Scout24

Unlocking new Potential

Konzern-Quartalsmitteilung
Q3/9M 2026

Inhalt

Geschäftsentwicklung des Konzerns 3
Geschäftsentwicklung der Segmente 10
Ausblick Geschäftsjahr 2026 13
Impressum 14

Hinweise

Dieser Bericht kann zukunftsgerichtete Aussagen über das Geschäft, die Finanz- und Ertragslage sowie die 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, von denen zahlreiche außerhalb des Einflussbereichs von Scout24 liegen. Die Aussagen unterliegen einer Vielzahl bekannter und unbekannter Risiken und Unsicherheiten. Die tatsächlichen Ergebnisse und Entwicklungen können daher wesentlich von diesen zukunftsgerichteten Aussagen abweichen. Die Gesellschaft übernimmt keine Verpflichtung zur Aktualisierung oder Überprüfung zukunftsgerichteter Aussagen aufgrund neuer Informationen oder künftiger Ereignisse oder aus sonstigen Gründen, soweit keine ausdrückliche rechtliche Verpflichtung besteht.

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

Scout24 verwendet zur Erläuterung der Ertragskennzahlen auch alternative Leistungskennzahlen, die nicht nach IFRS definiert sind. Diese sollten nicht isoliert, sondern als ergänzende Information betrachtet werden. Die von Scout24 verwendeten alternativen Leistungskennzahlen sind jeweils an der entsprechenden Stelle im Bericht definiert.

Sondereinflüsse, die für die Ermittlung einiger alternativer Leistungskennzahlen berücksichtigt werden, resultieren aus der Integration erworbener Unternehmen, Reorganisationen, anteilsbasierter Vergütung, dem Veräußerungsergebnis bei Devestitionen und Beteiligungsverkäufen sowie sonstigen Aufwendungen und Erträgen außerhalb des gewöhnlichen Geschäftsbetriebs von Scout24.

Quartalsmitteilungen nach § 53 BörsO der Frankfurter Wertpapierbörse werden keiner prüferischen Durchsicht oder Prüfung nach § 317 HGB unterzogen.

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

Scout24 hat im dritten Quartal stark geliefert: Unser Umsatz ist um knapp 20 Prozent gewachsen, organisch erneut zweistellig. Gleichzeitig konnten wir unser Ergebnis erneut überproportional steigern: Das bereinigte Ergebnis je Aktie legte um mehr als 20 Prozent zu. Operativ treiben wir die Umsetzung unserer Agentic OS-Strategie konsequent voran: Mit unserer KI-Suche helfen wir Menschen, leichter das passende Zuhause zu finden. Mit Proppi, unserem KI-Assistenten für Makler, erleichtern wir Immobilienprofis den Arbeitsalltag und schaffen mehr Freiraum für die persönliche Betreuung ihrer Kunden. Unsere starke Marke, das Vertrauen in unsere Plattform sowie unser Immobilienangebot und unsere Daten bilden dafür die Grundlage. Unsere auf dem Kapitalmarkttag 2026 vorgestellte Strategie ist darauf ausgelegt, künftig auch externe KI-Agenten wie Muse oder dots mit unserer Plattform zu verbinden und unsere Angebote so über neue Zugangswege verfügbar zu machen. Wir sind überzeugt, dass Scout24 im KI-Zeitalter noch relevanter wird. Die deutlich gestiegene Nutzung unserer KI-Suche im Vergleich zum Vorjahr zeigt schon heute, dass unsere Kunden die neuen Möglichkeiten annehmen. So gestalten wir die nächste Phase unserer Branche, entwickeln Scout24 zu einer KI-nativen Organisation weiter und liefern gleichzeitig starke finanzielle Ergebnisse.

Ralf Weitz, CEO der Scout24 SE

Geschäftsentwicklung des Konzerns

Quartalsverlauf im Überblick

Die Scout24-Gruppe hat im dritten Quartal 2026 mit einem Umsatzwachstum von 19,7 % gegenüber dem Vorjahresquartal an die starke Entwicklung der ersten Jahreshälfte angeknüpft. Somit erhöhte sich der Konzernumsatz in den ersten neun Monaten 2026 insgesamt um 17,9 %. Auch organisch hat sich die starke Entwicklung fortgesetzt: Das Umsatzwachstum lag im dritten Quartal mit 10,1 % weiterhin im zweistelligen Prozentbereich.

Das durch eine breite Basis getragene Umsatzwachstum im dritten Quartal unterstreicht erneut die Stärke und Widerstandsfähigkeit des Geschäftsmodells von Scout24, das auch in einem anspruchsvollen Marktumfeld nachhaltiges Wachstum ermöglicht. Insbesondere die Subscription-Geschäfte in den Segmenten Professional und Private haben sich stark entwickelt und erneut den größten Beitrag zum Umsatzwachstum geleistet. In beiden Segmenten konnte die Scout24-Gruppe ihre Kundenbasis weiter ausbauen. Gleichzeitig stieg auch die Zahl der auf ImmoScout24 registrierten Immobilieneigentümer.

Im **Professional-Segment** profitieren Makler von den neuen Mitgliedschaftsmodellen. Die Modelle bündeln Marketinglösungen, Daten- und Bewertungsprodukte sowie CRM- und KI-Funktionen zu einem umfassenden Angebot für zentrale Makler-Workflows. Diese kontinuierliche Erweiterung des Kundennutzens und die zunehmende Nutzung zusätzlicher Produkte unseres Ökosystems, einschließlich ImmoPunkte, sind wichtige Treiber für die positive Entwicklung des durchschnittlichen Umsatzes pro Kunde (ARPU). Der Bereich Transaction Enablement hat im dritten Quartal zudem eine deutliche Wachstumsdynamik gezeigt, zu der nahezu alle Produktbereiche beigetragen haben. Besonders stark entwickelten sich weiterhin das CRM-Geschäft rund um Propstack sowie digitale Daten- und Bewertungsprodukte. Auch das Geschäft mit Homeowner-Leads entwickelte sich positiv. Das Wachstum bei den übrigen Consumer-Lead-Produkten im dritten Quartal gewann gegenüber der

ersten Jahreshälfte an Dynamik. Darüber hinaus hat sich die Integration und operative Neuausrichtung des Spaniengeschäfts im dritten Quartal positiv und schneller als erwartet entwickelt. Der Quartalsumsatz erhöhte sich gegenüber dem Vorquartal von 15,5 Mio. EUR auf 15,8 Mio. EUR. Auch die Zahl der gewerblichen Kunden erhöhte sich im dritten Quartal. Seit Ende Juni konnten 2,4 % zusätzliche Kunden gewonnen werden. Gleichzeitig verbesserte sich die Profitabilität des Geschäfts deutlich.

Im **Private-Segment** beschleunigte sich das Wachstum des Subscription-Geschäfts gegenüber dem ersten Halbjahr. Die weiter gestiegene Nachfrage nach den neuen Mitgliedschaftsportfolios und zusätzliche Leistungen wie der Zugang zu Mietangeboten aus dem Graumarkt sowie KI-gestützte Funktionen für die Immobiliensuche und den Bewerbungsprozess, insbesondere der Bewerbungsassistent, unterstützten die positive Kundenentwicklung und den Anstieg des durchschnittlichen Umsatzes pro Kunde (ARPU). Auch das Pay-per-Ad-Geschäft hat seine positive Entwicklung fortgesetzt. Die starke Marke ImmoScout24 und das hohe Vertrauen in die Plattform tragen dazu bei, weiterhin zusätzliche Immobilienangebote privater Anbieter zu gewinnen. Die steigende Zahl vermarkteter Objekte unterstützt damit auch das anhaltende Umsatzwachstum im Pay-per-Ad-Geschäft.

Die Scout24-Gruppe treibt den Aufbau ihres **Agentic OS für Immobilien** mit hoher Geschwindigkeit voran. Seit der Vorstellung der Strategie auf dem Kapitalmarkttag 2026 werden die KI-gestützten Angebote kontinuierlich erweitert und in bestehende Produkte und Arbeitsabläufe integriert. Mit dem Bewerbungsassistenten innerhalb der Unlimited-Mitgliedschaft unterstützt Scout24 Suchende aktiv bei einzelnen Schritten ihrer Immobilienbewerbung. Gleichzeitig erweitert die Gruppe ihr Angebot über die aktive Suche hinaus: Mit dem im dritten Quartal eingeführten Produkt KautionsbürgschaftPlus können Mieter ihre Mietkaution digital absichern. Damit erschließt sich Scout24 zusätzliche Anwendungsfälle entlang des Mietprozesses und setzt die Strategie konsequent um, die Kundenbeziehung über die eigentliche Immobiliensuche hinaus zu verlängern. Auch im **Professional-Segment** schreitet die Integration KI-gestützter und zunehmend agentenbasierter Funktionen voran. Mit Proppi hat Scout24 im dritten Quartal einen KI-Assistenten in Propstack eingeführt, der Makler bei wiederkehrenden Kommunikations- und Arbeitsprozessen unterstützt. Die Nutzung von Proppi nahm bereits während der schrittweisen Einführung deutlich zu. Perspektivisch wird Proppi weitere Aufgaben innerhalb zentraler Makler-Workflows übernehmen. Die zunehmende Akzeptanz zeigt sich auch in der breiteren Nutzung des Professional-Ökosystems: Im September nutzten bereits mehr als 10.000 gewerbliche Kunden innerhalb der neuen Mitgliedschaften ImmoPunkte. Propstack hat sich als eine der führenden CRM- und Workflow-Lösungen für deutsche Immobilienmakler etabliert. Die zunehmende Nutzung zusätzlicher KI-Funktionalitäten unterstreicht das Potenzial, bestehende Kundenbeziehungen durch innovative Produkte weiter auszubauen. Gleichzeitig entwickelt sich die Monetarisierung über ImmoPunkte weiterhin erfreulich. Als nutzungsbasierte Währung für KI-Funktionen und weitere Ökosystemprodukte ermöglichen sie es Scout24, die zunehmende Produktnutzung in zusätzliche Umsatzpotenziale zu übersetzen. Mit der konsequenten Umsetzung der Agentic OS-Strategie und der zunehmenden Akzeptanz der neuen KI-Anwendungen steigert Scout24 den Kundennutzen für private und gewerbliche Kunden und schafft zugleich neue Möglichkeiten zur Monetarisierung und für das langfristige Wachstum des Ökosystems.

In den ersten neun Monaten 2026 erzielte Scout24 einen **Free Cashflow** von 151,1 Mio. EUR (9M 2025: 202,4 Mio. EUR). Wesentliche Einflussfaktoren waren Veränderungen der Rückstellungen für das langfristige Vergütungsprogramm (LTIP) in Höhe von 27,2 Mio. EUR sowie die Inanspruchnahme von Rückstellungen im Zusammenhang mit dem vollständigen Erwerb der Sprengnetter-Gruppe in Höhe von 23,5 Mio. EUR. Darüber hinaus hat Scout24 strategische Investitionen in das Kerngeschäft sowie ihre attraktive Kapitalallokationsstrategie konsequent fortgesetzt: Damit flossen in den ersten neun Monaten 396,9 Mio. EUR über Aktienrückkäufe (292,0 Mio. EUR) und Dividenden (105,0 Mio. EUR) an die Aktionäre zurück. Mit der Übernahme der spanischen Immobilienplattformen hat Scout24 zudem gezielt in weiteres Wachstum investiert. Zur Finanzierung dieser Akquisition und der Kapitalrückführung hat die Gesellschaft im zweiten Quartal ein Schuldscheindarlehen in Höhe von 300 Mio. EUR aufgenommen.

Ertragslage

Mio. EUR	Q3 2026	Q3 2025	Veränderung	9M 2026	9M 2025	Veränderung
Umsatzerlöse	**198,2**	**165,6**	**+19,7 %**	**570,5**	**483,8**	**+17,9 %**
Aktivierte Eigenleistungen	7,1	4,4	+60,7 %	19,5	14,4	+35,3 %
Aktivierte Eigenleistungen (% vom Umsatz)	3,6 %	2,7 %	+0,9 Pp	3,4 %	3,0 %	+0,4 Pp
Operative Effekte aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit	**-84,5**	**-65,8**	**-28,3 %**	**-245,3**	**-198,7**	**-23,4 %**
Personalaufwand	-31,8	-29,5	-7,8 %	-94,7	-86,8	-9,1 %
Marketingaufwand	-15,8	-10,7	-47,8 %	-49,3	-34,0	-45,0 %
IT-Aufwand	-8,5	-5,7	-50,2 %	-23,4	-16,9	-38,6 %
Einkaufskosten	-13,8	-11,2	-23,2 %	-39,7	-34,5	-15,1 %
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-14,5	-8,7	-66,0 %	-38,3	-26,6	-44,2 %
EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit[1,2]	**120,8**	**104,2**	**+15,9 %**	**344,7**	**299,6**	**+15,1 %**
EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit (%)[1,2,3]	**60,9 %**	**62,9 %**	**-2,0 Pp**	**60,4 %**	**61,9 %**	**-1,5 Pp**
Nichtoperative Effekte	**-4,2**	**-7,2**	**+41,6 %**	**-14,7**	**-42,8**	**+65,6 %**
Anteilsbasierte Vergütung	2,1	-1,3	>+100 %	1,7	-23,1	>+100 %
M&A-Aktivitäten	-3,8	-4,3	+13,4 %	-10,0	-14,4	+30,5 %
Reorganisation	-2,5	-1,5	-72,4 %	-6,3	-5,1	-22,9 %
Sonstige nichtoperative Effekte	0,0	-0,1	+91,5 %	-0,1	-0,1	+34,1 %
EBITDA[1]	**116,6**	**97,0**	**+20,2 %**	**330,0**	**256,8**	**+28,5 %**
Abschreibungen und Wertminderungen	**-14,2**	**-12,1**	-17,0 %	**-42,3**	**-36,3**	-16,6 %
Betriebsergebnis (EBIT)	**102,4**	**84,9**	**+20,7 %**	**287,7**	**220,5**	**+30,5 %**
Finanzergebnis	-1,7	-0,8	<–100 %	0,6	-8,8	>+100 %
Ergebnis vor Steuern (EBT)	**100,7**	**84,1**	**+19,8 %**	**288,2**	**211,7**	**+36,2 %**
Ertragsteuern	-29,7	17,4	<–100 %	-85,5	-21,2	<–100 %
Ergebnis nach Steuern	**71,1**	**101,5**	**-30,0 %**	**202,8**	**190,5**	**+6,4 %**
Bereinigtes Ergebnis nach Steuern	75,1	64,8	+15,8 %	213,6	184,5	+15,8 %
Ergebnis je Aktie (unverwässert, EUR)	**1,03**	**1,41**	**-26,5 %**	**2,90**	**2,64**	**+10,1 %**
Bereinigtes Ergebnis je Aktie (unverwässert, EUR)[4]	1,09	0,90	+21,5 %	3,06	2,55	+19,7 %

[1] Das EBITDA (unbereinigt) ist analog zur Darstellung in der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung definiert als das Ergebnis vor Finanzergebnis, Ertragsteuern, Abschreibungen, Wertminderungen und Wertaufholungen.
[2] Das EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit entspricht dem EBITDA, bereinigt um nichtoperative Effekte. Hierunter fallen im Wesentlichen Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütung, M&A-Aktivitäten (realisiert und unrealisiert), Reorganisationen sowie sonstige nichtoperative Effekte.
[3] Die EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit ist definiert als das EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit im Verhältnis zu den Umsatzerlösen.
[4] Bereinigt (1) um nichtoperative Effekte, die auch zur Ermittlung des EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit herangezogen werden, (2) um Abschreibungen und Wertminderungen auf im Rahmen von Unternehmenszusammenschlüssen erworbene Vermögenswerte sowie (3) um im Finanzergebnis enthaltene Effekte aus Unternehmenszusammenschlüssen wie die Bewertung von Kaufpreisverbindlichkeiten.

EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit und Kostenentwicklung

Das **EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit** stieg im dritten Quartal 2026 um 15,9 % auf 120,8 Mio. EUR. Die entsprechende **Marge** erreichte 60,9 % und verbesserte sich damit gegenüber den ersten beiden Quartalen des Jahres. Auf organischer Basis erhöhte sich die Marge gegenüber dem Vorjahresquartal um 0,4 Prozentpunkte auf 63,3 %.

Die berichteten **operativen Aufwendungen** stiegen insbesondere infolge der erstmaligen Einbeziehung des Spaniengeschäfts, die sich auch in höheren Personal- und IT-Aufwendungen widerspiegelte. Hinzu kamen temporär erhöhte Marketingausgaben für Marken- und Imagekampagnen sowie im Zusammenhang mit der Weiterentwicklung der B2C-Subscription-Angebote. Weitere Kostentreiber waren gezielte Ausgaben für die technologische Infrastruktur sowie für Produkt- und KI-Funktionalitäten, höhere Einkaufsvolumina bei Daten- und Bewertungsprodukten sowie gestiegene Aufwendungen für externe Dienstleistungen und Wertberichtigungen auf Forderungen. Gleichzeitig erhöhten sich die aktivierten Eigenleistungen einerseits durch die Konsolidierung des Spaniengeschäfts und andererseits im Zuge verstärkter Investitionen in die Entwicklung eigener Software und technologischer KI-Lösungen.

Demgegenüber setzte sich der Rückgang der organischen Personalkosten im dritten Quartal fort. Effizientere Prozesse, zunehmende Automatisierung und der verstärkte Einsatz von KI unterstützten diese Entwicklung. Damit schafft Scout24 die Voraussetzungen, das Geschäft weiter zu skalieren, ohne die Kostenbasis proportional ausweiten zu müssen. Die erzielten Effizienzgewinne eröffnen zugleich Spielraum für gezielte Ausgaben in Produkte, Technologie und Marketing.

Die gegenüber der ersten Jahreshälfte geringere organische Margenexpansion war insbesondere auf die temporär erhöhten Marketingaufwendungen und gestiegenen Forderungswertberichtigungen zurückzuführen. Für das vierte Quartal 2026 erwartet Scout24 wieder eine stärkere organische Margenexpansion. Trotz der Einbeziehung des noch margenverwässernden Spaniengeschäfts blieb die Profitabilität insgesamt auf einem hohen Niveau.

Ergebnisentwicklung

Die **nichtoperativen Effekte** fielen im dritten Quartal deutlich geringer aus als im Vorjahresquartal. Höheren Aufwendungen für Reorganisation standen niedrigere M&A-bedingte Aufwendungen sowie positive Effekte aus der anteilsbasierten Vergütung gegenüber. Letztere resultierten insbesondere aus dem gegenüber dem Vorjahresstichtag niedrigeren Aktienkursniveau und der damit verbundenen Neubewertung der Rückstellungen für anteilsbasierte Vergütungsprogramme. Auch in den ersten neun Monaten lagen die nichtoperativen Belastungen deutlich unter dem Vorjahresniveau.

Infolgedessen erhöhte sich das **EBITDA** im dritten Quartal 2026 um 20,2 %. In den ersten neun Monaten stieg das EBITDA um 28,5 %, wobei neben der positiven operativen Geschäftsentwicklung auch die gegenüber der Vergleichsperiode deutlich geringeren nichtoperativen Effekte unterstützend wirkten.

Die **Abschreibungen und Wertminderungen** entwickelten sich im dritten Quartal sowie im Neunmonatszeitraum 2026 unterproportional zum Umsatzwachstum. Der Anstieg resultierte im Wesentlichen aus höheren planmäßigen Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte im Zusammenhang mit Kaufpreisallokationen (PPA-Abschreibungen). Die übrigen planmäßigen Abschreibungen erhöhten sich ebenfalls moderat, während die Abschreibungen aus Leasingverhältnissen nach IFRS 16 nahezu unverändert blieben.

Das **Finanzergebnis** konnte sich im Neunmonatszeitraum deutlich verbessern. Ursächlich hierfür waren insbesondere Erträge aus Beteiligungen an Venture-Capital-Fonds sowie positive Fremdwährungseffekte. Gestützt auf die starke operative Entwicklung, die niedrigeren nichtoperativen Effekte und das deutlich verbesserte Finanzergebnis erhöhte sich das **Ergebnis vor Steuern** gegenüber den jeweiligen Vorjahreszeiträumen ebenfalls signifikant.

Das **Ergebnis nach Steuern** und das **Ergebnis je Aktie** entwickelten sich in den ersten neun Monaten 2026 positiv, lagen im dritten Quartal jedoch unter den jeweiligen Vorjahreswerten. Die im Vergleich zum Ergebnis vor Steuern deutlich geringere Wachstumsdynamik ist insbesondere auf den einmaligen positiven Steuereffekt im dritten Quartal 2025 zurückzuführen, der aus der Neubewertung latenter Steuerpositionen infolge der beschlossenen zukünftigen Senkung des deutschen Körperschaftsteuersatzes resultierte. Auf bereinigter Basis zeigte sich hingegen eine anhaltend starke Ergebnisentwicklung: Das **bereinigte Ergebnis je Aktie** stieg im dritten Quartal um 21,5 % auf 1,09 EUR und in den ersten neun Monaten um 19,7 % auf 3,06 EUR gegenüber den jeweiligen Vorjahreszeiträumen. Neben der starken operativen Entwicklung trugen auch Aktienrückkäufe dazu bei, dass das **bereinigte Ergebnis je Aktie** stärker stieg als das bereinigte **Ergebnis nach Steuern**.

Entwicklung von Listings und Traffic

	Q3 2026	Q3 2025	Veränderung	9M 2026	9M 2025	Veränderung
ImmoScout24 Listings[1]	719.204	601.002	+19,7 %	672.245	572.856	+17,3 %
ImmoScout24 monatliche Nutzer / Webseite (Mio.)[2]	15,1	15,3	-1,4 %	14,9	15,4	-3,8 %
ImmoScout24 monatliche Nutzer / App (Mio.)[2,3]	4,1	4,2	-1,8 %	4,1	4,2	-1,3 %
ImmoScout24 monatliche Sessions (Mio.)[4]	89,5	99,0	-9,6 %	93,0	101,9	-8,7 %

[1] Quelle: www.immoscout24.de; Listings in Deutschland (Durchschnitt der Stichtagswerte zum Monatsultimo der Periode)
[2] Monatliche Nutzende auf www.immoscout24.de (Durchschnitt der einzelnen Monate), unabhängig davon, wie oft sie den Marktplatz in einem Monat besuchen. Quelle: interne Messung mithilfe eines externen Tracking-Dienstleisters
[3] Basis der Zählung der monatlichen App-Nutzenden (Durchschnitt der einzelnen Monate) sind Nutzerkennungen, die von einem externen Dienstleister bezogen werden. Die Kennzahl stellt damit eine Näherung der tatsächlichen Nutzerzahlen dar, die sich direkt nicht messen lassen.
[4] Anzahl aller monatlichen Besuche (Durchschnitt der einzelnen Monate), in denen einzelne Nutzende über ein Endgerät aktiv mit dem Web- oder App-Angebot interagieren, wobei ein Besuch als abgeschlossen gilt, wenn der oder die Nutzende mindestens 30 Minuten inaktiv ist. Quelle: interne Messung mithilfe eines externen Tracking-Dienstleisters

Auf der Angebotsseite hat sich die positive Entwicklung fortgesetzt. Das durchschnittliche Listing-Volumen stieg im dritten Quartal um 19,7 % auf 719.204 Angebote. Dieses deutliche Wachstum wurde trotz umfangreicher Bereinigungen des Inseratsbestands um unzulässige und doppelte Inserate erzielt und unterstreicht die hohe Relevanz von ImmoScout24 als Vermarktungsplattform sowohl für professionelle als auch für private Immobilienanbieter. Zum Anstieg des Listing-Volumens trugen zudem längere Vermarktungszeiten infolge der weiterhin verhaltenen Transaktionsaktivität sowie Produktinitiativen zur Erschließung zusätzlicher Mietangebote aus dem sogenannten Graumarkt bei. Über das Tenant Network werden Mietinteressierten dabei auch bislang nicht öffentlich inserierte Mietobjekte zugänglich gemacht.

Die Plattform ImmoScout24 hat auch im dritten Quartal 2026 ihre führende Marktposition in Deutschland mit einer hohen Reichweite und stabilen Nutzungszahlen bei Web und App unterstrichen. Die gestiegene Zahl der Suchanfragen sowie der Zuwachs bei registrierten Accounts und gespeicherten Suchen unterstreichen die höhere Nutzeraktivität gegenüber der Vergleichsperiode im Vorjahr. Während die monatlichen Sessions zurückgingen, führten die Nutzer somit mehr Suchanfragen je Sitzung durch. Die höhere Suchintensität unterstreicht die kontinuierliche Weiterentwicklung des Sucherlebnisses, das eine noch effizientere und zielgerichtetere Immobilienrecherche ermöglicht. Darüber hinaus nutzen Immobiliensuchende verstärkt neue Medienformate innerhalb des ImmoScout24-Ökosystems. Mit ImmoReels erweitert Scout24 zudem das Angebot um kurze, inspirierende und informative Videoinhalte, die bereits mehr als 300.000 monatliche Aufrufe verzeichnen. Damit entstehen zusätzliche Möglichkeiten, Nutzer über die klassische Immobiliensuche hinaus anzusprechen und die Interaktion mit der Plattform zu vertiefen.

Über die klassische Immobiliensuche hinaus bietet die Scout24-Gruppe ihren Nutzern KI-gestützte Suchfunktionen, die eine intuitivere und stärker personalisierte Immobilienrecherche ermöglichen. Diese zusätzlichen Suchmöglichkeiten werden immer stärker angenommen: Im dritten Quartal 2026 war die Zahl der KI-gestützten Suchanfragen mit rund 10 Millionen mehr als 26-mal so hoch wie im Vorjahresquartal. Auf diese Weise erweitert Scout24 das bestehende Suchangebot kontinuierlich und entwickelt das Sucherlebnis weiter hin zu stärker KI- und agentenbasierten Nutzerinteraktionen.

Vermögens- und Finanzlage

Bilanz Aktiva (verkürzt)

Mio. EUR	30.09.2026	31.12.2025	Veränderung
Kurzfristige Vermögenswerte	**129,7**	**114,9**	**+12,9 %**
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	44,2	49,5	-10,6 %
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	3,4	1,7	>+100 %
Langfristige Vermögenswerte	**2.119,3**	**1.943,9**	**+9,0 %**
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	18,4	10,5	+74,8 %
Bilanzsumme	**2.249,1**	**2.058,8**	**+9,2 %**

Bilanz Passiva (verkürzt)

Mio. EUR	30.09.2026	31.12.2025	Veränderung
Kurzfristige Verbindlichkeiten	**445,8**	**305,3**	**+46,0 %**
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	316,9	154,6	>+100 %
Leasingverbindlichkeiten	10,9	9,9	+9,9 %
Langfristige Verbindlichkeiten	**581,9**	**276,0**	**>+100 %**
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	300,1	0,2	>+100 %
Leasingverbindlichkeiten	29,1	29,4	-1,0 %
Eigenkapital	**1.221,5**	**1.477,5**	**-17,3 %**
Bilanzsumme	**2.249,1**	**2.058,8**	**+9,2 %**

Die Bilanzentwicklung in den ersten neun Monaten 2026 war insbesondere durch die erstmalige Konsolidierung der spanischen Immobilienplattformen, die Aufnahme von Schuldscheindarlehen in Höhe von insgesamt 300 Mio. EUR, die fortgesetzten Aktienrückkäufe sowie die Dividendenzahlung geprägt. Die Konsolidierung des Spaniengeschäfts führte im Zuge der Kaufpreisallokation zu einem deutlichen Anstieg der immateriellen Vermögenswerte sowie des Geschäfts- oder Firmenwerts.

Die **kurzfristigen Sonstigen finanziellen Verbindlichkeiten** erhöhten sich gegenüber dem 31. Dezember 2025 um 162,3 Mio. EUR auf 316,9 Mio. EUR. Der Anstieg resultierte im Wesentlichen aus der höheren Inanspruchnahme der revolvierenden Kreditfazilität (RCF), insbesondere im Zusammenhang mit der Finanzierung der Spanien-Akquisition und den im Geschäftsjahr 2026 durchgeführten Aktienrückkäufen. Darüber hinaus bestand zum 30. September 2026 eine Verbindlichkeit in Höhe von 59,7 Mio. EUR aus der am 31. Mai 2026 angekündigten zweiten Tranche des Aktienrückkaufprogramms mit einem ursprünglichen Gesamtvolumen von 250 Mio. EUR. Der ausgewiesene Betrag entspricht der zum Stichtag maximal noch ausstehenden Verpflichtung aus dieser Tranche. Die **langfristigen Sonstigen finanziellen Verbindlichkeiten** erhöhten sich gegenüber dem Jahresende 2025 auf 300,1 Mio. EUR. Dieser Anstieg resultierte aus der Aufnahme eines Schuldscheindarlehens im ersten Halbjahr 2026 mit einem Gesamtvolumen von 300,0 Mio. EUR zu attraktiven Finanzierungskonditionen. Die Mittel dienten ergänzend zur Inanspruchnahme der revolvierenden Kreditfazilität (RCF) der Refinanzierung der Spanien-Akquisition, der Finanzierung von Aktienrückkäufen und der Dividendenzahlung sowie der Zahlung des Earn-outs im Zusammenhang mit dem Erwerb der verbleibenden 25 % der Anteile an Sprengnetter.

Die Bankverbindlichkeiten in den **Sonstigen kurz- und langfristigen Finanzverbindlichkeiten** betrugen zum Stichtag insgesamt 540 Mio. EUR. Sie sind im Geschäftsjahr 2026 im Wesentlichen durch die neuen Schuldscheindarlehen gestiegen und gliedern sich wie folgt auf:

Mio. EUR	30.09.2026	31.12.2025	Veränderung
Facility Agreement mit einem Gesamtvolumen von bis zu 400,0 Mio. EUR	150,0	0,0	>+100 %
Rahmenkreditvertrag mit einem Gesamtvolumen von bis zu 75,0 Mio. EUR	75,0	70,0	+7,1 %
Sonstige Geldhandelsgeschäfte	15,0	40,0	-62,5 %
Schuldscheindarlehen	300,0	0,0	>+100 %
Summe Verbindlichkeiten aus Finanzierungen	**540,0**	**110,0**	**>+100 %**

Zum 30. September 2026 betrug die Summe der **Sonstigen kurz- und langfristigen Finanzverbindlichkeiten einschließlich Leasingverbindlichkeiten** 656,9 Mio. EUR (31. Dezember 2025: 194,0 Mio. EUR). Bereinigt um die Position Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente ergab sich daraus eine Nettoverschuldung[1] von 612,7 Mio. EUR (31. Dezember 2025: 144,5 Mio. EUR). Dies führte zu einem Verschuldungsgrad[2] zum 30. September 2026 von 1,36 (31. Dezember 2025: 0,36).

In den ersten neun Monaten 2026 belief sich der **Free Cashflow** auf 151,1 Mio. EUR (9M 2025: 202,4 Mio. EUR). Der Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit wurde unter anderem durch Auszahlungen von insgesamt 50,7 Mio. EUR belastet. Davon entfielen 27,2 Mio. EUR auf Inanspruchnahmen von Rückstellungen für das langfristige Vergütungsprogramm (LTIP) und 23,5 Mio. EUR auf die Inanspruchnahme von Rückstellungen im Zusammenhang mit dem Erwerb der restlichen 25 % an Sprengnetter.

Zum 30. September 2026 betrug die **Nettoverschuldung** 612,7 Mio. EUR (31.12.2025: 144,5 Mio. EUR). Der Anstieg der Nettoverschuldung und damit zusammenhängend auch der Anstieg des Verschuldungsgrads ist mit einem Gesamtbetrag von 589,8 Mio. EUR in ganz wesentlichem Umfang auf Kapitalrückführungen und M&A-Akquisitionen zurückzuführen:

Scout24 führte im Neunmonatszeitraum insgesamt 396,9 Mio. EUR an die Aktionäre zurück, 105,0 Mio. EUR in Form von Dividenden und 292,0 Mio. EUR durch Aktienrückkäufe. Im Rahmen der diesjährigen Aktienrückkäufe erwarb Scout24 in den ersten neun Monaten bereits über 4 Mio. eigene Aktien, wovon bis zum 30. September 2026 insgesamt 3 Mio. eigene Aktien dauerhaft eingezogen worden sind. Dadurch wurde das Grundkapital von 75 Mio. EUR auf 72 Mio. EUR herabgesetzt. Darüber hinaus hat die Scout24-Gruppe im Rahmen von M&A-Akquisitionen insbesondere in die Übernahme des Spaniengeschäfts sowie den Erwerb der verbleibenden 25 % der Anteile an Sprengnetter investiert. Zusätzlich zu dem im Free Cashflow berücksichtigten Zahlungsausgang von 23,5 Mio. EUR im Zusammenhang mit der Inanspruchnahme der Rückstellung für den Erwerb der verbleibenden 25 % an Sprengnetter beliefen sich die in den ersten neun Monaten 2026 getätigten M&A-Auszahlungen auf weitere 192,8 Mio. EUR.

Das Eigenkapital verringerte sich per Ende September 2026 entsprechend auf 1.221,5 Mio. EUR (31. Dezember 2025: 1.477,5 Mio. EUR). Die Entwicklung war insbesondere durch die Kapitalrückführungen in Form von Aktienrückkäufen und Dividendenzahlungen geprägt, denen das positive Periodenergebnis gegenüberstand.

[1] Summe der kurz- und langfristigen Finanzverbindlichkeiten (inklusive Verbindlichkeiten aus dem Aktienrückkaufprogramm und Leasingverbindlichkeiten) vermindert um liquide Mittel
[2] Verhältnis von Nettoverschuldung zu EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit der letzten zwölf Monate

Geschäftsentwicklung der Segmente

Segment Professional

Mit einem Umsatzanteil von 74,4 % im Neunmonatszeitraum 2026 (9M 2025: 72,3 %) stellt das Professional-Segment das mit Abstand größte Segment der Scout24-Gruppe dar.

Mio. EUR	Q3 2026	Q3 2025	Veränderung	9M 2026	9M 2025	Veränderung
Professional-Umsatz	**146,7**	**119,0**	**+23,3 %**	**424,3**	**350,0**	**+21,2 %**
Subscription-Umsatz[1]	111,8	86,3	+29,6 %	321,5	252,2	+27,5 %
Subscription-Umsatz Deutschland[1]	91,3	81,9	+11,5 %	271,5	239,3	+13,4 %
Anzahl Kunden[2] Deutschland (Periodendurchschnitt)	24.945	24.016	+3,9 %	24.665	23.780	+3,7 %
Professional-ARPU[1,2,3] Deutschland (EUR/Monat)	1.220	1.136	+7,4 %	1.223	1.118	+9,4 %
Subscription-Umsatz Rest of Europe[1]	20,5	4,4	>+100 %	50,0	12,9	>+100 %
Transaction-Enablement-Umsatz	29,1	26,7	+8,8 %	85,1	80,3	+6,0 %
Sonstiger Umsatz[4]	5,8	6,0	-3,1 %	17,6	17,5	+0,7 %
Professional-EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit	**89,1**	**74,6**	**+19,4 %**	**256,1**	**216,5**	**+18,3 %**
Professional-EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit (%)	**60,7 %**	**62,7 %**	**-2,0 Pp**	**60,4 %**	**61,8 %**	**-1,5 Pp**

[1] Das Spaniengeschäft wird nach Vollzug der Transaktion ab dem 1. März 2026 erstmals berichtet und dem Segment Professional erstmals in Q1 2026 zugeordnet. Der Subscription-Umsatz in Spanien wird gemeinsam mit dem Subscription-Umsatz in Österreich unter Rest of Europe ausgewiesen. Die angepasste Berichterstattung erfolgt seit dem Q1-Bericht 2026 getrennt für Deutschland und Rest of Europe. Der gesamte Subscription-Umsatz (Summe) umfasst somit die Subscription-Umsätze in Deutschland, Spanien und Österreich, während der Professional-ARPU Deutschland nur auf Basis der in Deutschland erzielten Umsätze ermittelt wird. Die Vorjahreszahlen für Q3/9M 2025 wurden entsprechend angepasst.

[2] Kunden aus Deutschland auf den Plattformen ImmoScout24, immoverkauf24 und neubau kompass mit einem kostenpflichtigen Vertrag zum Monatsultimo, der zur Vermarktung von mehr als einem Objekt berechtigt (Summe der Monatsendstände dividiert durch die Anzahl der Periodenmonate). Kunden von verschiedenen Gesellschaften werden nur einmalig gezählt. Die Vorjahreszahlen für Q3/9M 2025 wurden entsprechend angepasst (exklusive Kunden aus Österreich).

[3] Perioden-Umsatz dividiert durch die durchschnittliche Anzahl der Kunden, weiterhin dividiert durch die Anzahl der Perioden-Monate. Die Vorjahreszahlen für Q3/9M 2025 wurden entsprechend angepasst (exklusive Kunden aus Österreich).

[4] Seit dem Q1 2026 werden Umsätze aus Werbeanzeigen in Österreich und Spanien im Sonstigen Umsatz ausgewiesen. Die Vorjahreszahlen für Q3/9M 2025 wurden entsprechend angepasst.

Das **Subscription-Geschäft** mit gewerblichen Kunden hat seine starke Entwicklung auch im dritten Quartal 2026 fortgesetzt. In Deutschland stieg der Subscription-Umsatz um 11,5 % und erreichte damit in den ersten neun Monaten 2026 ein Wachstum von 13,4 %. Besonders erfreulich hat sich die Kundenbasis entwickelt: Mit einem Wachstum von 3,9 % gegenüber dem Vorjahresstand beschleunigte sich die Neukundengewinnung im Jahresverlauf und hat im dritten Quartal die bislang höchste Wachstumsrate des Jahres erreicht.

Der **durchschnittliche Umsatz pro Kunde (ARPU)** stieg im dritten Quartal 2026 um 7,4 %. Das Geschäft mit Wohnimmobilienmaklern entwickelte sich weiterhin dynamisch, während das Wachstum bei Immobilienentwicklern und Anbietern von Neubauprojekten angesichts der verhaltenen Projektaktivität hinter der Entwicklung der ersten Jahreshälfte zurückblieb. Die Bereiche Property Management und Commercial entwickelten sich dagegen weiterhin positiv.

Die Migration in die neuen Mitgliedschaftsmodelle wurde im dritten Quartal 2026 weiter vorangetrieben. Zum Quartalsende nutzten bereits rund 20.000 gewerbliche Kunden in Deutschland die neuen Mitgliedschaftsmodelle. Die fortschreitende Migration schafft damit eine wichtige Grundlage für weiteres ARPU-Wachstum ab 2027, insbesondere durch Upgrades in höherwertige Mitgliedschaften und die verstärkte Nutzung zusätzlicher Produkte und Services.

Ein strategischer Schwerpunkt im Professional-Bereich liegt auf der zunehmenden Integration KI-gestützter und agentenbasierter Funktionen in die täglichen Arbeitsabläufe gewerblicher Kunden. So wurde mit Proppi im dritten Quartal 2026 der neue KI-Assistent innerhalb von Propstack eingeführt, der Makler bei wiederkehrenden Kommunikations- und Arbeitsprozessen unterstützt und perspektivisch weitere Aufgaben entlang zentraler Makler-Workflows übernehmen soll. Damit entwickelt die Scout24-Gruppe ihre Softwarelösungen zunehmend von der reinen Unterstützung einzelner Arbeitsschritte hin zu einer stärkeren Automatisierung operativer Prozesse. Die Entwicklung des ImmoPunkte-Geschäfts verlief auch im dritten Quartal 2026 stark. Im September nutzten rund 10.000 gewerbliche Kunden innerhalb der neuen Mitgliedschaften ImmoPunkte, ein Anstieg von über 40 %

gegenüber dem Vorjahresmonat. Auch das ImmoPunkte-Volumen entwickelte sich positiv und stieg im September gegenüber dem Vorjahresmonat um mehr als 30 %. Die zunehmende Verbreitung von ImmoPunkten eröffnet zusätzliche Möglichkeiten, KI-gestützte Funktionen und weitere Ökosystemprodukte über die klassischen Mitgliedschaftsgebühren hinaus nutzungsabhängig zu monetarisieren.

Das Spaniengeschäft zeigte im dritten Quartal 2026 deutliche Fortschritte bei der Umsetzung des Integrations- und Wachstumsplans. Der Umsatz erreichte im dritten Quartal 15,8 Mio. EUR gegenüber 15,5 Mio. EUR im zweiten Quartal. Gleichzeitig setzte sich die positive Kundenentwicklung fort. Damit zeigen sich erste Erfolge der eingeleiteten operativen Maßnahmen und der Weiterentwicklung des Mitgliedschaftsangebots. Der Subscription-Umsatz in der Region Rest of Europe, der das Spaniengeschäft sowie Österreich umfasst, belief sich in den ersten neun Monaten 2026 auf 50,0 Mio. EUR.

Auch im Bereich **Transaction Enablement** gewann das Umsatzwachstum im dritten Quartal 2026 weiter an Fahrt und erreichte mit 8,8 % die bislang höchste Wachstumsrate des laufenden Jahres. Damit setzte sich die positive Entwicklung gegenüber den ersten beiden Quartalen fort. Die Entwicklung wurde dabei breiter über die verschiedenen Produktbereiche getragen. Besonders stark entwickelten sich erneut das CRM-Geschäft rund um Propstack sowie digitale Daten- und Bewertungsprodukte. Auch das Geschäft mit Homeowner-Leads entwickelte sich weiterhin positiv. Bei den übrigen Consumer-Lead-Produkten gewann das Umsatzwachstum im dritten Quartal gegenüber der ersten Jahreshälfte an Dynamik. Der Sonstige Umsatz ging um 3,1 % zurück. Dies war insbesondere auf geringere Professional-Pay-per-Ad-Umsätze zurückzuführen. Die Entwicklung der Professional-Pay-per-Ad-Umsätze steht nach wie vor im Zusammenhang mit der strategischen Verlagerung hin zu langfristigen Mitgliedschaften.

Im dritten Quartal 2026 erhöhte sich das berichtete EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit um 19,4 % auf 89,1 Mio. EUR. Die organische EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit verbesserte sich um 1,2 Prozentpunkte auf 63,9 %. Das **EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit** stieg in den ersten neun Monaten 2026 um 18,3 %. Die EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit lag bei 60,4 %. Auf organischer Basis entwickelte sich das Professional-Geschäft weiterhin positiv und profitierte von operativem Leverage und Effizienzsteigerungen. Die berichtete Margenentwicklung ist durch die Einbeziehung des Spaniengeschäfts beeinflusst, dessen Integration im Berichtszeitraum deutliche Fortschritte zeigte. So stieg die EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit des Spaniengeschäfts im dritten Quartal auf 34,2 % und hat sich damit im bisherigen Jahresverlauf deutlich verbessert. In der ausgewiesenen Marge sind auch die laufenden temporären TSA-Kosten berücksichtigt, die im Rahmen der planmäßig verlaufenden Herauslösung des Spaniengeschäfts aus der bisherigen Infrastruktur anfallen. Ohne diese temporären Belastungen läge die zugrunde liegende Profitabilität entsprechend höher.

Segment Private

In den ersten neun Monaten 2026 entfielen 25,6 % des Konzernumsatzes der Scout24-Gruppe auf das Private-Segment (9M 2025: 27,7 %).

Mio. EUR	Q3 2026	Q3 2025	Veränderung	9M 2026	9M 2025	Veränderung
Private-Umsatz	**51,6**	**46,7**	**+10,5 %**	**146,2**	**133,8**	**+9,3 %**
Subscription-Umsatz	30,7	27,8	+10,4 %	86,3	80,2	+7,6 %
Anzahl Kunden[1] (Periodendurchschnitt)	534.003	526.740	+1,4 %	519.781	508.052	+2,3 %
Private-ARPU[2] (EUR/Monat)	19,1	17,6	+8,9 %	18,5	17,5	+5,2 %
Pay-per-Ad-Umsatz	16,4	15,0	+9,8 %	46,6	42,2	+10,6 %
Sonstiger Umsatz	4,4	3,9	+13,8 %	13,2	11,4	+15,6 %
Private-EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit	**31,8**	**29,6**	**+7,3 %**	**88,6**	**83,1**	**+6,6 %**
Private-EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit (%)	**61,6 %**	**63,5 %**	**-1,9 Pp**	**60,6 %**	**62,1 %**	**-1,5 Pp**

[1] Unter Kunden sind Nutzer der Plus-Produkte zu verstehen. Das im Vorjahr unter dem Namen Vermietet.de geführte Produkt wird im laufenden Geschäftsjahr unter dem Namen VermietenPlus fortgeführt und weiterhin den Plus-Produkten zugeordnet.
[2] Perioden-Umsatz dividiert durch durchschnittliche Anzahl der Kunden, weiterhin dividiert durch die Anzahl der Perioden-Monate

Das **Private-Segment** konnte das Umsatzwachstum im dritten Quartal 2026 auf 10,5 % beschleunigen und erzielte damit die höchste Wachstumsrate im bisherigen Jahresverlauf. Die positive Entwicklung unterstreicht die Stärke

des breit aufgestellten Produktportfolios, das unterschiedliche Kundenbedürfnisse entlang der Suche adressiert und sowohl im Subscription- als auch im Pay-per-Ad-Geschäft Wachstumsimpulse setzt.

Das **Subscription-Geschäft** gewann im dritten Quartal weiter an Dynamik und erreichte mit einem Umsatzwachstum von 10,4 % erneut eine zweistellige Wachstumsrate. Damit hat sich die bereits kommunizierte Erwartung einer Wachstumsbeschleunigung im weiteren Jahresverlauf bestätigt. Wesentlicher Treiber war die stärkere Monetarisierung der bestehenden Kundenbasis: Der **durchschnittliche Umsatz pro Kunde (ARPU)** stieg um 8,9 %, was sich in der zunehmenden Akzeptanz höherwertiger Mitgliedschaften, welche den Kundenwert erhöhen, und den positiven Produktmixeffekten widerspiegelt. Zusätzliche Leistungen wie der frühzeitige Zugang zu Mietangeboten aus dem Graumarkt sowie KI-gestützte Funktionen, darunter der Bewerbungsassistent in der Unlimited-Mitgliedschaft, erhöhen den Kundennutzen und stärken die Attraktivität des Produktportfolios. Bereits rund 40 % der Abonnenten nutzen die höherwertigen Pro- und Unlimited-Mitgliedschaften. Auch die Kundenbasis entwickelte sich mit einem Wachstum von 1,4 % positiv. Insgesamt erhöhte sich der Umsatz des Private-Segments in den ersten neun Monaten 2026 um 9,3 %.

Scout24 setzt die beim Kapitalmarkttag 2026 vorgestellte Strategie konsequent um, das Private-Angebot über die klassische Immobiliensuche hinaus auf weitere Schritte des Mietprozesses auszuweiten. Ziel ist es, Kunden nicht nur bei der Suche nach einer Immobilie zu unterstützen, sondern sie in immer stärkerem Maße auch bei der Anmietung und darüber hinaus zu begleiten. Mit der Einführung des ersten Produkts KautionsbürgschaftPlus wurde ein weiterer Schritt in diese Richtung umgesetzt. Dieses digitale Angebot ermöglicht Mietenden, ihre Mietkaution über eine Bürgschaft abzusichern, anstatt eine Barkaution zu hinterlegen. Scout24 arbeitet an weiteren innovativen Produkten und Services entlang des Mietprozesses, um den Mehrwert für Kunden zu erhöhen, zusätzliche Monetarisierungsmöglichkeiten zu erschließen und perspektivisch die Kundenbeziehung über die aktive Immobiliensuche hinaus zu verlängern.

Auch das **Pay-per-Ad-Geschäft** setzte seine positive Entwicklung fort und leistete einen zusätzlichen Beitrag zum Umsatzwachstum. Unterstützt wurde die Entwicklung durch eine höhere Zahl vermarkteter Objekte sowie die anhaltende Nachfrage privater Vermieter nach Vermarktungsleistungen. Zudem entwickelte sich der Sonstige Umsatz positiv.

Das **EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit** stieg in den ersten neun Monaten um 6,6 %. Die EBITDA-Marge lag bei 60,6 %. Diese Entwicklung reflektierte insbesondere höhere Marketingausgaben zur Unterstützung des Kunden- und Produktwachstums. Im dritten Quartal 2026 verbesserte sich die Profitabilität gegenüber dem Vorquartal.

Ausblick Geschäftsjahr 2026

Die Scout24-Gruppe ist überzeugt, ihren Kunden mit ihrem diversifizierten Produktportfolio sowie der fortschreitenden KI-Integration entlang der gesamten Immobilienwertschöpfungskette in unterschiedlichen Marktsituationen einen hohen Mehrwert bieten zu können. Grundlage hierfür ist die konsequente Umsetzung der produkt- und technologiegetriebenen Strategie mit klarem Fokus auf Interkonnektivität und KI. Vor diesem Hintergrund zeigt sich der Vorstand weiterhin zuversichtlich, den Umsatz im Jahr 2026 erneut zu steigern und gleichzeitig eine hohe Profitabilität aufrechtzuerhalten.

Auf Grundlage der starken Geschäftsentwicklung in den ersten neun Monaten 2026 konkretisiert der Vorstand seinen Ausblick für das Geschäftsjahr und erwartet nun ein Umsatzwachstum von ca. 18 %, davon 7-8 Prozentpunkte aus anorganischen Beiträgen im Zusammenhang mit der Spanien-Akquisition[3] (bisher: Umsatzwachstum von 16-18 %, davon 6-7 Prozentpunkte aus Spanien). Darüber hinaus bestätigt der Vorstand das Profitabilitätsziel mit einer EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit von bis zu 61 % (organisch[4] bis zu 64 %).

[3] Mit Berücksichtigung der (konsolidierten) Umsatzbeiträge von Fotocasa Group S.L.U. (ehemals Adevinta Real Estate S.L.U.) und ihren Tochtergesellschaften im Geschäftsjahr 2026 (seit März 2026)
[4] Ohne Berücksichtigung der (konsolidierten) Beiträge von Fotocasa Group S.L.U. (ehemals Adevinta Real Estate S.L.U.) und ihren Tochtergesellschaften im Geschäftsjahr 2026 (seit März 2026)

Impressum

Investor Relations
Filip Lindvall
Vice President Strategy & Investor Relations
E-Mail: **ir@scout24.com**

Scout24 SE
Invalidenstr. 65
10557 Berlin
Deutschland
E-Mail: **info@scout24.com**
www.scout24.com