahlen, wohingegen, unterstützt durch unseren „mobile-first“ Ansatz, die Besucherzahlen über mobile Endgeräte um 30,2% angestiegen ist.²³ Die Besuche via mobile Endgeräte machen zwischenzeitlich 65,3% der Gesamtbesucherzahlen aus (57,4% im September, 2014).

Vor dem Hintergrund der positiven Umsatzentwicklung erhöhte sich das EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit im Drei-Monatszeitraum zum 30. September 2015 im Vergleich zur Vorjahresperiode um 32,9% auf EUR 41,0 Millionen.

20) Schätzungen des Managements

21) Schätzungen des Managements

22) ComScore, September 2015

23) Schätzungen des Managements, basierend auf Besuchern der IS24 Plattform über mobile Endgeräte, mobil-optimierte Webseite und IS24 Applikationen, gemessen mit dem eigenen Traffic Monitor.

Durch Effizienzsteigerungen, den vollen Effekt des Kostenoptimierungsprogrammes und die erstmalige Aktivierung von Entwicklungskosten (2,1 Millionen Euro im Drei-Monatszeitraum zum 30. September 2015 im Vergleich zu 1,2 Millionen Euro im Drei-Monatszeitraum zum 30. September, 2014), stieg die EBITDA Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit auf 60,4% im Vergleich zu 53,1% zum 30. September 2014.

Die Investitionen im Drei-Monatszeitraum zum 30. September 2015 betragen 2,9 Millionen Euro im Vergleich zu 2,1 Millionen Euro im Drei-Monatszeitraum zum 30. September 2014. Wesentlicher Grund für den Anstieg war die Aktivierung von Entwicklungskosten.

AutoScout24

Wesentliche Leistungsindikatoren (in Millionen EUR, sofern nichts anderes angegeben) (ungeprüft, soweit nicht anders angegeben)	2015	2014	+/-	2015	2014	+/-
	Drei-Monatszeitraum zum 30.09.2015	Drei-Monatszeitraum zum 30.09.2014	in %	Neun-Monatszeitraum zum 30.09.2015	Neun-Monatszeitraum zum 31.12.2014	in %
Umsatzerlöse von Kernhändlern* (Deutschland)	11,2	9,2	21,4%	31,2	27,5	13,4%
Umsatzerlöse von Kernhändlern* (Benelux/Italien)	9,1	7,9	14,3%	26,4	23,9	10,3%
Umsatzerlöse von sonstigen Händlern*	2,9	2,7	7,0%	8,5	8,3	2,3%
Sonstige Umsatzerlöse	6,8	6,3	8,7%	21,3	22,6	(5,7%)
Außenumsätze gesamt	30,0	26,2	14,7%	87,4	82,3	6,1%
EBITDA	10,1	3,2		31,7	14,0	
EBITDA der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	11,2	9,8	14,9%	34,9	26,0	33,9%
EBITDA der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit - Marge %	37,5%	37,4%	0,2%	39,9%	31,6%	26,1%
Investitionen	2,5	1,0	164,1%	5,9	5,1	15,1%
Deutschland						
Kernhändler (zum Periodenende, in Zahlen)	21.976	18.971	15,8%	21.976	19.774	11,1%
Kernhändler (Periodendurchschnitt, in Zahlen)	21.816	18.602	17,3%	20.875	18.861	10,7%
Kernhändler ARPU (EUR/Monat)	170,9	165,2	3,5%	165,9	162,0	2,4%
UMV* (nur Desktop, in Zahlen und Millionen)	4,6	5,2	(11,5%)	4,6	4,8	(5,0%)
UMV* (Multiplattform, in Zahlen und Millionen)	6,8	n/a	n/a	6,6	n/a	
Benelux/Italien						
Kernhändler (zum Periodenende, in Zahlen)	17.279	16.174	6,8%	17.279	16.396	5,4%
Kernhändler (Periodendurchschnitt, in Zahlen)	17.086	16.156	5,8%	16.838	16.151	4,3%
Kernhändler ARPU (EUR/Monat)	177,0	163,7	8,1%	174,2	164,6	5,8%
UMV (nur Desktop, in Zahlen und Millionen)*	3,1	3,0	4,5%	3,2	3,0	7,1%

*Erläuterung siehe Glossar

Die Entwicklung der Außenumsätze im Segment AS24 war ebenso zufriedenstellend. Die Anzahl der Kernhändler ist zum 30. September 2015 um 15,8% auf 21.976 angestiegen und der ARPU (durchschnittlicher Erlös pro Kernhändler) stieg um 3,5% auf 171 Euro im Vergleich zum Drei-Monatszeitraum zum 30. September 2014. Auf Basis der Einführung der „MIA“ Produkte in Benelux und Italien, welche ein ähnliches Preismodell wie die VIA Produkte bei IS24 bieten, stieg der ARPU um 8,1% auf 177 Euro einhergehend mit einem Anstieg der Anzahl der Kernhändler um 6,8%. Die Easyautosale GmbH, München („easyautosale“), welche AS4 im April 2015 erworben hat, trug Umsatz in Höhe von 0,5 Million Euro für den Drei-Monats Zeitraum zum 30. September 2015 bei.

Durch Vorantreiben der strategischen Ausrichtung auf die Marktführerschaft im Anzeigenbereich, durch Steigerung der Nutzerfreundlichkeit durch ein verbessertes Angebot für mobile Endgeräte, sowie das kontinuierliche Umsetzen der Händler-Neugewinnungsstrategie in den vergangenen zwölf Monaten hat AS24 eine Erhöhung des Anzeigenbestandes auf 1.133 im September 2015 (im Vergleich zu 1.025 im September 2014) erreicht. Somit konnte der Abstand bezogen auf die Gesamtzahl der Anzeigen zum Marktführer in Deutschland verringert werden mit 0,93-fach so viele Anzeigen im September 2015 im Vergleich zu September 2014 mit 0,83-fach. Des Weiteren konnte AS24 seine Marktführerschaft basierend auf Anzahl der Anzeigen in Belgien (inklusive Luxemburg), Niederlande und Italien weiter ausbauen.²⁴ Durch verbesserte Funktionalität für mobile Endgeräte stieg der Anteil der Besuche über mobile Endgeräte zu Gesamtbesuchen auf 51,6% im September 2015. Im September 2014 betragen die Besuche über mobile Endgeräte 38,4% der Gesamtbesuche. Der Anteil der Besuche über mobile Endgeräte zu Gesamtbesuchen in Belgien, Niederlande und Italien stieg im gleichen Zeitraum von 32,8% auf 55,8%.²⁵

Die positive Umsatzentwicklung spiegelt sich im EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit wieder, welches um 14,9% auf 11,2 Millionen Euro angestiegen ist. Die EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit stieg um 0,2 Prozentpunkte auf 37,4%.

Die Investitionen beliefen sich im Drei-Monatszeitraum zum 30. September 2015 auf 2,5 Millionen Euro, im Vergleichszeitraum zum 30. September 2014 betragen diese 1,0 Million Euro. Der Anstieg ist im Wesentlichen auf Investitionen im Zusammenhang mit einem technologischen Wechsel der AS24-Plattform sowie einer Migration einiger Applikationen in die „Cloud“ zurückzuführen.

Corporate

Die Außenumsätze sind im Drei-Monatszeitraum zum 30. September 2015 auf 0,5 Millionen Euro gesunken (eine Verringerung um 0,2 Million Euro gegenüber dem vergleichbaren Vorjahreszeitraum), welches die Beendigung von Dienstleistungsverträgen mit der Deutschen Telekom AG widerspiegelt. Das um den Ausgleich der Management Fee bereinigte EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit betrug im Drei-Monatszeitraum zum 30. September 2015 negative 3,3 Millionen Euro verglichen mit negativen 3,6 Millionen Euro im Drei-Monatszeitraum zum 30. September 2014.

24) Autobiz, September 2015

25) Schätzungen des Managements basierend auf den Besuchen auf den mobil verfügbaren AS24 Plattformen gemessen mit dem eigenen Traffic Monitor

5. Die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns

Ertragslage

Der Außenumsatz stieg im Neun-Monatszeitraum zum 30. September 2015 um 25,5 Millionen Euro oder 9,7% im Vergleich zum Neun-Monatszeitraum zum 31. Dezember 2014, im Wesentlichen getrieben durch das Wachstum in den Kerngeschäftsfeldern. Im Vergleich zum Drei-Monatszeitraum zum 31. Dezember 2014 stieg der Außenumsatz im Drei-Monatszeitraum zum 30. September 2015 um 6,8 Millionen Euro oder 7,3%

Im IS24 Segment trug die im September 2015 akquirierte classmarkets 0,1 Millionen Euro zum Umsatz bei. Die im November 2014 erstmals konsolidierte Flowfact leistete im Neun-Monatszeitraum zum 30. September 2015 einen Beitrag von 8,7 Millionen Euro zum Umsatz, im Vergleich zu 1,9 Millionen Euro im Vorjahr. In Österreich generierte die seit Juni 2014 konsolidierte Immobilien.net im Neun-Monatszeitraum zum 31. Dezember 2014 Umsatzerlöse in Höhe 2,1 Millionen Euro und 0,8 Millionen Euro im Drei-Monatszeitraum zum 31. Dezember 2014. Im AS24 Segment trug Easyautosale seit der Akquisition im April 2015 0,9 Millionen Euro zum Umsatz bei, hiervon 0,5 Millionen Euro im Drei-Monatszeitraum zum 30. September 2015.

Die betrieblichen Aufwendungen (bereinigt um nicht-operative Einflüsse und Sondereffekte) vor Abschreibungen nahmen infolge der Effizienzsteigerungen aus dem durchgeführten Kostensenkungs- und Restrukturierungsprogramm im Neun-Monatszeitraum zum 30. September 2015 auf 143,8 Millionen Euro ab, verglichen mit 147,6 Millionen Euro im Neun-Monatszeitraum zum 31. Dezember 2014. Dementsprechend beliefen sich die betrieblichen Aufwendungen im Drei-Monatszeitraum zum 30. September 2015 auf nunmehr 50,1 Millionen Euro, verglichen mit 53,5 Millionen Euro im Drei-Monatszeitraum zum 31. Dezember 2014.

Als Ergebnis der zuvor beschriebenen Entwicklungen stieg das EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit im Berichtszeitraum auf 144,6 Millionen Euro, was einer Marge von 50,2% entspricht (im Neun-Monatszeitraum zum 31. Dezember 2014 jeweils 115,2 Millionen Euro und 43,8%). Im Drei-Monatszeitraum zum 30. September 2015 belief sich das EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit auf 49,1 Millionen Euro (mit einer Marge von 49,5%), ein Anstieg um 10,2 Millionen Euro gegenüber dem Drei-Monatszeitraum zum 31. Dezember 2014.

Das EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit von easyautosale betrug negative 0,3 Millionen EUR im Neun-Monatszeitraum zum 30. September 2015. Flowfact trug im Neun-Monatszeitraum zum 30. September 2015 2,6 Millionen Euro zum EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit bei, hiervon 1,1 Millionen Euro im Drei-Monatszeitraum zum 30. September 2015. Im Neun-Monatszeitraum bzw. im Drei-Monatszeitraum zum 31. Dezember 2014 betrug der Beitrag 0,3 Millionen Euro.

Entsprechend stieg das Betriebsergebnis im Berichtszeitraum auf 77,8 Millionen Euro, im Vergleich zu 8,6 Millionen Euro im Neun-Monatszeitraum zum 31. Dezember 2014, in welchem das Betriebsergebnis durch Restrukturierungskosten und Aufwendungen im Zusammenhang mit der Finanzierungsstruktur

des Konzerns belastet wurde. Im Betriebsergebnis enthalten sind im Berichtszeitraum Abschreibungen in Höhe von 47,9 Millionen Euro, von denen 37,1 Millionen Euro auf immaterielle Vermögensgegenstände aus Kaufpreisallokationen entfallen im Vergleich zu 50,1 Millionen Euro bzw. 38,6 Millionen Euro im Neun-Monatszeitraum zum 31. Dezember 2014. Im Drei-Monatszeitraum zum 30. September 2015 belief sich das Betriebsergebnis auf 24,7 Millionen Euro. Darin sind Abschreibungen von 16,2 Millionen Euro enthalten, davon entfallen 12,5 Millionen Euro auf Abschreibungen auf immaterielle Werte, welche im Rahmen von Kaufpreisallokationen aufgedeckt wurden (im Nachfolgenden „Abschreibungen aus Kaufpreisallokation“). Im Drei-Monatszeitraum zum 31. Dezember 2014 betrug das Betriebsergebnis 6,7 Millionen Euro nach Abschreibungen in Höhe von 19,6 Millionen Euro, davon 14,4 Millionen Euro Abschreibungen aus Kaufpreisallokationen.

Der Nettofinanzaufwand belief sich im Neun-Monatszeitraum zum 30. September 2015 auf 9,8 Millionen Euro, verglichen mit 31,1 Millionen Euro im vergleichbaren Vorjahreszeitraum. Hierin enthalten sind Erträge aus dem Verkauf der Beteiligung an Property Guru Pte. Ltd in Höhe von 22,1 Millionen Euro. Die Finanzaufwendungen stiegen infolge der Refinanzierung von 29,6 Millionen Euro auf 34,4 Millionen Euro.

Der Ertragsteueraufwand belief sich im Neun-Monatszeitraum zum 30. September 2015 auf 19,8 Millionen Euro, woraus sich eine effektive Steuerquote von 29,1% ergibt, verglichen mit einem Steuerertrag in Höhe von 1,3 Millionen Euro im Neun-Monatszeitraum zum 31. Dezember 2014. Den Ertragsteueraufwand mindern latente Steuern in Höhe von 5,1 Millionen Euro, die im Wesentlichen auf Abschreibungen aus Kaufpreisallokationen entfallen. Im Neun-Monatszeitraum des Vorjahres beliefen sich die latenten Steuererträge auf 6,3 Millionen Euro. Im Drei-Monatszeitraum zum 30. September 2015 belief sich der Ertragsteueraufwand auf 4,2 Millionen Euro (effektive Steuerquote von 33,9%), im Vergleich zu 2,6 Millionen Euro im Drei-Monatszeitraum zum 31. Dezember 2014.

Entsprechend verzeichnete Scout24 für den Neun-Monatszeitraum zum 30. September 2015 ein Konzernergebnis in Höhe von 48,2 Millionen Euro. Hierin enthalten ist ein auf Minderheitenanteile entfallender Verlust in Höhe von minus 0,4 Millionen Euro. Den Aktionären zuzurechnen ist somit ein Ergebnis in Höhe von 48,7 Millionen Euro, woraus sich ein Ergebnis je Aktie von 0,49 Euro ergibt. Für den Drei-Monatszeitraum zum 30. September 2015 belief sich das Konzernergebnis vor Minderheiten auf 8,2 Millionen Euro, wovon minus 0,1 Millionen Euro auf Minderheitenanteile und 8,4 Millionen Euro auf die Aktionäre der Gesellschaft entfallen; das Ergebnis je Aktie belief sich auf 0,08 Euro.

Finanzlage

Der Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit belief sich im Neun-Monatszeitraum zum 30. September 2015 auf 114,3 Millionen Euro, ein Anstieg um 73% zu 66,1 Millionen Euro im Neun-Monatszeitraum zum 31. Dezember 2014. Dies ist im Wesentlichen auf das gestiegene EBITDA zurückzuführen und trotz der Belastung aus Zahlungsmittelabflüssen in Höhe von 5,6 Millionen Euro aus Rückstellungen, hauptsächlich in Zusammenhang mit den 2014 begonnenen Restrukturierungsmaßnahmen.

Im Berichtszeitraum generierte Scout24 39,2 Millionen Euro aus Netto-Devestitionen aufgrund der Veräußerung der Beteiligung an PropertyGuru. Um Effekte aus Devestitionen bereinigt ergibt sich ein Cashflow aus Investitionstätigkeit in Höhe von minus 23,0 Millionen Euro. Hiervon entfielen minus 13,5 Millionen Euro auf Investitionen in Vermögensgegenstände, hauptsächlich der IT Infrastruktur, und minus 9,4 Millionen Euro auf die jüngsten Akquisitionen Easyautosale und classmarkets.

Der Cashflow aus Finanzierungstätigkeit belief sich im Berichtszeitraum auf minus 100,2 Millionen Euro. Hierin enthalten sind Dividendenausschüttungen in Höhe von 421,6 Millionen Euro, denen Mittelzuflüsse aus Nettokreditaufnahmen in Höhe von 350 Millionen Euro entgegenstehen. Aufgrund des Börsengangs wurden vor dem Stichtag 30. September 2015 7,6 Millionen neue Aktien ausgegeben, für die Scout24 den Nominalwert in Höhe von 7,6 Millionen Euro erhalten hat. Darüber hinaus sind im Berichtszeitraum keine Mittelzuflüsse aus dem Börsengang enthalten, da diese erst nach dem 30. September 2015 zugeflossen sind.

Insgesamt stiegen die verfügbaren Zahlungsmittel im Neun-Monatszeitraum um 53,4 Millionen EUR, von 21,4 Millionen Euro am 31. Dezember 2014 auf nunmehr 74,8 Millionen Euro zum 30. September 2015.

Vermögenslage

Die Bilanzsumme des Konzerns belief sich zum 30. September 2015 auf 2.184,6 Millionen Euro und blieb damit nahezu unverändert (zum 31. Dezember 2014: 2.195,1 Millionen Euro).

Langfristige Vermögenswerte gingen um 3,1% auf 2.061,1 Millionen Euro (31. Dezember 2014: 2.127,4 Millionen Euro) zurück. Dies ist im Wesentlichen auf die Abnahme der Beteiligungen um 36,5 Millionen Euro nach dem Verkauf der Anteile an PropertyGuru zurückzuführen, außerdem auf den Rückgang bei den sonstigen immateriellen Vermögenswerten um 8,4% bzw. 24,8 Millionen Euro auf 269,7 Millionen Euro durch die Abschreibungen aus Kaufpreisallokationen.

Die kurzfristigen Vermögenswerte stiegen von 67,7 Millionen Euro auf 122,9 Millionen Euro, überwiegend durch den Anstieg der Zahlungsmittel von 21,4 Millionen Euro auf 74,8 Millionen Euro.

Die kurzfristigen Verbindlichkeiten stiegen von 90,2 Millionen Euro auf 107,9 Millionen Euro, hauptsächlich durch höhere Verbindlichkeiten aus Ertragsteuern.

Langfristige Verbindlichkeiten nahmen deutlich zu von 1.044,7 Millionen Euro zum 31. Dezember 2014 auf nunmehr 1.379,6 Millionen Euro zum 30. September 2015. Dies ist in erster Linie auf die Refinanzierung im April 2015 zurückzuführen. Infolgedessen stiegen die Finanzverbindlichkeiten um 340,8 Millionen Euro auf 977,4 Millionen Euro. Die passiven latenten Steuern, die überwiegend auf temporäre Differenzen aus Kaufpreisallokationen gebildet wurden, haben sich im Einklang mit den rückläufigen immateriellen Vermögensgegenständen verringert.

Das Eigenkapital nahm nach Berücksichtigung der Dividendenausschüttungen in Höhe von 421,6 Millionen Euro von 1.060,2 Millionen Euro auf 696,9 Millionen Euro ab. Entsprechend beträgt die Eigenkapitalquote nunmehr 31,9% nach 48,3% zum 31. Dezember 2014.

6. Mitarbeiter

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

Zum 30. September 2015 beschäftigte Scout24 1.086 Mitarbeiter (berechnet als Vollzeitäquivalente, „FTE“), verglichen zu 1.084 FTE zum 31. Dezember 2014, ohne Praktikanten, Auszubildende, Aushilfen, Werkstudenten, Leiharbeiter und freie Mitarbeiter.

Die nachstehende Tabelle zeigt die Mitarbeiterzahl (FTE) jeweils zum 30. September 2015 und 31. Dezember 2014 gegliedert nach Segmenten und Regionen:

FTE (zum Periodenende)	2015	2014
	Drei-Monats- zeitraum zum 30.09.2015	Drei-Monats- zeitraum zum 30.09.2014
Gruppe	1.086	1.084
IS24	660	662
AS24	369	355
Corporate	44	48
sonstige	14	20

FTE (zum Periodenende)	2015	2014
	Drei-Monats- zeitraum zum 30.09.2015	Drei-Monats- zeitraum zum 30.09.2014
Gruppe	1.086	1.084
Inland	962	954
Ausland	125	130

Die Entwicklung der durchschnittlichen Mitarbeiterzahl im Neun-Monatszeitraum zum 30. September 2015 und 31. Dezember 2014 ist nachfolgend dargestellt:

Anzahl der Mitarbeiter nach Köpfen (Durchschnitt)

	2015	2014
	Drei-Monats- zeitraum zum 30.09.2015	Drei-Monats- zeitraum zum 30.09.2014
Gruppe	1.104	1.207
IS24	676	714
AS24	365	407
Corporate	46	60
sonstige	17	27

Anzahl der Mitarbeiter nach Köpfen (Durchschnitt)

	2015	2014
	Drei-Monats- zeitraum zum 30.09.2015	Drei-Monats- zeitraum zum 30.09.2014
Gruppe	1.104	1.207
Inland	982	1.072
Ausland	122	135

7. Nachtragsbericht

Die Aktien der Scout24 AG werden seit dem 1. Oktober 2015 im Prime Standard an der Frankfurter Börse gehandelt. Der Zeichnungspreis betrug 30,00 Euro, so dass dem Unternehmen ein Agio aus der Kapitalerhöhung vor Abzug von Transaktionskosten in Höhe von 220,4 Millionen Euro an zusätzlichen Mitteln zugeflossen ist.

Die Transaktionskosten im Zusammenhang mit der Kapitalbeschaffung im Zuge des Börsengangs werden voraussichtlich bis zu 15 Millionen EUR betragen. Von diesen Kosten werden voraussichtlich bis zu 6 Millionen TEUR als Minderung der Kapitalrücklage erfasst nach Berücksichtigung des Ertragsteuereffektes von circa 31,5%.

Im Zusammenhang mit dem Anteilskaufvertrag vom 24. Januar 2014 zur Veräußerung der Beteiligung an der Scout24 International Management AG, Flamatt, an Ringier Digital AG, Flamatt, war Ringier Digital AG, Flamatt, verpflichtet, alle Anstrengungen zu unternehmen, das JobScout24.ch-Geschäft an einen gutgläubigen Dritten zu verkaufen. Aus diesem Verkauf standen Scout24 57,57% des Verkaufspreises zu. Der Verkauf von Ringier Digital AG, Flamatt, an den Erwerber wurde am 1. Oktober 2015 vollzogen, der Anteil von Scout24 am Verkaufspreis betrug 2,5 Millionen Euro.

Die Erlöse des Börsengangs sollten dafür genutzt werden die Höhe der Finanzverbindlichkeiten zu reduzieren. Somit wurde am 7. Oktober 2015 eine durch den Börsengang ausgelöste vertraglich im SFA vereinbarte Rückzahlung in Höhe von insgesamt 107,0 Millionen Euro getätigt, welche anteilig auf die beiden Fazilitäten B und C entfällt. Auf Fazilität B erfolgte am 16. Oktober 2015 eine freiwillige Rückzahlung in Höhe von weiteren 107,0 Millionen Euro. Die frühzeitigen Rückzahlungen führen zu einer einmaligen Amortisierung von Transaktionskosten in Höhe von circa 4,5 Millionen Euro sowie zu einer Verminderung der Zinsbelastung von ungefähr 9 Millionen Euro.

Zum 30. September 2015 wurde das gesamte SFA Darlehn als langfristig ausgewiesen, da die Entscheidung der für die Rückzahlung nach dem Bilanzstichtag getroffen wurde.

8. Chancen- und Risikobericht

8.1. Risiken

Scout24 ist einer Reihe von Risiken ausgesetzt, die im Kapitel 4 "Risiko- und Chancenbericht" des Konzernabschlusses der Asa NewCo GmbH (jetzt Scout24 AG) für das Rumpfgeschäftsjahr zum 31. Dezember 2014 detailliert beschrieben sind. Mit Ausnahme der nachstehenden Erläuterungen sind dem Vorstand keine grundlegenden Veränderungen bekannt.

Die Bewertung der Risiken zum 30. September 2015 durch den Vorstand zeigt auf, dass die Risiken begrenzt sind und die Gesamtrisikolage beherrschbar ist. Es sind derzeit keine Risiken erkennbar, die einzeln oder zusammen mit anderen Risiken den Bestand der Scout24-Gruppe gefährden könnten.

8.1.1. Wirtschaftliche Eintrübung der Automobilindustrie

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

8.1.2. Änderung gesetzlicher Vorschriften

Die Geschäftsentwicklung der Scout24 wird von einer Vielzahl von Gesetzen und Regulierungen beeinflusst, von denen viele noch unbestimmt sind und sich herausbilden, und die zu einem Verlust von Kunden und Konsumenten oder einem Rückgang der Inserate auf ihrer Plattform führen könnten. Am 1. Juni 2015 trat in Deutschland eine gesetzliche Neuregelung in Kraft, auf Grund der es einem Vermieter einer Immobilie nun untersagt ist, die Provision für einen von ihm bestellten Makler auf den Mieter abzuwälzen („Bestellerprinzip“). Diese Änderung kann zu einem deutlichen Rückgang der Bereitschaft von Vermietern zur Einschaltung eines Maklers führen, und somit eine grundlegende Veränderung bei der Schaltung von Immobilienanzeigen herbeiführen. Diese werden nicht mehr von Maklern getätigt sondern von Privatpersonen, was weitreichende Konsequenzen für den Immobilienmarkt, in dem die Scout24 tätig ist, nach sich ziehen kann.

Diese Neuregelung kann darüber hinaus zu einer strukturellen Verschiebung von Mietinseraten von Maklern hin zu privaten Inseraten führen, mit potenziellen Auswirkungen auf den Markt für Mietimmobilien, in dem Scout24 tätig ist. Mit der gleichen gesetzlichen Neuregelung wurde außerdem ein Mietstabilisierungsmechanismus (sog. „Mietpreisbremse“) eingeführt, der in Gebieten mit einem angespannten Wohnungsmarkt nach Definition der Bundesländer Anwendung findet und übermäßige Mieterhöhungen verhindern soll. Bei Neuvermietungen darf nach der Neuregelung die Miete die ortsübliche Vergleichsmiete um maximal 10% übersteigen oder aber der Miete entsprechen, die vom Vormieter zu erzielen war. Dieser Mechanismus kann sich negativ auf Investitionen in Neubauten auswirken und infolge geringerer Bautätigkeit und verringerter Aktivität auf dem Immobilienmarkt zu einer Verringerung der Makler- und privaten Inserate führen.

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

Gleichermaßen verpflichtet die Energieverbrauchskennzeichnungsverordnung Verkäufer von energieverbrauchsrelevanten Produkten oder solchen die CO2 emittieren wie beispielsweise PKW zur Angabe bestimmter Informationen hinsichtlich Emissionen und Energieverbrauch. Verstöße gegen solche Angabepflichten bei Inseraten von Fahrzeugen auf der Plattform von Scout24 können für die Kunden Rechtsstreitigkeiten mit Aufsichtsbehörden oder Umweltorganisationen zur Folge haben. Dadurch könnten Kunden generell davon Abstand nehmen, Fahrzeuge auf digitalen Anzeigeplässen wie AS24 zu inserieren

oder, im Falle von Rechtsstreitigkeiten in Bezug auf ein Inserat bei AS24, Rechtsfolgen auf die Scout24 Plattform zurückführen. Infolgedessen könnte AS24 Kundenverluste und/oder Reputationsschäden erleiden.

8.1.3. Datenschutz

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 Transaktionsdatenbank 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.

8.2. Chancen

Das Internetgeschäft ist nach wie vor auf Wachstumskurs in Deutschland, Europa und weltweit. Insbesondere im Anzeigengeschäft verschieben sich die Geschäftsmodelle weg von Offline-Angeboten (wie z.B. Printmedien) hin zu Online-Angeboten. Gerade in dieser Veränderung liegt weiteres Wachstumspotenzial für alle Scout24 Geschäftsmodelle. Durch ihren hohen Markenbekanntheitsgrad und die hohen Nutzerzahlen ist Scout24 in einer hervorragenden Ausgangsposition, um diese Potenziale zu nutzen.

Die wesentlichen Chancen beinhalten:

- Potential für weitere Ertragssteigerungen bei ImmobilienScout24
- Größtes EU-weites online Automobil-Anzeigenportal mit dem Potential für Leistungssteigerungen
- Gute Ausgangsposition für den weiteren Ausbau unserer online Portale und die Erschließung weiterer Marktchancen entlang der Wertschöpfungskette im Immobilien- und Automobilsektor
- Stabiles Geschäftsmodell mit beständigem Umsatzwachstum, starken Margen und hoher Cashflow-Generierung
- Eine fokussierte Strategie und Führungsmannschaft mit der Vision und Erfahrung, um die erstklassige Position der Gruppe weiter auszubauen

Diese Chancen sind ebenfalls detailliert im genannten Konzernabschluss für das Rumpfgeschäftsjahr zum 31. Dezember 2014 erläutert.

Von den nachfolgenden Chancen abgesehen haben sich gegenüber dem genannten Konzernabschluss keine grundlegenden Veränderungen ergeben:

8.2.1. Markteinführung von Scout24 Media

Im September 2015 hat Scout24 bei der „dmexco“ in Köln, Deutschlands größter Fachmesse für digitales Marketing & Werbung, offiziell Scout24 Media vorgestellt. Scout24 Media wird als konzernweite Funktion die Generierung von Leads und den Verkauf von Werbeanzeigen vorantreiben und dazu beitragen, Scout24 als einen führenden datenbasierten Premium-Anbieter in Deutschland und Europa zu positionieren. Scout24 Media kombiniert konzernweite Vermarktungskompetenz und Ressourcen mit Drittanbietern und Vertriebspartnern. Ausgehend von der intensiven Nutzung unserer Portale und den signifikanten Synergien zwischen IS24 und AS24 ist der Vorstand davon überzeugt, dass Scout24 gut positioniert ist, um Mehrwertdienste und Produkte anzubieten, die über die reine Anzeigenvermarktung hinausgehen. Der Vorstand schätzt, dass sich 30% der AS24 Nutzer in Deutschland gleichzeitig auch für eine Immobilie interessieren und umgekehrt 43% der IS24 Nutzer in Deutschland sich auch für ein Auto interessieren. Diese deutliche Überschneidung der Nutzerinteressen erlaubt es Scout24 den Konsumenten entsprechende Produkte und Dienstleistungen anzubieten und gleichzeitig Unternehmen, die an einem Zugang zu einer großen und qualifizierten Kundenbasis von circa 13 Millionen monatlichen Nutzern interessiert sind, effiziente Möglichkeiten für zielgruppengenaue Werbeaussteuerung und Neukundengewinnung zu eröffnen.²⁶

9. Prognosebericht

9.1. Markt- und Branchenerwartungen

Wie im Kapitel „2. Gesamtwirtschaftliche und branchenbezogene Rahmenbedingungen“ dargestellt, rechnet Scout24 mit konjunkturellem Rückenwind sowohl aus der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung als auch durch die branchenspezifischen Trends im deutschen Immobilienmarkt und dem europäischen Automobilmarkt.

Scout24 ist durch die Fokussierung auf sein Kerngeschäft und den europäischen Markt hervorragend positioniert, um diesen Rückenwind zu nutzen und profitiert dabei auch von führenden Marktpositionen, hoher Markenbekanntheit und der beträchtlichen Nutzerreichweite.

9.2. Unternehmenserwartungen

Scout24 wird seine Unternehmenspolitik mit direkter Ausrichtung auf nachhaltiges und gewinnbringendes Wachstum weiter in Zukunft vorantreiben.

Die Außenumsätze in den ersten neun Monaten 2015 beliefen sich auf 288,2 Millionen Euro. Für das Gesamtjahr 2015 rechnet der Scout24 Vorstand insgesamt mit Außenumsätzen von rund 390 Millionen Euro. Das Umsatzwachstum von IS24 wird weiter von der Migration in das Mitgliedschaftsmodell und einem Anstieg des ARPU, welcher gemäß Erwartungen des Vorstandes rund 600 Euro erreichen sollte, profitieren. Die Anzahl der Kernmakler sollte sich bei rund 20.000 einpendeln. Das Umsatzwachstum in den Kernmärkten von AS24 wird weiterhin von einem steigenden ARPU sowie einer wachsenden Kernhändlerbasis angetrieben werden, analog zur Entwicklung die auch schon im Drei-Monatszeitraum zum 30. September 2015 verglichen mit dem Drei-Monatszeitraum zum 30. September 2014 zu beobachten war.

Die EBITDA-Marge der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit, die in den ersten neun Monaten 2015 50,2% betrug, wird im Bereich von 47,5% - 49,0% für das Gesamtjahr 2015 erwartet, da die EBITDA-Margen aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit sowohl bei IS24 als auch bei AS24 leicht unter dem Niveau des Drei-Monatszeitraums zum 30. September 2015 liegen werden. Diese Entwicklung ist auf geplante Investitionen in IT und Marketing in den verbleibenden Monaten des Geschäftsjahres 2015 zurückzuführen.

Die nicht-operativen Sachverhalte werden maßgeblich durch die Kosten des Börsengangs, welche nicht gegen die Kapitalreserve gebucht werden, in Höhe von bis zu 7 Millionen Euro bestimmt, hinzukommen circa 15 Millionen Euro für nicht-operative Kosten für Restrukturierung und Neuorganisation, welche schon in 2014 begonnen wurde.

Die Investitionen für das Geschäftsjahr 2015 werden sich voraussichtlich auf rund 20 Millionen Euro belaufen, hauptsächlich bedingt durch Investitionen in die AS24 Plattform.

Die Steuerveranlagung für das erste Steuerjahr der Scout24, welches am 31. Dezember 2014 endete, sind nun abgeschlossen, wobei bis zum 30. September 2015 keine Steuerzahlungen fällig waren. Aus diesem Grund rechnet Scout24 in den verbleibenden Monaten des Geschäftsjahres 2015 mit Zahlungsmittelabflüssen durch Ertragssteuerzahlungen in einer Größenordnung von 25 Millionen Euro bis 30 Millionen Euro, welche die Steuerzahlung für 2014 und die Steuervorauszahlung für 2015 beinhaltet.

26) AGOF internet facts 2015-03, Unique Users pro Monat, auf der Basis von Internetnutzer älter 10 Jahre, aggregierte Daten von IS24, AS24 und FS24 ohne Doppeltzählung

Konzern- zwischenabschluss (gekürzt)

„Unser Fokus auf operative Effizienz und Generierung von Synergien zwischen unseren beiden marktführenden Kerngeschäftsfeldern zahlt sich deutlich aus. Scout24 befindet sich weiter auf Wachstumskurs und hat im dritten Quartal 2015 eine deutliche Steigerung der Außenumsätze und des EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit erzielt.“

Christian Gisy
(Chief Financial Officer)

Konzernzwischenabschluss (gekürzt)

1. Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

(TEUR)	2015	2014	2015	2014
	01.07.2015 - 30.09.2015	01.10.2014 - 31.12.2014	01.01.2015 - 30.09.2015	01.04.2014 - 31.12.2014
Umsatzerlöse	99.228	92.475	288.375	262.861
Umsatzkosten	- 10.739	- 13.077	- 31.415	- 40.238
Bruttoergebnis vom Umsatz	88.489	79.398	256.960	222.623
IT- und Produktservicekosten	- 11.911	-13.620	- 36.229	- 35.005
Vertrieb- und Marketingkosten	- 33.355	- 42.320	- 94.409	- 99.775
Verwaltungskosten	- 22.458	- 16.828	- 53.254	- 80.697
Sonstige betriebliche Erträge	3.912	238	4.818	1.625
Sonstige betriebliche Aufwendungen	4	- 123	- 45	- 146
Betriebsergebnis	24.681	6.745	77.841	8.625
Verlust aus at-Equity bilanzierten Unternehmen	0	- 961	- 821	- 1.905
Gewinn aus dem Verkauf von Beteiligungen aus at-Equity bilanzierten Unternehmen	0	0	22.098	-
Finanzierungserträge	- 670	89	3.334	455
Finanzierungsaufwendungen	- 11.542	- 9.265	- 34.440	- 29.644
Finanzergebnis	- 12.212	- 10.137	- 9.829	- 31.094
Ergebnis vor Ertragsteuern	12.469	-3.392	68.012	- 22.469
Ertragsteuern	- 4.217	- 2.649	- 19.782	1.289
Ergebnis aus fortgeführten Aktivitäten	8.252	- 6.041	48.230	- 21.180
Ergebnis aus nicht fortgeführten Aktivitäten nach Steuern	0	0	0	1.010
Ergebnis nach Steuern	8.252	- 6.041	48.230	- 20.170
Davon entfallen auf:				
Nicht beherrschende Anteile	- 132	- 241	- 443	- 241
Anteilseigner des Mutterunternehmens	8.385	- 5.800	48.673	- 19.929

Anhangsangaben sind integraler Bestandteil des Zwischenabschlusses

Ergebnis je Aktie

(in EUR)

	2015	2014	2015	2014
	01.07.2015 - 30.09.2015	01.10.2014 - 31.12.2014	01.01.2015 - 30.09.2015	01.04.2014 - 31.12.2014
Unverwässertes Ergebnis je Aktie				
Ergebnis aus fortgeführten Aktivitäten	0,08	-0,39	0,49	-1,21
Ergebnis aus nicht fortgeführten Aktivitäten	-	-	-	0,01
Ergebnis nach Steuern	0,08	-0,39	0,49	-1,20
Verwässertes Ergebnis je Aktie				
Ergebnis aus fortgeführten Aktivitäten	0,08	-0,39	0,49	-1,21
Ergebnis aus nicht fortgeführten Aktivitäten	-	-	-	0,01
Ergebnis nach Steuern	0,08	-0,39	0,49	-1,20

Anhangsangaben sind integraler Bestandteil des Zwischenabschlusses

2. Konzern-Gesamtergebnisrechnung

(TEUR)	2015		2014	
	01.07.2015 - 30.09.2015	01.10.2014 - 31.12.2014	01.01.2015 - 30.09.2015	01.04.2014 - 31.12.2014
Ergebnis nach Steuern	8.252	- 6.041	48.230	- 20.170
Sonstiges Gesamtergebnis				
Posten, die nicht in das Konzernergebnis umgliedert werden				
Umbewertungen von Verpflichtungen aus Leistungen an Arbeitnehmer nach Beendigung des Arbeitsverhältnisses	- 168	- 212	141	- 238
	- 168	- 212	141	- 238
Posten, die anschließend möglicherweise in das Konzernergebnis umgliedert werden				
Währungsumrechnungsdifferenzen	- 44	168	39	829
Anteilige Währungsumrechnungsdifferenzen aus at-Equity bilanzierten Unternehmen	-	- 272	- 37	- 267
Umgliederung anteilige Währungsumrechnungsdifferenzen aufgrund des Verkaufs von Beteiligungen aus at-Equity bilanzierten Unternehmen	-	-	17	-
	- 44	- 104	19	562
Sonstiges Ergebnis nach Steuern	- 212	- 316	160	324
Gesamtergebnis	8.040	- 6.357	48.390	- 19.846
Davon entfallen auf:				
Nicht beherrschende Anteile	- 132	- 241	- 443	- 241
Anteilseigner des Mutterunternehmens	8.172	- 6.116	48.833	- 19.605
Gesamtergebnis	8.040	- 6.357	48.390	- 19.846
Den Anteilseignern des Mutterunternehmens zustehender Anteil des Gesamtergebnisses resultiert aus:				
Fortgeführten Aktivitäten	8.172	- 6.116	48.833	- 20.615
Nicht fortgeführten Aktivitäten	0	0	0	1.010
	8.172	- 6.116	48.833	- 19.605

Anhangsangaben sind integraler Bestandteil des Zwischenabschlusses

3. Konzernbilanz

Aktiva (TEUR)	2015		2014	
	01.01.2015 - 30.09.2015	01.04.2014 - 31.12.2014	01.01.2015 - 30.09.2015	01.04.2014 - 31.12.2014
Kurzfristige Vermögenswerte	122.954	67.708		
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	74.825	21.409		
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	34.018	35.120		
Finanzielle Vermögenswerte	4.559	1.919		
Ertragsteuerforderungen	153	494		
Sonstige Vermögenswerte	9.399	8.766		
Langfristige Vermögenswerte	2.061.605	2.127.383		
Geschäfts- oder Firmenwert	787.267	783.479		
Marken	983.788	982.713		
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	269.674	294.505		
Sachanlagen	13.731	17.119		
Beteiligungen aus at-Equity bilanzierten Unternehmen	1.632	38.173		
Finanzielle Vermögenswerte	626	3.327		
Aktive latente Steuern	3.332	6.206		
Sonstige Vermögenswerte	1.555	1.861		
Bilanzsumme	2.184.559	2.195.091		
Passiva (TEUR)	2015	2014		
	01.01.2015 - 30.09.2015	01.04.2014 - 31.12.2014		
Kurzfristige Verbindlichkeiten	107.946	90.178		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	28.267	32.434		
Finanzielle Verbindlichkeiten	4.127	1.759		
Sonstige Rückstellungen	3.999	9.090		
Ertragsteuerverbindlichkeiten	37.477	14.954		
Sonstige Verbindlichkeiten	34.076	31.941		
Langfristige Verbindlichkeiten	1.379.665	1.044.691		
Finanzielle Verbindlichkeiten	977.448	636.611		
Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	583	989		
Sonstige Rückstellungen	2.167	2.399		
Ertragsteuerverbindlichkeiten	62	16		
Passive latente Steuern	396.873	402.590		
Sonstige Verbindlichkeiten	2.532	2.086		
Eigenkapital	696.948	1.060.222		
Gezeichnetes Kapital	107.600	2.000		
Kapitalrücklage	208.429	304.104		
Aus Kapitalrücklage zugewiesenes Kapital	800.000	800.000		
Gewinnrücklage	- 420.964	- 48.189		
Sonstige Rücklagen	1.068	1.049		
Nicht beherrschende Anteile	815	1.258		
Bilanzsumme	2.184.559	2.195.091		

Anhangsangaben sind integraler Bestandteil des Zwischenabschlusses

4. Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung

(TEUR)	gezeichnetes Kapital	Kapital- rücklage	Aus Kapitalrücklage zugewiesenes Kapital	Gewinn- rücklage	Sonstige Rücklagen	Eigenkapital der Anteilseigner	Nicht beherrschende Anteile	Summe Konzern- Eigenkapital
Stand vom 01.04.2014	2.000	301.492	800.000	- 21.622	487	1.082.357	- 24	1.082.333
Umbewertungen von Verpflichtungen aus Leistungen an Arbeitnehmer nach Beendigung des Arbeitsverhältnisses	-	-	-	- 238	-	- 238	-	- 238
Währungsumrechnungsdifferenzen	-	-	-	-	562	562	-	562
Ergebnis nach Steuern	-	-	-	- 19.929	-	- 19.929	- 241	- 20.170
<i>Gesamtergebnis</i>	-	-	-	- 20.167	562	- 19.606	- 241	- 19.846
Anteilsbasierte Vergütung	-	2.612	-	-	-	2.612	-	2.612
Änderungen im Konsolidierungskreis	-	-	-	-	-	-	1.522	1.522
Ausschüttung	-	-	-	- 6.400	-	- 6.400	-	- 6.400
Stand vom 31.12.2014 / 01.01.2015	2.000	304.104	800.000	- 48.189	1.049	1.058.964	1.258	1.060.222
Umbewertungen von Verpflichtungen aus Leistungen an Arbeitnehmer nach Beendigung des Arbeitsverhältnisses	-	-	-	141	-	141	-	141
Währungsumrechnungsdifferenzen	-	-	-	-	19	19	-	19
Ergebnis nach Steuern	-	-	-	48.673	-	48.673	- 443	48.230
<i>Gesamtergebnis</i>	-	-	-	48.814	19	48.833	- 443	48.390
Kapitalerhöhung	7.600	-	-	-	-	7.600	-	7.600
Kapitalerhöhung aus Gesellschaftsmitteln	98.000	- 98.000	-	-	-	-	-	-
Anteilsbasierte Vergütung	-	2.325	-	-	-	2.325	-	2.325
Ausschüttung	-	-	-	- 421.588	-	- 421.588	-	- 421.588
Stand vom 30.09.2015	107.600	208.429	800.000	- 420.964	1.068	696.133	815	696.948

Anhangsangaben sind integraler Bestandteil des Zwischenabschlusses

5. Konzern-Kapitalflussrechnung

(TEUR)	2015	2014
	01.01.2015 - 30.09.2015	01.04.2014- 31.12.2014
Ergebnis fortgeführter Aktivitäten	48.230	-21.180
Abschreibungen und Wertminderungen auf immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	47.878	50.063
Ertragsteueraufwand/(-ertrag)	19.782	-1.289
Zinserträge	-124	-283
Zinsaufwendungen	33.523	26.422
Sonstiges Finanzergebnis	-2.294	3.050
Ergebnis aus at-Equity bilanzierten Unternehmen	821	1.905
Ertrag aus dem Verkauf von Beteiligungen aus at-Equity bilanzierten Unternehmen	-22.098	-
Ergebnis aus dem Abgang vollkonsolidierter Gesellschaften	-	-124
Ergebnis aus dem Abgang immaterieller Vermögenswerte und Sachanlagen	-38	71
Sonstige zahlungsunwirksame Vorgänge	-2.266	2.788
Veränderungen sonstiger Vermögenswerte, die nicht der Investitions- noch der Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	1.401	190
Veränderungen sonstiger Verbindlichkeiten, die nicht der Investitions- noch der Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	-2.900	2.263
Veränderung der Rückstellungen	-5.588	2.312
Gezahlte Ertragsteuern	-2.003	-1.107
Ergebnis aus nicht fortgeführten Aktivitäten	-	1.010
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit fortgeführter Aktivitäten	114.324	66.091
Auszahlungen für den Erwerb immaterieller Vermögenswerte	-11.921	-7.348
Auszahlungen für den Erwerb von Sachanlagen	-1.596	-4.696
Geleistete Anzahlungen aus Investitionstätigkeit	-270	-148
Einzahlungen aus dem Verkauf immaterieller Vermögenswerte und Sachanlagen	98	112
Auszahlungen für Investitionen in finanzielle Vermögenswerte	-22	-1.753
Einzahlungen aus Abgängen finanzieller Vermögenswerte	2.725	42
Auszahlungen aus dem Erwerb von Tochterunternehmen abzüglich erworbener flüssiger Mittel	-9.428	-41.083
Einzahlungen aus dem Verkauf von Beteiligungen aus at-Equity bilanzierten Unternehmen	59.880	-
Auszahlungen im Zusammenhang mit dem Verkauf von Beteiligungen aus at-Equity bilanzierten Unternehmen	-2.082	-
Einzahlungen aus der Veräußerung nicht fortgeführter Aktivitäten	1.700	16.021
Erhaltene Zinsen	124	283
Cashflow aus Investitionstätigkeit fortgeführter Aktivitäten	39.208	-38.570
Aufnahme kurzfristiger Finanzverbindlichkeiten	-	-
Rückzahlung kurzfristiger Finanzverbindlichkeiten	-267	-920
Aufnahme mittel- und langfristiger Finanzverbindlichkeiten	400.000	-
Rückzahlung mittel- und langfristiger Finanzverbindlichkeiten	-50.000	-10.000
Gezahlte Zinsen	-28.206	-25.150
Auszahlungen aus Finanzierungskosten	-7.726	-
Auszahlungen für den Erwerb derivativer Finanzinstrumente	-55	-880
Einzahlung aus Kapitalerhöhung	7.600	-
Gezahlte Dividenden	-421.588	-1.400
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit fortgeführter Aktivitäten	-100.242	-38.350
Wechselkursbedingte Änderungen des Finanzmittelbestandes	126	13
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	53.416	-10.816
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenanfang	21.409	32.225
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenende	74.825	21.409

Anhangsangaben sind integraler Bestandteil des Zwischenabschlusses

6. Anhang zum verkürzten Konzernzwischenabschluss

6.1. Grundlagen der Abschlusserstellung und Zusammenfassung wesentlicher Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

6.1.1. Allgemeine Angaben

Mit Gesellschafterbeschluss vom 4. September 2015 und Wirkung zum 10. September 2015 wurde die Asa NewCo GmbH, München, in eine Aktiengesellschaft umgewandelt. Zeitgleich wurde die Gesellschaft umbenannt von Asa NewCo GmbH, München, in Scout24 AG, München.

Die Scout24 AG, München, (nachfolgend auch „Gesellschaft“) als Mutterunternehmen bildet gemeinsam mit ihren direkten sowie indirekten Tochtergesellschaften die Scout24-Gruppe (nachfolgend auch „Scout24“ oder „Gruppe“). Die Scout24-Gruppe ist eine Unternehmensgruppe von Online-Marktplätzen in Deutschland und anderen ausgewählten europäischen Ländern in den Bereichen Immobilien, Kraftfahrzeuge und Finanzdienstleistungen.

Beginnend am 1. Januar 2015 ist das Geschäftsjahr der Scout24 AG, München das Kalenderjahr vom 1. Januar bis zum 31. Dezember. Das vorherige Geschäftsjahr war ein Rumpfgeschäftsjahr vom 1. April bis zum 31. Dezember 2014. Die Vergleichszahlen der Vorperiode für die Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung und die Konzern-Gesamtergebnisrechnung umfassen den Zeitraum vom 1. April bis zum 31. Dezember 2014.

Der vorliegende verkürzte Konzernzwischenabschluss („Konzernzwischenabschluss“) der Scout24 AG, München, und ihrer Tochtergesellschaften zum 30. September 2015 wurde in Übereinstimmung mit den Vorschriften des IAS 34, Zwischenberichterstattung, aufgestellt. Als Ausgangsbasis und für weitere Informationen wird verwiesen auf den Konzernabschluss zum 31. Dezember 2014, der nach den International Financial Reporting Standards (IFRS) und den dazu erfolgten Auslegungen des International Financial Reporting Standards Interpretations Committee (IFRS IC), wie sie in der Europäischen Union anzuwenden sind, aufgestellt wurde.

Der Konzernzwischenabschluss zum 30. September 2015 ist in Euro aufgestellt. Die Zahlenangaben erfolgen, soweit nicht anders vermerkt, grundsätzlich in TEUR. Die dargestellten Tabellen und Angaben können rundungsbedingte Differenzen enthalten.

Die Geschäftsführung hat den Konzernzwischenabschluss am 04. November 2015 zur Veröffentlichung frei gegeben.

6.1.2. Wesentliche Bilanzierungs- und Bewertungsgrundlagen

Die in diesem Konzernzwischenabschluss zum 30. September angewendeten Bilanzierungs- und Bewertungsgrundlagen stimmen grundsätzlich mit den für die Aufstellung des Konzernabschlusses zum 31. Dezember 2014 angewendeten Bilanzierungs- und Bewertungsgrundlagen überein. Ausnahmen hiervon stellen die nachfolgend dargestellten erstmalig verpflichtend anzuwendenden neuen und geänderten Standards und Interpretationen dar:

Scout24 hat die Änderungen aus den Verbesserungen der International Financial Reporting Standards, Zyklus 2011-2013, angewandt, welche verpflichtend ab dem Geschäftsjahr 2015 anzuwenden waren. Diese Änderungen beinhalten Klarstellungen zu folgenden vier Standards: IFRS 1 „Erstmalige Anwendung der International Accounting Standards“, IFRS 3 „Unternehmenszusammenschlüsse“, IFRS 13 „Bemessung des beizulegenden Zeitwerts“ sowie IAS 40 „Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien“. Die erstmalige Anwendung hatte keine Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Scout24. IFRIC 21 „Abgaben“ hat keine Relevanz für die Gruppe.

6.1.3. Ermessensentscheidungen und Schätzungsunsicherheiten

Bei der Aufstellung des Konzernzwischenabschlusses sind vom Management Annahmen und Schätzungen zu treffen, die Auswirkungen auf die Anwendung von Bilanzierungsvorschriften und auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage haben können. Die später tatsächlich eintretenden Ergebnisse können von diesen Schätzungen abweichen.

Die bei der Aufstellung des Konzernzwischenabschlusses vom Management gemachten Ermessensentscheidungen im Rahmen der Anwendung der Bilanzierungsvorschriften sowie Ursachen möglicher Schätzungsunsicherheiten sind die gleichen wie im Konzernabschluss für das verkürzte Geschäftsjahr zum 31. Dezember 2014, mit der Ausnahme von Schätzungen, die im Rahmen der Ermittlung der Einkommensteuer notwendig sind.

6.2. Unternehmenserwerbe und -verkäufe

In der Berichtsperiode hat sich der Konsolidierungskreis wie folgt geändert:

Am 16. April 2015 hat die AutoScout24 GmbH, München, 100% der Eigenkapitalanteile an der easyautosale GmbH, München (nachfolgend „easyautosale“) erworben. Am 8. September 2015 hat Immobilien Scout GmbH, Berlin, 100% der Eigenkapitalanteile an der classmarkets GmbH, Berlin (nachfolgend „classmarkets“) erworben. Am 22. Juni 2015 verkaufte die Immobilien Scout GmbH, Berlin, ihre gesamte Eigenkapitalbeteiligung an der PropertyGuru Pte. Ltd., Singapur. Für das Ergebnis aus dem Verkauf siehe „6.3 Erläuterungen zur Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung“.

Der Kaufpreis für den 100%igen Erwerb der easyautosale durch die AutoScout24 GmbH, München am 16. April 2015 betrug 6.522 TEUR und wurde in bar gezahlt. Seit dem 16. April 2015 übt die Scout24 AG, München einen beherrschenden Einfluss auf die easyautosale aus. Easyautosale stellt einen Internetmarktplatz für Verkäufer und Käufer von Gebrauchtwagen zur Verfügung. Nach der Eingabe der Daten des Gebrauchtwagens erhält der private Verkäufer eine Bewertung seines Wagens und einen Minimumverkaufspreis. Nach Vereinbarung des Preises bietet easyautosale den Wagen exklusiv Autohändlern an. Die Vertragsparteien des Kaufvertrages sind dabei ausschließlich der private Verkäufer sowie der Autohändler. Easyautosale ist dabei keine Vertragspartei. Die Umsätze der Gesellschaft bestehen aus Verkaufsprovisionen. Das Alleinstellungsmerkmal von easyautosale ist die Bewertung der Gebrauchtwagen.

Der aus der Transaktion resultierende Firmenwert in Höhe 3.109 TEUR resultiert aus dem strategisch komplementären Geschäftsmodell sowie dem Mitarbeiterstamm. Der Firmenwert ist steuerlich nicht abzugsfähig.

Die nachfolgende Tabelle fasst die bezahlte Gegenleistung für easyautosale sowie den beizulegenden Zeitwert des erworbenen Vermögens und der Verbindlichkeiten zusammen:

Gegenleistung

(TEUR)	16. April 2015
Zahlungsmittel	6.522
Summe Gegenleistung	6.522

Fair Value der erworbenen identifizierten Vermögenswerte und übernommenen Verbindlichkeiten zum Erwerbszeitpunkt

(TEUR)	16. April 2015
Identifizierbarer Markenname	819
Entwicklungskosten	2.296
Kundenverträge	1.701
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	7
Sachanlagen	44
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Forderungen	141
Zahlungsmittel	964
Rückstellungen	-9
Latente Steuerschulden	-1.512
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Verbindlichkeiten	-1.038
Gesamtes identifiziertes Nettovermögen	3.413
Geschäfts-/Firmenwert	3.109
Gesamt	6.522

Der beizulegende Zeitwert der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und der sonstigen Forderungen beträgt dabei 141 TEUR. Der gesamte beizulegende Zeitwert wird als einbringbar angesehen.

Anschaffungsnebenkosten in Höhe von 135 TEUR wurden aufwandswirksam in den allgemeinen Verwaltungskosten erfasst.

Seit der Erstkonsolidierung hat die easyautosale Umsatzerlöse in Höhe von 880 TEUR und ein Ergebnis nach Steuern in Höhe von -663 TEUR zur Gewinn- und Verlustrechnung beigetragen. Wäre easyautosale bereits seit dem 1. Januar 2015 konsolidiert worden, hätte die Gesellschaft 1.501 TEUR zu den Umsatzerlösen und einen Verlust von 1.018 TEUR zum Ergebnis nach Steuern beigetragen.

Am 8. September 2015 hat Immobilien Scout GmbH, Berlin 100% der Anteile an classmarkets erworben. Der vorläufige Kaufpreis in Höhe von 4.094 TEUR wurde in bar gezahlt. Aufgrund der finalen Schlussbilanz wurde jedoch ein Erstattungsanspruch von 31 TEUR bilanziert. Somit beträgt der angepasste vorläufige Kaufpreis 4.062 TEUR. Zusätzlich wurde noch ein bedingter Kaufpreis in Höhe von 100 TEUR vereinbart (für Details verweisen wir auf Abschnitt 6.6.1 Angaben zu Finanzinstrumenten). Seit dem 8. September 2015 übt Scout24 AG, München einen beherrschenden Einfluss auf classmarkets aus. Classmarkets betreibt circa 50 regionale online Immobilienportale für Druckverlage. Darüber hinaus betreibt classmarkets Immobilo.de, eine vertikale Meta-Suchplattform.

Der aus der Transaktion resultierende Firmenwert in Höhe 2.201 TEUR resultiert aus dem strategisch komplementären Geschäftsmodell sowie dem Mitarbeiterstamm. Der Firmenwert ist steuerlich nicht abzugsfähig.

Die nachfolgende Tabelle fasst die bezahlte Gegenleistung für classmarkets sowie den beizulegenden Zeitwert des erworbenen Vermögens und der Verbindlichkeiten zusammen. Die Werte des Kaufpreises, des Firmenwertes sowie der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstiger Verbindlichkeiten sind vorläufig.

(TEUR)	8. September 2015
Zahlungsmittel	4.093
Erstattungsanspruch	-31
Bedingter Kaufpreis	100
Summe übertragene Gegenleistung	4.162
Fair Value der erworbenen identifizierten Vermögenswerte und übernommenen Verbindlichkeiten zum Erwerbszeitpunkt	
(TEUR)	8. September 2015
Identifizierbarer Markenname	505
Entwicklungskosten	1.241
Kundenverträge	601
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	18
Sachanlagen	14
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Forderungen	200
Zahlungsmittel	229
Rückstellungen	-3
Latente Steuerschulden	-739
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Verbindlichkeiten	-104
Gesamtes identifiziertes Nettovermögen	1.961
Geschäfts-/Firmenwert	2.201
Gesamt	4.162

Der beizulegende Zeitwert der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und der sonstigen Forderungen beträgt dabei 200 TEUR. Der gesamte beizulegende Zeitwert wird als einbringbar angesehen.

Anschaffungsnebenkosten in Höhe von 130 TEUR wurden aufwandswirksam in den allgemeinen Verwaltungskosten erfasst.

Seit der Erstkonsolidierung hat classmarkets Umsatzerlöse in Höhe von 131 TEUR und ein Ergebnis nach Steuern von 11 TEUR zur Gewinn- und Verlustrechnung beigetragen. Wäre classmarkets bereits seit dem 1. Januar 2015 konsolidiert worden, hätte die Gesellschaft 1.177 TEUR zu den Umsatzerlösen und einen Gewinn von 19 TEUR zum Ergebnis nach Steuern beigetragen.

Die Entwicklung der Geschäfts- oder Firmenwerte pro zahlungsmittelgenerierender Einheit ist nachfolgender Tabelle zu entnehmen.

(TEUR)	Zahlungsmittel-generierende Einheit ImmobilienScout24	Zahlungsmittel-generierende Einheit AutoScout24	Summe
Geschäfts- oder Firmenwert zum 01.01.2015	685.463	98.016	783.479
Zugänge	2.201	3.109	5.309
Anpassung gegen Goodwill innerhalb des einjährigen Bewertungszeitraumes	-1.521	-	-1.521
Geschäfts- oder Firmenwert zum 30.09.2015	686.143	101.125	787.267

Die Anpassung gegen Goodwill innerhalb des einjährigen Bewertungszeitraumes in Höhe von 1.400 TEUR bezieht sich auf die Umbewertung der bedingten Kaufpreisverbindlichkeit, welche im vorherigen Geschäftsjahr im Zusammenhang mit dem Erwerb der FlowFact GmbH, Köln bilanziert wurde. Für Details verweisen wir auf „6.6.1 Angaben zu Finanzinstrumenten“.

Des Weiteren wurde nachträglich eine erworbene Verbindlichkeit der Stuffle GmbH, Berlin in Höhe von 121 TEUR umbewertet.

Während der neun Monate zum 30. September 2015 wurden die Immobilien Scout Deutschland GmbH, Frankfurt/Main, die Scout24 Verwaltungs- und Beteiligungsgesellschaft mbH, München und die Scout Business Services GmbH, München auf die Scout24 Holding GmbH, München verschmolzen. Die FS FlowFact GmbH, Köln, wurde auf die FlowFact GmbH, Köln verschmolzen. Die Verschmelzungen erfolgten zu Buchwerten.

6.3. Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung

Der Rückgang der Umsatzkosten in den neun Monaten zum 30. September 2015 basiert im Wesentlichen auf den in den neun Monaten der Vorperiode initiierten Personalrestrukturierungen. Darüber hinaus beinhalten die neun Monate der Vorperiode eine Wertminderung für eine erworbene Plattform im Segment AutoScout24.

Die Verwaltungskosten in den neun Monaten zum 30. September 2015 gingen im Wesentlichen auch aufgrund der in den neun Monaten der Vorperiode initiierten Personalrestrukturierungen zurück. In den neun Monaten der Vorperiode waren des weiteren Kosten für die Reorganisation der Gruppe enthalten.

Die sonstigen betrieblichen Erträge der neun Monate zum 30. September 2015 enthalten Weiterverrechnungen an die Gesellschafter (3.622 TEUR) für gewisse Kosten, die der Scout24 AG, München, im Zusammenhang mit dem geplanten Börsengang entstanden sind.

Der Ertrag aus dem Verkauf von Beteiligungen aus at-Equity bilanzierten Unternehmen in den neun Monaten zum 30. September 2015 resultiert aus dem Verkauf der Anteile an der PropertyGuru Pte. Ltd., Singapur. Die Auswirkungen des Verkaufs auf den Konzern-Zwischenabschluss zum 30. September 2015 sind nachfolgend dargestellt.

(TEUR)

Beteiligungsbuchwert per 31. Dezember 2014/ 1. Januar 2015	36.541
Ergebnis aus at-Equity bilanzierten Unternehmen	- 821
Währungsumrechnungsdifferenzen aus at-Equity bilanzierten Unternehmen	- 37
Beteiligungsbuchwert zum Verkaufszeitpunkt	35.683
Summe Gegenleistung	59.880
Transaktionskosten	- 2.082
Währungsumrechnungsdifferenzen aus at-Equity bilanzierten Unternehmen, die anschließend in das Konzernergebnis umgliedert werden	- 17
Ertrag aus dem Verkauf von Beteiligungen aus at-Equity bilanzierten Unternehmen	22.098

Die Finanzierungserträge der neun Monate zum 30. September 2015 beinhalten einen Ertrag in Höhe von 2.818 TEUR aus der Ausbuchung des Zinsfloors im Zusammenhang mit der Kündigung der Fazilität D des Senior Facility Agreements („SFA“). Für weitere Informationen siehe „6.5 Erläuterungen zur Konzern-Bilanz“.

Der für die Gruppe maßgebliche nominelle Steuersatz beläuft sich auf 31,5 Prozent. Der effektive Steuersatz für die Planperiode 2015 liegt bei 30,0 Prozent. Der Unterschied zwischen nominalen- und effektiven Steuersatz ist vor allem auf nicht-aufzugsfähige und steuerbefreite Einnahmen/Ausgaben zurück zu führen, sowie auf Effekte aus dem Vorjahr. Die Geschäftsaktivitäten der Scout24 unterliegen prinzipiell keiner Saisonalität, allerdings ist das vierte Kalenderquartal eher etwas stärker als die jeweiligen drei anderen Kalenderquartale.

6.4. Ergebnis je Aktie aus fortgeführten und nicht fortgeführten Aktivitäten

		2015	2014	2015	2014
		01.07.2015 - 30.09.2015	01.10.2014 - 31.12.2014	01.01.2015 - 30.09.2015	01.04.2014 - 31.12.2014
Ergebnis aus fortgeführten Aktivitäten	(TEUR)	8.252	- 6.041	48.230	- 21.180
Abzüglich: Anteil, der auf nicht beherrschende Anteile entfällt	(TEUR)	- 132	- 241	- 443	- 241
Abzüglich: Anteiliges Vorabergebnis, das auf Inhaber von Vorzugsaktien entfällt	(TEUR)	-	33.337	-	99.649
Ergebnis aus fortgeführten Aktivitäten, das auf Anteilseigner des Mutterunternehmens entfällt	(TEUR)	8.384	- 39.137	48.673	- 120.588
Gewichteter Durchschnitt der im Umlauf befindlichen Aktien der Scout24 AG	(Anzahl)	100.247.826	100.000.000	100.083.516	100.000.000
Unverwässertes Ergebnis aus fortgeführten Aktivitäten	(EUR)	0,08	-0,39	0,49	-1,21
Verwässertes Ergebnis aus fortgeführten Aktivitäten	(EUR)	0,08	-0,39	0,49	-1,21
Ergebnis aus nicht fortgeführten Aktivitäten nach Steuern	(TEUR)	-	-	-	1.010
Abzüglich: Anteil, der auf nicht beherrschende Anteile entfällt	(TEUR)	-	-	-	-
Ergebnis aus nicht fortgeführten Aktivitäten nach Steuern, das auf Anteilseigner des Mutterunternehmens entfällt	(TEUR)	-	-	-	1.010
Gewichteter Durchschnitt der im Umlauf befindlichen Aktien der Scout24 AG	(Anzahl)	100.247.826	100.000.000	100.083.516	100.000.000
Unverwässertes Ergebnis aus nicht fortgeführten Aktivitäten	(EUR)	-	-	-	0,01
Verwässertes Ergebnis aus nicht fortgeführten Aktivitäten	(EUR)	-	-	-	-

Eventuelle Verwässerungseffekte bestehen zum aktuellen Zeitpunkt nicht.

Mit Wirkung zum 3. September 2015 wurde das gezeichnete Kapital der Scout24 AG um 98.000 TEUR von 2.000 TEUR auf 100.000 TEUR durch Umwandlung aus der Kapitalrücklage erhöht.

Mit Wirkung ab dem 10. September 2015 wurden alle vormaligen Vorzugsanteile auf Basis eines bestimmten Umwandlungsverhältnisses in Stammanteile mit Dividendenberechtigung ab dem 1. Januar 2015 umgewandelt. Mit diesem Umwandlungsverhältnis wurden alle Vorabgewinnansprüche der ehemaligen Inhabern von Vorzugsanteilen abgegolten. Aufgrund dieser Änderungen im gezeichneten Kapital wurden die Vorjahreswerte des Ergebnisses je Aktie angepasst. Dabei wurde die Anzahl der

im Umlauf befindlichen Aktien so angepasst, als wären die 100.000.000 Aktien zu Beginn der ersten dargestellten Periode im Umlauf gewesen. Zudem wurde für die neun Monate zum 30. September 2015 den Besitzer von Vorzugsaktien kein Vorabgewinn für die Berechnung des Ergebnisses je Aktie zugerechnet.

Für weitere Informationen zu Änderungen im Eigenkapital siehe Abschnitt 6.5 Erläuterungen zur Konzern-Bilanz.

6.5. Erläuterungen zur Konzern-Bilanz

Am 15. April 2015 hat die Gruppe eine Änderungs- und Neufassungsvereinbarung zum SFA geschlossen. Diese Vereinbarung beinhaltet eine neue Fazilität C, von welcher 400.000 TEUR gezogen wurden. Gleichzeitig wurde die Fazilität D, von welcher ehemals 50.000 TEUR gezogen waren, beendet. Insgesamt führte dies zu einer weiteren Netto- Kreditaufnahme unter dem SFA von 350.000 TEUR und somit zu einem Gesamtkreditstand von 995.000 TEUR. Zeitgleich wurde der Interest Coverage Covenant zurück genommen. Die bisherige revolvingende Kreditlinie wurde auf 45.600 TEUR reduziert mit einer Laufzeit bis April 2020. Zum 30. September 2015 waren unter der revolvingenden Kreditlinie keine Beträge gezogen.

Mit Gesellschafterbeschluss vom 28. August 2015 wurde das gezeichnete Kapital der Scout24 AG um 98.000 TEUR von 2.000 TEUR auf 100.000 TEUR durch Umwandlung aus der Kapitalrücklage erhöht. Der Beschluss wurde zum Handelsregister angemeldet und mit Eintragung am 3. September 2015 wirksam. Mit Gesellschafterbeschluss vom 4. September 2015 und wirksam ab dem 10. September 2015 wurden alle vormaligen Vorzugsanteile auf Basis eines bestimmten Umwandlungsverhältnisses in Stammanteile mit Dividendenberechtigung ab dem 1. Januar 2015 umgewandelt. Mit diesem Umwandlungsverhältnis wurden alle Vorabgewinnansprüche der ehemaligen Inhaber von Vorzugsanteilen abgegolten. Darüber hinaus wurde der Vorstand der Scout24 AG, München bevollmächtigt, das Grundkapital mit Zustimmung des Aufsichtsrates bis zum 3. September 2020 einmalig oder mehrmals um bis zu insgesamt 50.000 TEUR gegen Bar- und/oder Sacheinlagen durch Ausgabe neuer Namensstückaktien zu erhöhen (Genehmigtes Kapital 2015). Den Aktionären ist dabei generell ein Bezugsrecht einzuräumen. Der Vorstand ist aber ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrates dieses Bezugsrecht in bestimmten Fällen auszuschließen. Mit Wirkung zum 28. September 2015 wurde das gezeichnete Kapital der Scout AG, München gegen Bareinlage um weitere 7.600 TEUR erhöht. Die damit verbundenen 7.600.000 Aktien sind gewinnberechtigt ab dem 1. Januar 2015. Diese Aktien wurden an den Zeichnungsberechtigten ausgegeben unter der Voraussetzung, dass der Zeichnungsberechtigte diese im geplanten Börsengang an einen breiten Investorenkreis platziert und ein Agio über dem Nennwert vermindert um gewisse vereinbarte Kosten an die Gesellschaft zahlt. Zum 30. September 2015 betrug das gezeichnete Kapital 107.600 TEUR, welches einer Aktienanzahl von 107.600.000 entspricht.

In den neun Monaten zum 30.09.2015 zahlte die Gesellschaft auf Basis eines Gesellschafterbeschlusses Dividenden in Höhe von 421.588 TEUR an die damaligen Inhaber von Vorzugsanteilen aus. 417.632 TEUR wurden an die Anteilseigner bezahlt und Kapitalertragsteuer in Höhe von 3.956 TEUR wurde im Namen der Anteilseigner abgeführt.

6.6. Sonstige Angaben

6.6.1. Angaben zu Finanzinstrumenten

Buchwerte und beizulegende Zeitwerte

Die folgende Tabelle zeigt die Überleitung zwischen den Bilanzpositionen und den Kategorien nach IAS 39, aufgegliedert in der Folgebewertung nach „Bewertung zu fortgeführten Anschaffungskosten“ und „Bewertung zum beizulegenden Zeitwert“ sowie pro Kategorie und beizulegenden Zeitwerten pro Klasse.

Flüssige Mittel, Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie die sonstigen kurzfristigen finanziellen Vermögenswerte und Verbindlichkeiten haben im Wesentlichen eine kurze Restlaufzeit. Daher entsprechen deren Buchwerte zum Abschlussstichtag näherungsweise dem beizulegenden Zeitwert. Die fortgeführten Anschaffungskosten der kurzfristigen finanziellen Verbindlichkeiten entsprechen näherungsweise dem beizulegenden Zeitwert zum Abschlussstichtag. Verbindlichkeiten werden mittels der Effektivzinsmethode bewertet. Die Bewertung erfolgt durch das Konzernrechnungswesen der Gesellschaft. In der Berichtsperiode gab es keine Änderungen in den Bewertungsmethoden.

Langfristige finanzielle Vermögenswerte des Umlaufvermögens sind Investitionen in Eigenkapitalinstrumente anderer Unternehmen, die nicht nach der Equity-Methode bilanziert wurden. Diese werden zu Anschaffungskosten bilanziert, da aufgrund von fehlenden aktiven Märkten für diese Unternehmen der beizulegende Zeitwert sowie die Cash Flows nicht verlässlich ermittelt werden können. Aus diesem Grund wird für diese Investments kein beizulegender Zeitwert angegeben. Derzeit besteht keine Absicht, diese Investments zu veräußern.

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

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

Für Umgliederungen zwischen den einzelnen Stufen der Fair-Value-Hierarchie wird unterstellt, dass diese zum Periodenende erfolgt sind. Es gab in den Berichtsperioden keine Umgliederungen zwischen den einzelnen Stufen.

Wertansatz nach IAS 39

(TEUR)

	Bewertungs- kategorie nach IAS 39	Buchwert zum 30.09.2015	Fortgeführte Anschaffungs- kosten	Anschaffungs- kosten	Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert	Beizulegender Zeitwert zum 30.09.2015	Stufe innerhalb der Fair-Value- Hierarchie
Vermögenswerte							
Zahlungsmittel- und Zahlungsmitteläquivalente	LAR	74.825	74.825	-	-	n/a	
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	LAR	34.017	34.017	-	-	n/a	
Sonstige kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	LAR	4.559	4.559	-	-	n/a	
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte		9.399		-	-		
Sonstige kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	LAR	399	399	-	-	n/a	
Sonstige kurzfristige nicht-finanzielle Vermögenswerte	n/a	9.000	-	-	-	n/a	
Sonstige langfristige finanzielle Vermögenswerte		626		-	-		
Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte	AfS	5	-	5	-	n/a	
Derivate Finanzinstrumente	FAHfT	11	-	-	11	11	2
Übrige langfristige finanzielle Vermögenswerte	LAR	611	611	-	-	598	2
Eigenkapital und Verbindlichkeiten							
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	FLAC	28.267	28.267	-	-	n/a	
Kurzfristige finanzielle Verbindlichkeiten		4.127		-	-		
Bedingte Kaufpreisverbindlichkeiten	n/a	3.200	-	-	3.200	3.200	3
Finanzierungsleasing	n/a	45	45	-	-	55	
Sonstige kurzfristige finanzielle Verbindlichkeiten	FLAC	882	882	-	-	n/a	
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten		34.076		-	-		
Sonstige kurzfristige finanzielle Verbindlichkeiten	FLAC	670	670	-	-	n/a	
Sonstige kurzfristige nicht-finanzielle Verbindlichkeiten	n/a	33.406	-	-	-	n/a	
Langfristige finanzielle Verbindlichkeiten		977.448		-	-		
Derivative Finanzinstrumente	FLHfT	806	-	-	806	806	3
Finanzierungsleasing	n/a	145	145	-	-	200	
Sonstige langfristige finanzielle Verbindlichkeiten	FLAC	976.498	976.498	-	-	1.016.346	3
Davon aggregiert nach IAS 39 Kategorien							
Kredite und Forderungen	LaR	114.411					
Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte	AfS	5					
Finanzielle Vermögenswerte zu Handelszwecken gehalten	FAHfT	11					
Finanzielle Verbindlichkeiten zu Handelszwecken gehalten	FLHfT	806					
Finanzielle Verbindlichkeiten zu fortgeführten Anschaffungskosten	FLAC	1.006.318					

Wertansatz nach IAS 39

(TEUR)

	Bewertungs- kategorie nach IAS 39	Buchwert zum 31.12.2014	Fortgeführte Anschaffungs- kosten	Anschaffungs- kosten	Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert	Beizulegender Zeitwert zum 31.12.2014	Stufe innerhalb der Fair-Value- Hierarchie
Vermögenswerte							
Zahlungsmittel- und Zahlungsmitteläquivalente	LaR	21.409	21.409	-	-	n/a	
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	LaR	35.120	35.120	-	-	n/a	
Sonstige kurzfristiges Finanzvermögen	LaR	1.919	1.919	-	-	n/a	
Sonstige langfristige finanzielle Vermögenswerte		3.327	3.199	-	-	0	
Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte	AfS	64	-	64	-	n/a	
Derivate Finanzinstrumente	FAHfT	64	64	-	64	64	2
Übrige langfristige finanzielle Vermögenswerte	LaR	3.199	3.199	-	-	2.596	2
Eigenkapital und Verbindlichkeiten							
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	FLAC	32.434	32.434	-	-	n/a	
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten		1.759	1.759	-	-		
Finanzierungsleasing	n/a	44	-	-	-	51	
Sonstige kurzfristige finanzielle Verbindlichkeiten	FLAC	1.715	-	-	-	n/a	
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten		31.941	-	-	-		
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	FLAC	1.009	1.009	-	-	n/a	
Sonstige kurzfristige nicht-finanzielle Verbindlichkeiten	n/a	30.932	-	-	-		
Langfristige finanzielle Verbindlichkeiten		636.611	-	-	-		
Derivative Finanzinstrumente	FLHfT	2.818	-	-	2.818	2.818	3
Bedingte Kaufpreisverbindlichkeiten	n/a	4.500	-	-	4.500	4.500	3
Finanzierungsleasing	n/a	178	-	-	-	183	
Sonstige langfristige finanzielle Verbindlichkeiten	FLAC	629.115	629.115	-	-	655.159	3
Davon aggregiert nach IAS 39 Kategorien							
Kredite und Forderungen	LAR	61.647					
Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte	AfS	64					
Finanzielle Vermögenswerte zu Handelszwecken gehalten	FAHfT	64					
Finanzielle Verbindlichkeiten zu Handelszwecken gehalten	FLHfT	2.818					
Finanzielle Verbindlichkeiten zu fortgeführten Anschaffungskosten	FLAC	664.273					

Der beizulegende Zeitwert der sonstigen langfristigen finanziellen Vermögenswerte kategorisiert als Kredite und Forderungen, wird anhand eines Discounted-Cash-Flow Modells berechnet unter Zugrundelegung risikoloser Marktzinssätze. In Relation zu anderen Bilanzpositionen sind die finanziellen Vermögenswerte nicht wesentlich und stellen daher nur ein geringes Kreditrisiko für Scout24 da.

Zum 31. Dezember 2014 war ein weiterer wesentlicher Inputfaktor der Wechselkurs Euro zu Singapur Dollar. Der Großteil der finanziellen Vermögenswerte zum 31. Dezember 2014 betraf das assoziierte Unternehmen Property Guru Pte. Ltd., Singapur. Das Darlehen wurde in der Berichtsperiode zurückgezahlt. Da alle Inputfaktoren direkt oder indirekt beobachtbar sind, wird das Instrument dem Level 2 zugeordnet.

Der beizulegende Zeitwert der langfristigen Finanzverbindlichkeiten beinhaltet im Wesentlichen den beizulegenden Zeitwert des SFA. Dieser wird anhand eines Discounted-Cash-Flow Modells berechnet unter Zugrundelegung eines Diskontierungssatzes, der sich aus dem risikolosen Marktzinssatz adjustiert um einen angemessenen Kreditrisikoaufschlag ergibt. Der Kreditrisikoaufschlag wurde aus der Differenz zwischen Fixzinssatz abzüglich der risikolosen EUSA swap rate abgeleitet und in Form einer Zinsstrukturkurve modelliert, bei welcher marktähnliche Trends miteinbezogen wurden.

Die Erst- und Folgebewertung von bedingten Kaufpreisverbindlichkeiten erfolgt gemäß IFRS 3 erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert. Formell gesehen fallen diese Eventualverbindlichkeiten nicht unter die Kategorien nach IAS 39.

Die Bewertung dieser Verbindlichkeiten erfolgt unter Verwendung von teilweise nicht beobachtbaren Daten (Stufe 3). Die Inputfaktoren richten sich dabei nach den in den Kaufpreisverhandlungen festgelegten Bedingungen, den jeweiligen Eintrittswahrscheinlichkeiten sowie den zugrundeliegenden Plan- und Daten zu den Geschäftsentwicklungen.

Der beizulegende Zeitwert wird anhand eines Discounted-Cash-Flow Modells berechnet. Zukünftige Zahlungsströme basieren auf einer vertraglich vereinbarten Preisformel, welche von erwarteten Umsätzen abhängt. Bei der Bestimmung der erwarteten Cash Flows werden die Wahrscheinlichkeitsverteilungen der erwarteten Umsätze berücksichtigt. Die Zahlungsströme werden mittels Zugrundelegung der zutreffenden Zinsstrukturkurve abgezinst.

Da die Inputfaktoren auf nicht beobachtbaren Daten basiert, erfolgt eine Zuordnung der beizulegenden Zeitwerte der Kaufpreisverbindlichkeiten in den Level 3 der Fair-Value-Hierarchie.

Die folgende Tabelle zeigt eine Übersicht der Veränderungen der Instrumente in Stufe 3 (bedingte Kaufpreisverbindlichkeiten) für die beiden Neun Monatszeiträume zum 30.09.2015 und 31.12.2014:

Bedingte Kaufpreisverbindlichkeit (TEUR)	2015	2014
	01.01.2015 - 30.09.2015	01.04.2014 - 31.12.2014
Stand zum Beginn der Berichtsperiode	4.500	836
Neu hinzugekommene bedingte Kaufpreisverbindlichkeiten	100	4.500
Beglichene bedingte Kaufpreisverbindlichkeiten	-	- 836
Erfolgsneutrale Anpassung innerhalb eines Jahreszeitraums	- 1.400	-
Gesamtes Ergebnis der Periode ausgewiesen unter "sonstige betriebliche Aufwendungen/Erträge"	-	-
Stand zum Ende der Berichtsperiode	3.200	4.500
Veränderung der unrealisierten Verluste der Periode enthalten in "Gewinne/Verluste aus am Ende der Periode gehaltenen Verbindlichkeiten"	-	-

Die Anpassung gegen Goodwill innerhalb des einjährigen Bewertungszeitraumes in Höhe von 1.400 TEUR bezieht sich auf die Umbewertung der bedingten Kaufpreisverbindlichkeit, welche im vorherigen Geschäftsjahr im Zusammenhang mit dem Erwerb der FlowFact GmbH, Köln bilanziert wurde. Während der Berichtsperiode ergab sich aufgrund neuer Informationen über Tatsachen und Umstände zum Erwerbszeitpunkt ein niedrigerer beizulegender Zeitwert der Kaufpreisverbindlichkeit. Erfüllungszeitpunkt für den bedingten Kaufpreis in Höhe von 3.100 TEUR ist April 2016. Die neu hinzugekommene Kaufpreisverbindlichkeit betrifft classmarkets und ist fällig am 30. November 2015. Aufgrund der kurzen Laufzeiten wurden keine Zeit- und Diskontierungseffekte berücksichtigt.

Der beizulegenden Zeitwert des Interest-rate-floors, welcher der Stufe 3 der Fair-Value-Hierarchie zugeordnet wird, wird mittels Bewertungsmethoden mit nicht beobachtbaren Daten bestimmt. Der Floor wird auf risikoloser Basis mit dem Black-Scholes Model bewertet und anschließend um einen DVA unter Verwendung des „add-on“ Ansatzes angepasst. Wesentliche Inputgrößen für die Bewertung sind die Euribor-Zinsstrukturkurve, historische Forward Volatilität sowie die laufzeitabhängigen Basis-Spreads. Eine wesentliche nicht beobachtbare Inputgröße ist die Kreditmarge von 4,25% der Fazilität C, die für die Interpolation des Kreditrisikoaufschlags herangezogen wird.

Der beizulegende Zeitwert des Interest-rate-cap, welcher der Stufe 2 der Fair-Value-Hierarchie zugeordnet wird, wird mittels Bewertungsmethoden mit beobachtbaren Daten bestimmt. Der Cap wird auf risikoloser Basis mit dem Black-Scholes-Model bewertet und anschließend um einen CVA unter Verwendung des „add-on“ Ansatzes angepasst. Der CVA wurde mittels der CDS-Spreads der Gegenpartei ermittelt. Weitere wesentliche Inputgrößen für die Bewertung sind die Euribor-Zinsstrukturkurve, historische Forward Volatilität sowie die Tenor-Basis-Spreads.

Die folgende Tabelle zeigt eine Übersicht der Veränderungen der Instrumente in Stufe 3 (Zinsfloor) für die beiden Neun-Monatszeiträume zum 30.09.2015 und 31.12.2014:

Zinsfloor (TEUR)	2015	2014
	01.01.2015 - 30.09.2015	01.04.2014- 31.12.2014
Stand zum Beginn der Berichtsperiode	2.818	1.234
Neu hinzugekommene finanzielle Verbindlichkeit (interest rate floor)	460	-
Beglichene finanzielle Verbindlichkeit	-	-
Gesamtes Ergebnis der Periode ausgewiesen unter "Finanzierungserträge/-aufwendungen"	- 2.473	1.584
Stand zum Ende der Berichtsperiode	805	2.818
Veränderung der unrealisierten Verluste der Periode enthalten in "Gewinne/Verluste aus am Ende der Periode gehaltenen Verbindlichkeiten"	- 2.473	1.584

6.6.2. Transaktionen mit nahestehenden Unternehmen und Personen

Zum 30. September 2015 gab es generell keine wesentlichen Änderungen gegenüber den im Konzernabschluss zum 31. Dezember 2014 berichteten Angaben zu Transaktionen mit nahestehenden Unternehmen und Personen.

Aufgrund des Formwechsels in eine Aktiengesellschaft (Asa NewCo GmbH, München in Scout24 AG, München) wurde ein neuer Aufsichtsrat mit neun Mitgliedern bestellt. Jedes Mitglied ist berechtigt, einen Betrag in Höhe von 80 TEUR als Honorar für seine Aufsichtsrats Tätigkeit zu erhalten. Einige der Mitglieder haben auf ihr Honorar verzichtet.

6.6.3. Segmentberichterstattung

Die berichtspflichtigen Segmente der Scout24 umfassen ImmobilienScout24, AutoScout24 sowie Corporate. Dabei erfolgt die Aufteilung der Geschäftstätigkeit nach den angebotenen Dienstleistungen.

Das operative Segment „ImmobilienScout24“ ist ein online Immobilien-Anzeigenportal für gewerbliche und private Kunden. Die Hauptanzeigenprodukte ermöglichen den Verkauf und die Vermietung von Immobilien, die Nutzer können diese Anzeigen kostenlos durchsuchen. In Ergänzung werden den Nutzern weitere Produkte mit zusätzlichem Mehrwert angeboten. Außerdem generiert das Segment Werbeumsätze mit Drittanbietern wie Versicherungen, Versorgungsunternehmen oder Umzugsunternehmen.

Das operative Segment „AutoScout24“ ist ein online Kraftfahrzeug-Anzeigenportal, ebenfalls für gewerbliche und private Kunden. Die Hauptanzeigenprodukte ermöglichen den Verkauf von Kraftfahrzeugen. Nutzer können diese Anzeigen kostenlos durchsuchen. In Ergänzung werden Nutzern weitere Produkte

mit zusätzlichem Mehrwert angeboten. Außerdem generiert das Segment Werbeumsätze mit Drittanbietern. Zu den Drittanbietern gehören auch Automobilhersteller (sogenannte „OEM“).

Das operative Segment „Corporate“ erbringt Shared-Service Dienstleistungen für die Unternehmen des Scout24 Konzerns. Zusätzlich werden Online-Marketing-Dienstleistungen sowohl für Konzernunternehmen als auch für externe Kunden angeboten. Ebenfalls unter dieses Segment fallen Lizenzentnahmen aus dem Verkauf der JobScout24- und TravelScout24-Schutzmarken an Dritte.

Die Umsätze des Segmentes „Sonstige“ resultieren in der Berichtsperiode im Wesentlichen aus dem Verkauf von online Werbeflächen sowie der Generierung von Geschäftskontakten (Leads) auch im Bereich der Finanzdienstleistungen.

Die dargestellten operativen Segmente werden regelmäßig von den Geschäftsführern der Scout24 AG, München, als Hauptentscheidungsträger bei Scout24 auf ihre Ertragskraft sowie Ressourcenallokation überprüft. Die interne Steuerung und Berichterstattung in der Scout24 basiert grundsätzlich auf den im Konzernabschluss verwendeten IFRS.

Scout24 misst den Erfolg seiner Segmente anhand der Steuerungsgröße EBITDA sowie ordinary operating EBITDA. Das EBITDA eines Segmentes ist definiert als Gewinn (basierend auf dem Gesamtumsatz) vor Finanzergebnis, Ertragssteuern, Abschreibungen, Wertminderung und dem Ergebnis aus dem Verkauf von Tochtergesellschaften. Das ordinary operating EBITDA stellt das EBITDA bereinigt um nicht-operative- und Sonder-Effekte dar. Hierunter fallen im Wesentlichen Aufwendungen für Restrukturierung, Aufwendungen im Zusammenhang mit der Kapitalstruktur des Unternehmens und Unternehmenserwerben (realisiert und unrealisiert) sowie erfolgswirksame Effekte aus anteilsbasierten Vergütungsprogrammen. In der Neun-Monate Berichtsperiode betragen die konsolidierten nicht-operativen- und Sonder-Effekte -18.877 TEUR (Vorjahr: -56.660 TEUR). In der Neuen-Monate Berichtsperiode umfassten diese im Wesentlichen Aufwendungen im Zusammenhang mit der Restrukturierung und Neuorganisation der Gruppe sowie der Refinanzierung der Gruppe. In der Neun-Monate Vorperiode umfassten diese im Wesentlichen Aufwendungen im Zusammenhang mit der Restrukturierung und Neuorganisation der Gruppe.

Die Segmentinvestitionen umfassen Investitionsausgaben für Sachanlagen und immaterielles Anlagevermögen inklusive aktivierter Entwicklungskosten für selbstgestellte Anlagengüter, jedoch ohne Goodwill. Des Weiteren umfassen sie geleistete Anzahlungen für Sachanlagen und immaterielles Anlagevermögen.

Die Überleitung beinhaltet separat die Eliminierung der FriendScout24 Geschäftstätigkeit aufgrund der Klassifizierung als nicht fortgeführte Geschäftstätigkeit. Dabei beinhaltet die Überleitung für das EBITDA sowie das ordinary operating EBITDA der FriendScout24 jeweils das externe EBITDA sowie das externe ordinary operating EBITDA. Innerhalb der Überleitungsposition Sonstige erfolgt die Konsolidierung der Beziehungen zwischen den Segmenten. Für das EBITDA, ordinary operating EBITDA und die Segmentinvestitionen des Segments „Sonstige“ werden in der Überleitungsposition zusätzlich Beziehungen innerhalb des Segments konsolidiert, sofern solche Beziehungen vorliegen. Die Überleitungsposition

im ordinary operating EBITDA ist im Wesentlichen auf die Konsolidierung der Management Fees zurückzuführen, die im Segment Corporate ordinary operating EBITDA erhöhend wirken, bei den Verrechnungsempfängern dieses jedoch nicht beeinflussen.

Erlöse zwischen den Segmenten werden zu marktgerechten Preisen berechnet.

Im Folgenden werden die von der Scout24 zur Beurteilung der Leistung ihrer operativen Segmente herangezogenen Steuerungsgrößen für die entsprechenden Drei-Monatszeiträume angegeben:

Segmentinformationen
(TEUR)

		Außenumsatz	Innenumsätze	Gesamtumsatz	EBITDA	EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit	Investitionen
ImmobilienScout24	01.07.2015 - 30.09.2015	67.876	162	68.038	38.825	41.005	2.939
	01.07.2014 - 30.09.2014 ^{*)}	58.131	81	58.212	27.264	30.848	2.060
	01.10.2014 - 31.12.2014	61.313	56	61.369	29.510	34.714	3.856
AutoScout24	01.07.2015 - 30.09.2015	30.000	117	30.117	10.072	11.240	2.547
	01.07.2014 - 30.09.2014 ^{*)}	26.153	274	26.427	3.231	9.780	964
	01.10.2014 - 31.12.2014	29.515	169	29.684	4.640	7.312	3.592
Corporate	01.07.2015 - 30.09.2015	537	2.396	2.933	- 7.950	- 1.955	23
	01.07.2014 - 30.09.2014 ^{*)}	726	2.292	3.018	- 29.180	- 2.477	84
	01.10.2014 - 31.12.2014	835	1.947	2.782	- 8.441	- 2.778	88
Summe - berichtspflichtige Segmente	01.07.2015 - 30.09.2015	98.413	2.675	101.088	40.947	50.290	5.509
	01.07.2014 - 30.09.2014^{*)}	85.010	2.647	87.657	1.315	38.151	3.108
	01.10.2014 - 31.12.2014	91.663	2.172	93.835	25.709	39.248	7.536
Sonstige	01.07.2015 - 30.09.2015	814	68	882	- 60	207	-
	01.07.2014 - 30.09.2014 ^{*)}	5.481	107	5.588	- 49	162	5.601
	01.10.2014 - 31.12.2014	811	121	932	671	802	170
Überleitung FriendScout24 (nicht fortgeführte Aktivitäten)	01.07.2015 - 30.09.2015	-	-	-	-	-	-
	01.07.2014 - 30.09.2014 ^{*)}	- 4.805	-	- 4.805	- 90	- 444	- 5.596
	01.10.2014 - 31.12.2014	-	-	-	-	-	-
Sonstige Überleitungspositionen	01.07.2015 - 30.09.2015	1	- 2.743	- 2.742	- 1	- 1.377	-
	01.07.2014 - 30.09.2014 ^{*)}	-	- 2.754	- 2.754	- 1	- 1.129	1
	01.10.2014 - 31.12.2014	1	- 2.293	- 2.292	-	- 1.101	- 1
Summe - Konzern	01.07.2015 - 30.09.2015	99.228	-	99.228	40.886	49.120	5.509
	01.07.2014 - 30.09.2014^{*)}	85.686	-	85.686	1.175	36.740	3.114
	01.10.2014 - 31.12.2014	92.475	-	92.475	26.379	38.949	7.705

Nachfolgende werden die von der Scout24 zur Beurteilung der Leistung ihrer operativen Segmente herangezogenen Steuerungsgrößen für die entsprechenden Neun-Monatszeiträume angegeben:

Segmentinformationen (TEUR)			Außenumsatz	Innenumsätze	Gesamtumsatz	EBITDA	EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit	Investitionen
ImmobilienScout24	01.01.2015 - 30.09.2015		196.965	453	197.418	112.073	119.232	7.564
	01.04.2014 - 31.12.2014		175.761	189	175.950	89.575	99.018	6.699
AutoScout24	01.01.2015 - 30.09.2015		87.378	387	87.765	31.657	34.844	5.907
	01.04.2014 - 31.12.2014		82.330	680	83.010	13.992	26.031	5.129
Corporate	01.01.2015 - 30.09.2015		1.657	6.606	8.263	- 18.157	- 6.376	316
	01.04.2014 - 31.12.2014		2.450	6.668	9.118	- 45.100	- 7.022	176
Summe - berichtspflichtige Segmente	01.01.2015 - 30.09.2015		286.000	7.446	293.446	125.573	147.700	13.787
	01.04.2014 - 31.12.2014		260.541	7.537	268.078	58.467	118.027	12.004
Sonstige	01.01.2015 - 30.09.2015		2.375	203	2.578	147	655	3
	01.04.2014 - 31.12.2014		14.281	335	14.616	1.184	1.610	6.073
Überleitung FriendScout24 (nicht fortgeführte Aktivitäten)	01.01.2015 - 30.09.2015		-	-	-	-	-	-
	01.04.2014 - 31.12.2014		- 11.961	-	- 11.961	- 1.130	- 1.529	- 496
Sonstige Überleitungspositionen	01.01.2015 - 30.09.2015		-	- 7.649	- 7.649	- 1	- 3.759	- 1
	01.04.2014 - 31.12.2014		-	- 7.872	- 7.872	44	- 2.883	- 5.391
Summe - Konzern	01.01.2015 - 30.09.2015		288.375	-	288.375	125.719	144.596	13.789
	01.04.2014 - 31.12.2014		262.861	-	262.861	58.565	115.225	12.190

Die folgende Tabelle zeigt die Überleitung des ordinary operating EBITDA und des EBITDA des Konzerns auf das Ergebnis vor Ertragsteuern aus fortgeführten Geschäftstätigkeiten nach IFRS:

Überleitung der Segmentinformationen zur Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung (TEUR)	2015		2014	
	01.07.2015 - 30.09.2015	01.10.2014 - 31.12.2014	01.01.2015 - 30.09.2015	01.04.2014 - 31.12.2014
EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit	49.120	36.740	144.596	115.225
Nicht-operative Effekte	- 8.234	- 12.570	- 18.877	- 56.660
EBITDA	40.886	26.379	125.719	58.565
Abschreibungen und Wertminderungen	- 16.198	- 19.634	- 47.879	- 50.063
Ergebnis aus dem Verkauf von Tochterunternehmen	-	-	-	123
Ergebnis aus at-Equity bilanzierten Unternehmen	-	- 961	- 821	- 1.905
Ertrag aus dem Verkauf von Beteiligungen an at-Equity bilanzierten Unternehmen	- 7	-	22.098	-
Sonstiges Finanzergebnis	- 12.212	- 9.176	- 31.105	- 29.189
Ergebnis vor Ertragsteuern	12.469	- 3.392	68.012	- 22.469

6.6.4. Ereignisse nach der Berichtsperiode

Neben den in Kapitel „7. Nachtragsbericht“ berichteten Ereignissen sind keine weiteren konzernspezifischen Ereignisse oder Entwicklungen nach dem Bilanzstichtag bekannt, die zu einer wesentlichen Änderung des Ausweises oder Wertansatzes der einzelnen Vermögenswerte oder Schuldposten zum 30. September 2015 geführt hätten.

München, den 4. November 2015

Scout24 AG
Die Geschäftsführung

Gregory Ellis Christian Gisy

6.7. Bescheinigung nach prüferischer Durchsicht

An die Scout24 AG, München

Wir haben den verkürzten Konzernzwischenabschluss – bestehend aus Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung, Konzern-Gesamtergebnisrechnung, Konzern-Bilanz, Konzern-Kapitalflussrechnung, Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung sowie ausgewählten erläuternden Anhangangaben – und den Konzernzwischenlagebericht der Scout24 AG, München, für den Zeitraum vom 1. Januar bis 30. September 2015, die Bestandteile des Quartalsfinanzberichts nach § 37x Abs. 3 WpHG sind, einer prüferischen Durchsicht unterzogen. Die Aufstellung des verkürzten Konzernzwischenabschlusses nach den IFRS für Zwischenberichterstattung, wie sie in der EU anzuwenden sind, und des Konzernzwischenlageberichts nach den für Konzernzwischenlageberichte anwendbaren Vorschriften des WpHG liegt in der Verantwortung des Vorstands der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, eine Bescheinigung zu dem verkürzten Konzernzwischenabschluss und dem Konzernzwischenlagebericht auf der Grundlage unserer prüferischen Durchsicht abzugeben.

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

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

München, 4. November, 2015

PricewaterhouseCoopers Aktiengesellschaft
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Holger Graßnick
Wirtschaftsprüfer

ppa. Oleksandra Vedernykova
Wirtschaftsprüferin

Glossar

- Autobiz, September 2015: Autobiz, European Panel - Cross Analysis, September 2015
- ARPU: Durchschnittlicher Erlös pro User, berechnet über die mit Kernmaklern (IS24) bzw. Kernhändlern (AS24) erzielten Umsatzerlöse im Zeitraum geteilt durch die durchschnittliche Anzahl der Kernmakler/Kernhändler am Beginn und am Ende des Zeitraums, weiterhin dividiert durch die Anzahl der Monate im entsprechenden Zeitraum
- BCA: British Car Auctions (BCA), The Used Car Market Report 2014
- CCFA: Comité des Constructeurs Français d'Automobiles (CCFA), German car market slows as France, Spain, Italy continue recovery, Automotive News Europe, July 2014
- comScore, September 2015: comScore MMX®, Mobile Metrix Media Trend, Juni 2015, September 2015, Deutschland, comScore, Long Term Media Trend, Juli 2012 - Juni 2015, Deutschland
- Kernmakler: Gewerbliche Immobilienhändler in Deutschland, welche einen Vertrag über ein Paket oder ein Bundle an Leistungen mit IS24 abgeschlossen haben. Die Anzahl der Kernmakler ist definiert als die Anzahl der gewerblichen Immobilienhändler, welche einen Vertrag zum Ende des entsprechenden Zeitraums halten.
- Kernhändler: Die Gesamtzahl der gewerblichen Automobil- oder Motorradhändler, welche am Ende des Zeitraums einen Vertrag über ein Paket oder ein Bundle an Leistungen mit AS24 haben, welcher ihnen erlaubt ihre Auto- oder Motorradanzeigen bei AS24 zu inserieren.
- Eurostat, 2014: Eurostat, reale BIP Wachstumsrate, 2014
- Statistisches Bundesamt: Statistisches Bundesamt, Wiesbaden
- GEWOS: GEWOS Institut für Stadt-, Regional- und Wohnforschung GmbH, IMA® info 2015
- GfK Brand & Communication Research, September 2015: GfK Brand & Communication Research, Deutschland, September 2015, n = 142, Werbetacking, ImmobilienScout24, Welle 62, "Und welcher dieser Immobilienmarktplätze im Internet ist für Sie die erste Wahl, wenn Sie eine Immobilie inserieren wollen?"
- Kraftfahrt-Bundesamt : Kraftfahrt-Bundesamt, Flensburg, Zentralverband Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe, Zahlen und Fakten 2014, Pressemitteilung 23/2015
- OC&C: Study commissioned by the Company and prepared by OC&C Strategy Consultants Limited, London, United Kingdom titled "The German Real Estate and European Automotive Advertising Markets" and dated August 7, 2015
- OECD: Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD), Economic outlook, analysis and forecasts
- Sonstige Umsatzerlöse: Sonstige Umsatzerlöse im IS24 Segment bestehen aus Umsätzen generiert über private Anzeigen, direkte Konsumermonetarisierung (inclusive Bonitätschecks und Bewertungsdienstleistungen), Dienstleistungen im Bereich der Lead Generierung im Bereich Umzug, Finanzierung und Baufinanzierung, AdSales und weitere diverse Umsätze. Sonstige Umsatzerlöse im AS24 Segment bestehen aus Umsätze generiert durch private Anzeigen und AdSales (im Wesentlichen mit OEMs).
- Umsatzerlöse von Kernmaklern: Umsatzerlöse generiert mit Kernmaklern durch den Erwerb von Mitgliedschaften im Mitgliedschaftsmodell, inklusive aller beinhalteten Dienstleistungen in diesem neuen Vertrag. Umsatzerlöse mit Kernmaklern beinhalten ebenfalls alle Umsatzerlöse im Rahmen des anzeigenbasierten Vertragsmodells und alle sonstigen Dienstleistungen, welche im Rahmen des Vertrags erbracht werden, für die Kernmakler, welche noch nicht in das Mitgliedschaftsmodell gewechselt haben.
- Umsatzerlöse mit Kernhändlern: Umsatzerlöse der AS24 Kernhändler im Rahmen von Anzeigendienstleistungen im anzeigenbasierten Vertragsmodell und alle weiteren Umsatzerlöse generiert mit diesen Händler.
- Umsatzerlöse mit sonstigen Maklern: Umsatzerlöse mit gewerblichen Immobilienhändlern, welche keine Kernmakler sind, inklusive IS24 Promotions, der IS24 Gewerbeimmobilienplattform, Pay-per-Ad-Umsätze, Umsatzerlöse der Flowfact (eine CRM Software für gewerbliche Immobilienhändler) und nicht-anzeigen bezogene Umsätze.
- Umsatzerlöse mit sonstigen Händlern: Umsatzerlöse mit Nutzfahrzeughändlern, Händlern in Spanien, Österreich und Frankreich, Werkstattportal und weitere Dienstleistungen für Händler wie z.B. Plattform-Schnittstellen. Weiterhin sind die Umsatzerlöse von easyautsale enthalten.
- UMV: "Unique Monthly Visitors" bezieht sich auf die monatlichen Einzelbesucher von dem betreffenden Land, die die Website (ohne Benutzer von mobilen Endgeräten) oder die Website, die mobile Website und Apps (Multiplattform) besuchen, unabhängig davon wie oft sie das Portal in diesem Monat besuchen und (bei den Multiplattform-Kennzahlen) unabhängig davon, wie viele verschiedene Zugänge (Desktop und Mobil) sie nutzen. Die Angaben für jeden Zeitraum entsprechen dem Durchschnitt aller monatlichen Werte in dem betreffenden Zeitraum. Die UMVs für Benelux/Italien beinhaltet die Gesamtzahl der UMVs für Belgien, die Niederlande, Luxemburg und Italien.
- Vocatus, 2014: Vocatus Marketing Barriers in B2C Marketing, Dezember 2014

