

Zusammengefasster Lagebericht des Scout24-Konzerns und der Scout24 AG

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 eine 100-prozentige Tochtergesellschaft der Asa NewCo GmbH („Asa NewCo“, jetzt: Scout24 AG, München). Als Folge dieser Veränderungen hat die Asa NewCo ein Rumpfgeschäftsjahr vom 8. November 2013 bis zum 31. März 2014. Das folgende Geschäftsjahr umfasst den Zeitraum vom 1. April 2014 bis zum 31. Dezember 2014. Die Vergleichszahlen des Konzernabschlusses der Scout24 AG für das Geschäftsjahr 2015 umfassen daher den Neun-Monatszeitraum vom 01. April 2014 bis zum 31. Dezember 2014, was eine direkte Vergleichbarkeit der Abschlüsse einschränkt.

Um vor dem Hintergrund der komplexen Finanzhistorie einen sinnvollen Jahresvergleich unter Berücksichtigung der Geschäftsentwicklung und Lage der Scout24 zu gewährleisten, beziehen sich Teile des Berichts auf den Zeitraum vom 01. Januar 2014 bis 31. Dezember 2014. Diese Daten wurden als Summe der Finanzinformationen aus dem Konzernabschluss der Scout24-Holding für den Zeitraum vom 01. Januar 2014 bis 31. März 2014 sowie der Finanzinformationen aus dem Konzernabschluss der Asa NewCo für den Zeitraum vom 01. April bis 31. Dezember 2014 ermittelt. Eine Übersicht der Daten finden sich zusätzlich zum vorliegenden Geschäftsbericht unter „Scout24 Wesentliche Kennzahlen“ oder auf unserer Unternehmenswebseite unter Investor-Relations/Finanzpublikationen/Kennzahlenübersicht.

Die Finanzinformationen der Scout24-Holding und der Asa NewCo für das erste Kalenderquartal 2014 sind im Wesentlichen identisch mit Ausnahme von bestimmten transaktionsbedingten Kosten in Höhe von 15,0 Millionen Euro, die neben den operativen Kosten das EBITDA belasten, sowie operativen Kosten der Asa NewCo in Höhe von 0,9 Millionen Euro. Zusätzlich sind im Zeitraum vom 12. Februar 2014 bis 31. März 2014 Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte, die aus Kaufpreisallokationen entstanden sind, in Höhe von 6,3 Millionen Euro im Abschluss der Asa NewCo für den genannten Zeitraum verbucht worden, welche nicht dem EBITDA oder EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit zuzurechnen sind.

Diese Positionen sind im Abschluss der Scout24 Holding vom 01. Januar 2014 bis 31. März 2014 nicht enthalten. Das operative Geschäft wurde jedoch auch in diesem Zeitraum durch die Scout24 Holding geführt, so dass die gewählte Darstellung aus Sicht des Vorstandes insbesondere für die Geschäftsbereiche ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild vermittelt.

Die Kapitel „2.2. Geschäftsentwicklung Konzern“ sowie „2.3. Entwicklung der Geschäftsbereiche“ fokussieren daher auf einen Vergleich der summierten Finanzinformationen des Jahres 2014 („Gesamtjahr 2014“) mit dem Geschäftsjahr 2015. Die Darstellung der Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage und ihrer Entwicklung im Kapitel 2.4 erfolgt anhand des Konzernabschlusses und somit auf Basis des Vergleichszeitraums 01. April 2014 bis 31. Dezember 2014.

Der Konzern-Lagebericht sollte im Kontext mit dem Konzern-Abschluss und den erläuternden Angaben 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.

1. Grundlagen des Konzerns

1.1. Geschäftstätigkeit und Geschäftsfelder

Der Scout24-Konzern (nachfolgend auch "Scout24" oder „Scout24-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, zum Beispiel 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 Instrumente 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 auf die Bedürfnisse unserer Zielgruppen abgestimmt, ob sie nach Immobilien oder Automobilen suchen, diese anbieten oder auf unseren Plattformen werben. Infolgedessen generieren wir Umsatz sowohl mit Kleinanzeigen als auch weiteren Dienstleistungen, wie zusätzlichen Hilfsmitteln für Makler, Werbung, Generierung von Leads sowie Produkten entlang der Wertschöpfungskette. Im Bereich der Anzeigenprodukte bieten wir unseren Kunden drei verschiedene Modelle: ein Mitgliedschaftsmodell, ein Paketmodell sowie ein nutzungsbasiertes Modell (sogenanntes „Pay-Per-Ad“-Modell).

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

ImmobilienScout24

IS24 ist ein digitaler Marktplatz, der 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,

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

IS24 ist das marktführende Immobilienanzeigenportal in Deutschland, gemessen an der Anzahl der Immobilieninserate und 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 häufigsten 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 Automobilhersteller (Original Equipment Manufacturer, sogenannte „OEM“).

AS24 ist ein führender digitaler Automobilmarktplatz in Europa (Managementeinschätzung, basierend auf der Anzahl der Inserate und der UMGs), 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 zehn 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 87 % (gestützt) bzw. 50 % (ungestützt).⁵ In Italien hat AS24 eine Markenbekanntheit in der relevanten Zielgruppe von 56 % (gestützt) und 32 % (ungestützt), in Belgien von 61 % (gestützt) und 49 % (ungestützt), sowie in den Niederlanden von 69 % (gestützt) und 30 % (ungestützt), jeweils in der relevanten Zielgruppe.⁶

Corporate

Corporate bildet ein weiteres Geschäftsfeld, welches die operativen Geschäftsfelder IS24 und AS24 unterstützt. Der Bereich 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 zwei operativen Segmenten sowie Corporate.

Weitere Geschäftsfelder

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

↘ 1 Basierend auf Besucherzahlen (Unique Monthly Visitors, „UMV“) und Nutzeraktivität, comScore Dezember 2015 (Desktop PC für Besucherzahlen, Desktop PC und mobile Endgeräte hinsichtlich Nutzeraktivität)
↘ 2 GfK Brand & Communication Research, September 2015
↘ 3 www.google.de/trends/topcharts
↘ 4 Autobiz, Dezember 2015
↘ 5 Norstat, Dezember 2015
↘ 6 Vocatus, 2014

1.2. Konzernstruktur

Rechtsform und Namenswechsel

Im dritten Quartal des Geschäftsjahres 2015 wurden die wesentlichen Vorbereitungen für den am 1. Oktober 2015 durchgeführten Börsengang getroffen. Mit Gesellschafterbeschluss vom 4. September 2015 und Wirkung zum 10. September 2015 wurde die Asa NewCo GmbH in eine Aktiengesellschaft umgewandelt. Zeitgleich wurde die Gesellschaft umbenannt von Asa NewCo GmbH in Scout24 AG.

Konzernstruktur

Im Berichtszeitraum fanden folgende Veränderungen in der organisatorischen Konzernstruktur statt:

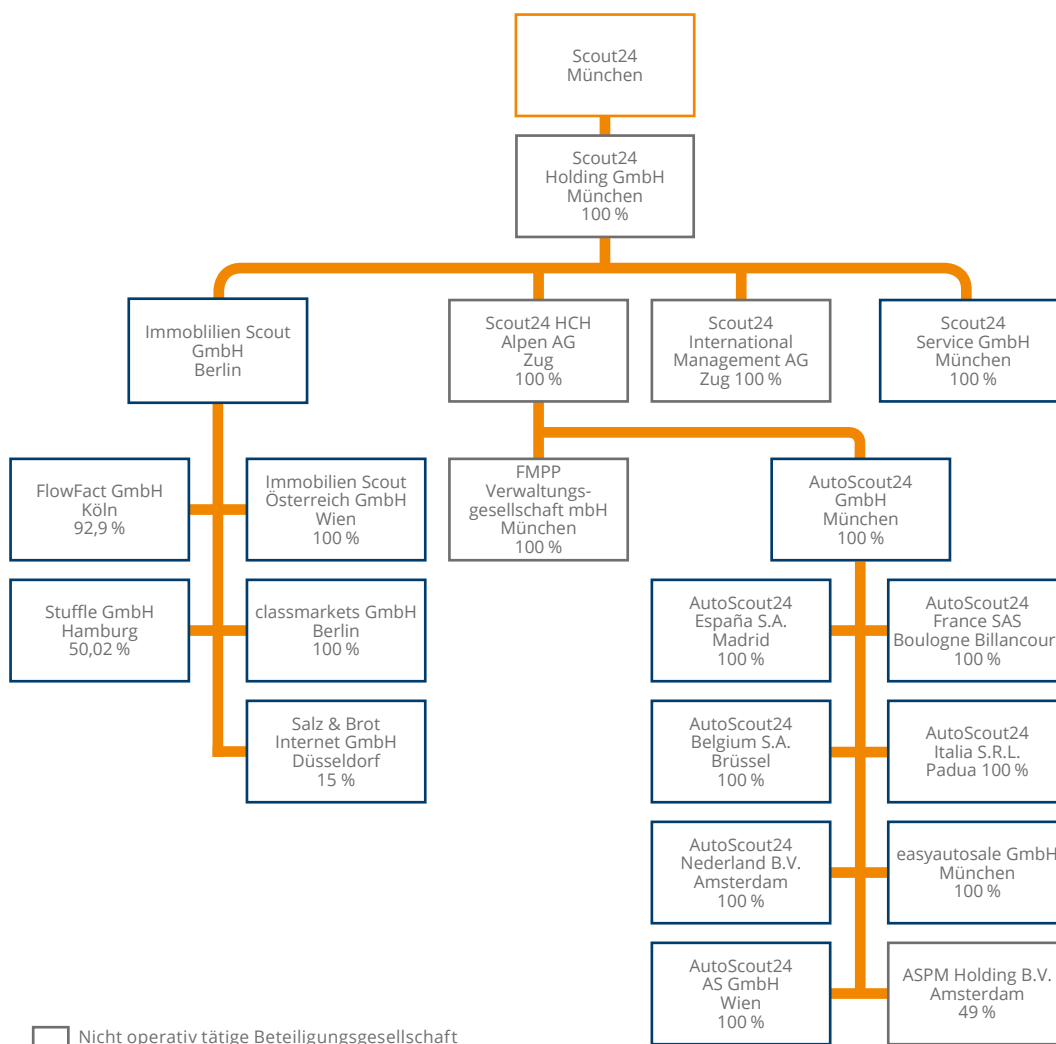
Am 16. April 2015 hat die AutoScout24 GmbH, München, 100 % der Eigenkapitalanteile an der easyautosale GmbH, München (nachfolgend „easyautosale“) erworben.

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.

Zur Verschlinkung der Konzernstruktur erfolgte im Laufe des August 2015 die Verschmelzung der 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 sowie die Verschmelzung der FS FlowFact GmbH, Köln auf die FlowFact GmbH, Köln. Die Verschmelzungen erfolgten zu Buchwerten.

Die nachfolgende Darstellung gibt (in vereinfachter Form) einen Überblick der direkten und indirekten Beteiligungen der Scout24 AG zum 31.12.2015:



Ergänzende
Lageberichterstattung
Scout24 AG
↘ Seite 90

Leitung und Kontrolle

Die Scout24 AG wird als Management-Holding geführt. Die Scout24 AG hält zum Bilanzstichtag mittelbar Beteiligungen an 16 operativ tätigen Tochterunternehmen, die im Konzernabschluss voll konsolidiert werden, sowie an zwei at equity konsolidierten Unternehmen.

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



Vergütungsbericht
↳ Seite 180

Die Vergütung von Vorstand und Aufsichtsrat sowie Anreiz- und Bonussysteme werden im Vergütungsbericht des Konzernanhangs (als Teil des Kapitel 6.5.5) erläutert. Der Vergütungsbericht ist gleichzeitig Bestandteil des zusammengefassten Lageberichts.

Übernahmerelevante Angaben gem. § 289 Abs. 4, § 315 Abs. 4 HGB sowie eine ergänzende Lageberichterstattung zum Einzelabschluss der Scout24 AG werden als integrale Bestandteile des zusammengefassten Lageberichts in den Kapiteln 6.2 und 7. dargestellt.

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

Börsengang

Seit dem 01. Oktober 2015 werden die Aktien der Scout24 AG im Prime Standard der Frankfurter Wertpapierbörse gehandelt. Seit dem 21. Dezember 2015 ist die Scout24 AG im SDAX notiert. Weitere Details zum Börsengang und zur Entwicklung der Aktie sind zusätzlich im Kapitel Investor Relations zu finden, die Entwicklung der Aktie ist weiterhin jederzeit aktuell abrufbar auf unserer Unternehmenswebseite im Bereich Investor Relations/Aktie.



Die Scout24-Aktie
↳ Seite 39

1.3. Strategie

Unsere Anzeigenumsatzerlöse sind nicht unmittelbar von der Anzahl der durchgeführten Immobilientransaktionen oder Autoverkäufe abhängig, sondern von Anzahl und Dauer der Anzeigen unserer Kunden („Listings“) und somit insbesondere von den Online-Werbeausgaben gewerblicher Immobilienanbieter sowie Autohändler. Für Scout24 ist es entscheidend, seine führende Marktposition bei Besucherzahlen („Traffic“) und Nutzeraktivität zu erhalten bzw. auszubauen, um für Anzeigenkunden attraktiv zu bleiben. Ein hoher Bestand an Anzeigen und eine große Nutzeranzahl verstärken sich gegenseitig, da Anbieter und Nutzer dazu neigen, den Marktplatz zu bevorzugen, der den liquidesten Markt bietet und somit am effizientesten ist. Dementsprechend werden wir immer danach streben, neue Funktionalitäten auf unseren Webseiten einzuführen, um die jeweils beste Nutzererfahrung zu bieten. 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 auch 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. Unser Fokus liegt auf nachhaltigem und profitabilem Wachstum sowie der nachhaltigen Steigerung unseres Unternehmenswertes.

In diesem Zusammenhang konzentrieren wir unsere Akquisitionsstrategie auf kleinere Zukäufe entlang der Wertschöpfungskette, die unsere Marktposition stärken, uns weiteren Zugriff auf benachbarte Umsatzquellen 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, zum Beispiel bei einer nutzerorientierten Produktentwicklung, einer innovationsgetriebenen IT, einer effizienten Markenwerbung, einem leistungsstarken Vertrieb und einzigartigen Möglichkeiten der Datennutzung, welche zu höherer Effizienz führen.

Der Zielwert für unseren Verschuldungsgrad (Verhältnis von EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit zu Nettoverschuldung gemäß Definition des bestehenden Konsortialkreditvertrags) liegt bei 2,50:1. Wir planen keine Ausschüttung einer Dividende, bevor wir dieses Ziel erreicht haben. Sobald die Voraussetzungen erfüllt sind, werden wir unter Berücksichtigung unserer Profitabilität, der Cashflows und der geplanten Investitionen eine angemessene Beteiligung der Aktionäre in Form einer Dividende oder auf andere Weise prüfen.

1.4. Steuerungssystem

Entlang unserer Strategie haben wir unser internes Steuerungssystem ausgerichtet und entsprechende Leistungsindikatoren definiert. Wir unterscheiden finanzielle und nicht finanzielle Leistungsindikatoren, mit denen wir den Erfolg in der Umsetzung unserer Strategie messbar machen. Gegenüber dem Vorjahr wird der nicht finanzielle Leistungsindikator „Markenbekanntheit“ nicht mehr zur Steuerung herangezogen.

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

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

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

Steuerungsgrößen

Gemäß unserem Fokus auf nachhaltiges und profitables Wachstum sowie der nachhaltigen Steigerung unseres Unternehmenswertes, sind Umsatz, EBITDA⁷ sowie EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit⁸ unsere wichtigsten finanziellen Ziel- und Steuerungsgrößen auf Konzern- und Segmentebene.

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

↘ 7 EBITDA ist definiert als Gewinn (basierend auf dem Gesamtumsatz) vor Finanzergebnis, Ertragssteuern, Abschreibungen, Wertminderung und dem Ergebnis aus dem Verkauf von Tochtergesellschaften.

↘ 8 EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit entspricht dem EBITDA bereinigt um nicht-operative und Sondereffekte.

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

ImmobilienScout24

- Die **Anzahl Listings** stellt den Bestand aller Immobilienanzeigen zu einem bestimmten Stichtag (i.d.R. Monatsende) auf der entsprechenden Website dar.
- **UMV (Unique Monthly Visitors)** bezieht sich auf die monatlichen Einzelbesucher, die die Webseite über Desktop-PC, mobile Endgeräte oder Apps (Multiplattform) besuchen, unabhängig davon, wie oft sie das Portal in diesem Monat besuchen und (bei den Multiplattform-Kennzahlen) unabhängig davon, wie viele verschiedene Zugänge (Desktop und Mobil) sie nutzen.⁹
- **Umsatzerlöse von Kernmaklern** bestehen aus Umsatzerlösen, die durch Bestellungen von Mitgliedschaften von IS24-Kernmaklern im Rahmen unseres Mitgliedschaftsmodells erzielt werden, einschließlich aller Dienstleistungen, die im Rahmen dieser Verträge angeboten werden. Umsatzerlöse von Kernmaklern beinhalten auch Bestellungen von Anzeigendienstleistungen im Rahmen des paketbasierten Preismodells und aller anderen Dienstleistungen, die im Rahmen dieser Verträge für diejenigen Kernmakler angeboten werden, die noch nicht ins Mitgliedschaftsmodell gewechselt sind.
- **Umsatzerlöse von anderen Maklern** bestehen aus Umsatzerlösen, die von gewerblichen Immobilienhändlern erzielt werden, die nicht unsere Kernmakler sind und beinhalten IS24-Werbekampagnen, unseren gewerblichen Immobilienmarktplatz, Pay-per-Ad-Umsatzerlöse, Umsatzerlöse durch FlowFact (unsere CRM-Software für gewerbliche Immobilienhändler) und weitere nicht-anzeigenbezogene Umsatzerlöse.
- **Sonstige Umsatzerlöse** bestehen aus Umsatzerlösen, die durch private Anzeigen oder mit Dienstleistungen für Konsumenten erzielt werden (einschließlich Bonitätsprüfung und Bewertungsdienstleistungen), Umsatzerlösen aus der Generierung von Leads an Umzugs-, Finanz- und Baufinanzierungsdienstleister, sowie Umsatzerlösen aus dem Verkauf von Werbung, die nicht direkt mit dem Immobiliengeschäft zusammenhängt und anderen verschiedenen Umsatzerlösen.
- Die **Anzahl Kernmakler** definieren wir als gewerbliche Immobilienhändler, welche zum Ende des entsprechenden Zeitraums einen Paket- oder einen gebündelten Vertrag mit uns haben.
- Der **ARPU von Kernmaklern** in Euro pro Zeitraum wird berechnet, indem die Umsatzerlöse, erzielt mit unseren Kernmaklern im jeweiligen Zeitraum, durch die durchschnittliche Anzahl an Kernmaklern am Beginn und am Ende des Zeitraums und weiter durch die Anzahl der Monate im jeweiligen Zeitraum geteilt wird.

⁹ Datenquelle: comScore

Autoscout24:

- **Anzahl Listings** des jeweiligen Landes stellt den Bestand an neuen und gebrauchten Automobilen sowie Kleintransportern zu einem bestimmten Stichtag (i.d.R. Monatsmitte) auf der jeweiligen Website dar.¹⁰
- **UMV (Unique Monthly Visitors)** bezieht sich auf die monatlichen Einzelbesucher, die die Webseite über Desktop-PC, mobile Endgeräte oder Apps (Multiplattform) besuchen, unabhängig davon, wie oft sie das Portal in diesem Monat besuchen und (bei den Multiplattform-Kennzahlen) unabhängig davon, wie viele verschiedene Zugänge (Desktop und Mobil) sie nutzen. Die UMV für Benelux/Italien beinhalten die Gesamtzahl der UMVs für Belgien, die Niederlande, Luxemburg und Italien.¹¹
- **Umsatzerlöse von Kernhändlern** bestehen aus Umsatzerlösen, die von AS24-Kernhändlern erzielt werden, die Anzeigendienstleistungen im Rahmen unseres paketbasierten Anzeigenmodells erwerben und alle anderen hiermit verbundenen Produkte, die von solchen Händlern erworben werden.
- **Umsatzerlöse von anderen Händlern** bestehen aus Umsatzerlösen, die von Händlern erzielt werden, die auf dem AS24-Nutzfahrzeugmarkt tätig sind, von Händlern aus Spanien, Österreich und Frankreich, Umsatzerlösen über das Werkstattportal und für andere Dienstleistungen für Händler wie z.B. Plattformschnittstellen. Zudem sind Umsatzerlöse von easyautosale enthalten.
- **Sonstige Umsatzerlöse** bestehen aus Umsatzerlösen aus privaten Anzeigen, sowie aus Werbeverkäufen (insbesondere von OEMs).
- Die **Anzahl der Kernhändler** definieren wir als alle gewerblichen Fahrzeug- und Motorradhändler, die am Ende des entsprechenden Zeitraums entweder einen Paket- oder einen gebündelten Vertrag haben, um ihre Fahrzeug- oder Motorradanzeigen auf unserer Plattform zu bewerben.
- Der **ARPU von Kernhändlern** in Euro pro Zeitraum wird berechnet, indem die Umsatzerlöse, erzielt mit unseren Kernhändlern im jeweiligen Zeitraum, durch die durchschnittliche Anzahl an Kernhändlern am Beginn und am Ende des Zeitraums und weiter durch die Anzahl der Monate im jeweiligen Zeitraum geteilt wird.

1.5. Forschung und Entwicklung

Basierend auf dem OneScout24-Ansatz ist unsere Produktentwicklung dezentral in den Segmenten IS24 bzw. AS24 aufgestellt, agiert aber nach gleichen Prinzipien. Im Geschäftsjahr 2015 wurde zudem damit begonnen, die AS24-Plattform auf eine gemeinsame Plattform mit der IS24 zu migrieren. Ein Teil dieses Projektes konnte in 2015 bereits abgeschlossen werden.

Wir folgen dem Ansatz der agilen Produktentwicklung mit iterativem Vorgehen und einem Prozess der kontinuierlichen Verbesserung. Dies wird unterstützt durch automatisierte Test- und Lieferprozesse, die es ermöglichen, die entwickelten Produkte, Erweiterungen

10 Datenquelle: autobiz

11 Datenquelle: comScore

oder Fehlerkorrekturen mit geringem Risiko und niedrigem manuellem Aufwand verfügbar zu machen. Interdisziplinäre Teams mit Fokus auf den Bedürfnissen der unterschiedlichen Kundengruppen bzw. den Nutzern ermöglichen mehr Freiheiten, Eigeninitiative und -verantwortung in der Produktentwicklung.

Groß geworden als klassisches Desktop-Internet-Unternehmen, kommen aufgrund einer konsequenten Mobile-First-Strategie, getrieben durch die Produktentwicklung, heute schon über 65 Prozent des gesamten Traffics der IS24 und AS24 über mobile Kanäle.¹² Der mobile Mensch sucht Immobilien und Autos zunehmend von unterwegs aus. Smartphones und Tablets ersetzen mehr und mehr den heimischen Desktop-PC. Zur Unterstützung und Verbesserung der Nutzererfahrungen auf allen relevanten digitalen Geräten liegt der Fokus der Produktentwicklung auf nativen Applikationen für Smartphones sowie responsiven Designs für alle weiteren Geräte.

Wir sind bestrebt, ständig neue Produkte für die Bedürfnisse unserer privaten und gewerblichen Kunden zu entwickeln. So werden beispielsweise Anbieter während des Anzeigenerstellungsprozesses und bei der Präsentation ihrer Anzeigen bestmöglich mit Produkten und Services unterstützt. In 2015 wurde bei AS24 so unter anderem die Möglichkeit der Anzeigenerstellung über mobile Apps und der „Express-Verkauf“ eingeführt. IS24 entwickelte den Kontaktmanager, welcher privaten Vermietern und Verkäufern die einfache Verwaltung erhaltener Kontaktanfragen ermöglicht. Die entwickelten Produkte werden regelmäßig Benutzer-Tests in hauseigenen UX („User Experience“) Research-Labs unterzogen, so dass auch diese Erfahrungswerte in die Produktoptimierung einfließen.

Die Entwicklungskosten werden als selbst erstellte immaterielle Vermögenswerte aktiviert, Forschungskosten bestehen nur in unwesentlicher Höhe und werden in der Gewinn- und Verlustrechnung ausgewiesen. In 2015 wurden 10,6 Millionen Euro (Vorjahr 4,9 Millionen Euro) Entwicklungskosten aktiviert. Der Anstieg der Entwicklungskosten zum Vorjahr begründet sich zum einen durch die technische Erneuerung der AS24-Plattform, sowie die gruppenweite Harmonisierung der Aktivierung von Software-Entwicklungskosten und somit die erstmalige Aktivierung von Entwicklungskosten für selbsterstellte Software im Segment IS24 seit Mitte des Jahres 2014 (in einer Gesamthöhe von 8,1 Millionen Euro in 2015 im Vergleich zu 3,1 Millionen Euro im Jahr 2014).

Die Abschreibungen für selbsterstellte immaterielle Vermögenswerte beliefen sich im Jahr 2015 auf 0,6 Millionen Euro, im Neun-Monatszeitraum vom 1. April 2014 bis zum 31. Dezember 2014 beliefen sie sich auf 0,2 Millionen Euro. Aufgrund des Eigentümerwechsels der Scout24-Gruppe zum 12. Februar 2014 sind sämtliche bis zu diesem Termin selbst erstellten immateriellen Vermögenswerte in das Anlagevermögen der Scout24 AG übergegangen, wurden in der Kaufpreisallokation entsprechend bewertet und sind somit im Rahmen der Abschreibungen auf Vermögenswerte, die aus Kaufpreisallokationen entstanden sind, ausgewiesen.

1.6. Corporate Social Responsibility

Es ist unser Anspruch, unsere technologischen und fachlichen Kompetenzen bestmöglich zu nutzen, um so Online-Marktplätze zu betreiben, die State-of-the-Art sind. So ermöglichen

¹² Schätzungen des Managements, basierend auf der Summe der Besucher der IS24 und AS24 Plattformen (nicht dedupliziert) über mobile Endgeräte, mobil-optimierte Webseite und Applikationen im Verhältnis zu der Summe der gesamten Besucher, gemessen mit dem eigenen Traffic Monitor, Dezember 2015

wir unseren Nutzern, ihre Träume von Immobilien und Autos einfach, effizient und stressfrei zu verwirklichen – das ist der Schlüssel zu unserem nachhaltigen Erfolg.

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

Wir engagieren uns für unsere Kunden und Nutzer

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

Wir behandeln Daten absolut vertraulich und kommunizieren professionell

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

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

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

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

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

2. Wirtschaftsbericht – Geschäftsverlauf und Lage des Konzerns

2.1. 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 ist mit 85 % Umsatzanteil im Geschäftsjahr 2015 der Hauptmarkt von Scout24.

Deutschland ist mit einem Bruttoinlandsprodukt (BIP) von 3,0 Billionen Euro in 2015 die größte Volkswirtschaft in Europa. Die konjunkturelle Lage in Deutschland war im Jahr 2015 gekennzeichnet durch ein solides und stetiges Wirtschaftswachstum, mit einem Anstieg des realen Bruttoinlandsproduktes um 1,7 % gegenüber dem Vorjahr. Treibende Faktoren sind die günstige Arbeitsmarktlage (0,8 % bzw. 329.000 mehr Erwerbstätige im Vergleich zu 2014) sowie die Zuwächse in Konsumausgaben (+1,9 % in privaten Konsumausgaben und +2,8 % in staatlichen Konsumausgaben im Vergleich zum Vorjahr).¹³ Basierend auf einer erwarteten Erholung der Absatzmärkte außerhalb des Euro-Raums und dem sich noch etwas verstärkenden Wirtschaftswachstum im Euro-Raum wird sich dieser moderate Wachstumstrend auch in den Folgejahren fortsetzen, so prognostiziert die Deutsche Bundesbank eine Zunahme des realen Bruttoinlandsproduktes von 1,8 % in 2016 und 1,7 % in 2017.¹⁴

Gemäß der Vereinigung der drei führenden europäischen Wirtschaftsforschungsinstitute, Eurozone Economic Outlook, ist auch im Euroraum mit einer ähnlichen Entwicklung zu rechnen. Gemäß Veröffentlichung vom 12. Januar 2016 ist das reale Bruttoinlandsprodukt in 2015 um durchschnittlich 1,5 % gestiegen. Auch in der Eurozone ist die Konsumnachfrage der privaten Haushalte Haupttreiber der Entwicklung. Der verhaltene Aufschwung setzt sich auch hier in 2016 fort, mit einem prognostizierten Anstieg von jeweils 0,4 % des Bruttoinlandsproduktes im ersten und zweiten Quartal 2016.¹⁵

Neben diesem positiven gesamtwirtschaftlichen Umfeld wird unser Geschäftsmodell auch durch die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für Online-Marktplätze gestützt. Die Verbreitung des Internets in Deutschland und in Europa ist in den letzten zehn Jahren stark gestiegen. Die gleichzeitige Entwicklung einer Vielzahl digitaler Medien und E-Commerce Webseiten sowie mobiler Applikationen haben die Internetnutzung als einen festen Bestandteil im Leben der Konsumenten verankert. Insgesamt nutzten im ersten Quartal 2015 85 % der Bevölkerung in Deutschland das Internet für private Zwecke (2014: 83 %). 70 % der Nutzer gingen auch mobil ins Netz, dies ist ein Anstieg von 7 % gegenüber dem Vorjahr. 89 % nutzten das Internet zur Suche nach Informationen über Waren und Dienstleistungen.¹⁶ So informieren sich gemäß einer Studie im Auftrag der AS24 bereits 7 von 10 Interessenten für Neu- oder Gebrauchtwagen online vor dem Besuch eines Autohauses.¹⁷ In Europa hatten im Jahr 2015 83 % der Privathaushalte Zugang zum Internet, ein Anstieg um 2 Prozentpunkte im Vergleich zum Vorjahr.¹⁸

Dieser Trend beeinflusst zunehmend die Allokation von Marketingbudgets. In Deutschland ist der Anteil der Gesamtwerbenausgaben, die Werber in Zeitungswerbung investieren, von 39,7 % im Jahr 2005 auf 25,1 % im Jahr 2015 zurückgegangen und geht bis 2018 voraus-

¹³ Statistisches Bundesamt, Erste Jahresergebnisse vom 14. Januar 2016

¹⁴ Deutsche Bundesbank, Perspektiven der deutschen Wirtschaft, Monatsbericht, Dezember 2015

¹⁵ Eurozone economic outlook vom 12. Januar 2016

¹⁶ Statistisches Bundesamt, Private Haushalte in der Informationsgesellschaft – Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien, Erhebung 2014 und 2015

¹⁷ puls Marktforschung, November 2015

¹⁸ Eurostat, Internet-Zugangsdichte – Haushalte, Abruf vom 22.01.2016

sichtlich auf 21,6 % weiter zurück. Im Gegensatz dazu ist der Anteil an den Gesamtwerbeausgaben für Onlinewerbung von 4,9 % im Jahr 2005 auf 27,0 % im Jahr 2015 gestiegen. Die Ausgaben für Onlinewerbung lagen in 2015 bereits 15,4 % höher als die Ausgaben für TV-Werbung. Es wird erwartet, dass der Anteil der Ausgaben für Onlinewerbung weiter zunimmt und im Jahr 2018 31,9 % erreicht.¹⁹ Auch Automobilhändler investieren mehr in Onlinewerbung, in 2015 wurden 54,2 % der Gesamtwerbeausgaben für Onlinewerbung eingesetzt, in 2014 waren es nur 36,6 %. Obwohl sich der Online-Anteil in den letzten Jahren von 28,5 % im Jahr 2011 auf 54,2 % fast verdoppelt hat, rechnet über ein Drittel der Händler mit einem weiteren Anstieg in 2016.²⁰

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 zirka 585.000 Verkaufstransaktionen in 2015. Ausgehend von der kontinuierlich hohen Nachfrage, welche durch die positive wirtschaftliche Entwicklung, relativ hohe Arbeitsplatzsicherheit und günstige Zinsentwicklung gestärkt wird, rechnet GEWOS für 2015 mit einem Anstieg des Transaktionsvolumens im Wohnimmobilienmarkt von zirka 5,9 % gegenüber 2014. Auch für 2016 wird mit einem weiteren Anstieg der Transaktionszahlen gerechnet.

Deutschlands Immobilienmaklerstruktur²¹ ist mit zirka 33.900 Immobilienmaklern stark fragmentiert. Nach Einschätzungen von Scout24 findet eine Marktkonsolidierung statt, so dass trotz steigenden Transaktionsvolumens die Anzahl der am Markt aktiven Makler in 2015 um zirka 10 % geschrumpft ist, teilweise zurückzuführen auf das im Juni 2015 neu eingeführte sogenannte „Bestellerprinzip“ (definiert im Mietrechtsnovellierungsgesetz (MietNovG)), sowie dem Trend zur Professionalisierung gemäß bereits weiter entwickelter Immobilienmärkte folgend. Insbesondere kleinere Maklerunternehmen sind von diesen Entwicklungen betroffen, so dass Scout24 erstmalig seit zehn Jahren eine sinkende Anzahl an Maklerunternehmen in Deutschland beobachtet.

Entwicklung des europäischen Automobilmarktes

Deutschland stellt mit einer Gesamtanzahl von 44,4 Millionen PKWs in 2014²² und einem Gesamtumsatz in Höhe von 156 Milliarden Euro aus Verkäufen von neuen und gebrauchten PKWs²³ den größten europäischen Automobilmarkt dar. Laut Kraftfahrt-Bundesamt haben im Jahr 2015 zirka 7,3 Millionen Gebrauchtfahrzeuge den Besitzer gewechselt, dies sind zirka 3,7 % mehr als in 2014. Insgesamt wurden in 2015 zirka 3,2 Millionen Neufahrzeuge zugelassen, ein Anstieg von 5,6 % gegenüber dem Jahr 2014.²⁴ Der deutsche Automobilmarkt wird sich nach Ansicht des Zentralverbands Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe e.V. auch im kommenden Jahr stabil entwickeln. Für 2016 rechnet der Verband mit insgesamt 3,2 Millionen Pkw-Neuzulassungen sowie mit 7,3 bis 7,4 Millionen Pkw-Besitzumschreibungen.²⁵

Italien ist der zweitgrößte Automobilmarkt Europas (ausgenommen Russland) mit zirka 37,5 Millionen registrierten PKW.²⁶ Die Zahl der verkauften PKW in Italien ist im Vergleich

↘ 19 ZenithOptimedia, Advertising Expenditure Forecasts, Dezember 2015

↘ 20 puls Marktforschung, November 2015

↘ 21 OC&C, Schätzungen des Managements

↘ 22 Kraftfahrt-Bundesamt

↘ 23 DAT, 2015

↘ 24 Kraftfahrt-Bundesamt, Fahrzeugzulassungen im Dezember 2015, Januar 2016

↘ 25 Zentralverband Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe, Dezember 2015

↘ 26 OC&C, SMMT, Kraftfahrt-Bundesamt, CCFA, BCA Used Car Market Report 2014

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 durchschnittliche Anzahl der Online-Automobilanzeigen im Jahr 2014 um 8,2 % zurückgegangen. Der italienische Automobilmarkt hat sich jedoch im vergangenen Jahr erholt und die durchschnittliche Zahl der Online-Anzeigen ist wieder leicht um 1,5 % angestiegen.²⁷

Der Automobilmarkt in den Benelux-Staaten hat sich im Gegensatz zu Italien in den letzten zehn Jahren stabil entwickelt. Die durchschnittliche Anzahl der Online-Automobilanzeigen ist im Jahr 2015 gegenüber dem Vorjahr um 1,9 % gestiegen.²⁸

2.2. 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 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.

Um das Wachstum weiter voranzutreiben, haben wir unter anderem neugestaltete Werbeformate und Pakete eingeführt, sowie die Technologie der Werbeplattform auf den neuesten 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 2015 gegründet und unterstützt alle Aktivitäten im Werbeanzeigenverkauf, unabhängig davon auf welcher Plattform, IS24 oder AS24, die Werbung geschaltet wird. Weiterhin bündelt Scout24 Media alle Aktivitäten im Bereich der Dienstleistungen für unsere Nutzer. Diese Gruppenfunktion stärkt unsere Fähigkeit zur Generierung von Leads und unser Werbeanzeigengeschäft 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 mit sich gebracht hat. Die Zeichnungsfrist für die Scout24 Aktie lief vom 21. September bis 30. September 2015. Durch den Börsengang hat Scout24 nun direkten Zugang zum Kapitalmarkt sowie eine breitere Aktionärsbasis. Insgesamt wurden 34.152.556 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.

Die Kosten des Börsengangs belasteten mit 5,5 Millionen Euro und zusätzliche nicht-operative Kosten mit 17,1 Millionen Euro das EBITDA im Jahr 2015, das mit 166,9 Millionen Euro im

²⁷ Autobiz, Dezember 2015

²⁸ Autobiz, Dezember 2015

Vergleich zum EBITDA des Gesamtjahres 2014 um 79,6 Millionen Euro angestiegen ist. Die nicht-operativen Kosten im Geschäftsjahr 2015, welche nicht im Zusammenhang mit dem Börsengang stehen, setzen sich im Wesentlichen aus Kosten im Zusammenhang mit der im Jahr 2014 begonnenen Restrukturierung und Neuorganisation, sowie der Refinanzierung im April 2015 zusammen. Des Weiteren sind 3,6 Millionen Euro buchhalterischer Effekt im Zusammenhang mit anteilsbasierten Vergütungen enthalten. Das EBITDA im Jahr 2014 war durch nicht-operative Effekte im Zusammenhang mit der Restrukturierung und Neuorganisation, sowie Aufwendungen im Zusammenhang mit dem Eigentümerwechsel zu Jahresbeginn belastet.

Zeitgleich sind die Außenumsätze des Jahres 2015 aufgrund von Wachstum in beiden Segmenten, IS24 und AS24, um 14,0 % im Vergleich Gesamtjahr 2014 gestiegen.

Das Konzern-EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit verbesserte sich um 27,6 % auf 189,6 Millionen Euro, die Marge betrug 48,2 %; im Gesamtjahr 2014 betrug die Marge 43,0 %.

Die Investitionen im Jahr 2015 betrugen 19,3 Millionen Euro. Die Investitionen waren somit 5,1 Millionen Euro höher als im vergleichbaren Zeitraum 2014, hauptsächlich durch die Vereinheitlichung der IT-Landschaft bei AS24, sowie der erstmaligen Aktivierung von Software-Entwicklungskosten bei IS24 seit Mitte des Jahres 2014. Im Verhältnis zum Umsatz betrug das Investitionsvolumen 4,9 % gegenüber 4,1 % im vergleichbaren Vorjahreszeitraum.

Die Cash Contribution²⁹ stieg im Geschäftsjahr 2015 um 36,0 Millionen Euro gegenüber dem Vergleichszeitraum 2014. Die Cash Conversion Rate³⁰, bezogen auf das EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit, betrug 89,8 % gegenüber 90,4 % der Vergleichsperiode.

Zum 31. Dezember 2015 beliefen sich die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente auf 70,6 Millionen Euro (31. Dezember 2014: 21,4 Millionen Euro). Die Nettofinanzverbindlichkeiten³¹ beliefen sich auf 711,1 Millionen Euro, im Vergleich zu 624,2 Millionen Euro zum 31. Dezember 2014. Dies ist in erster Linie auf die Nettokreditaufnahme im Berichtszeitraum zurückzuführen (weitere Informationen unter 2.4.2. Finanzlage/Kapitalausstattung und Finanzierungsstruktur).

Mit den vorgelegten Zahlen hat Scout24 die später im Neun-Monats-Bericht 2015 nach oben angepasste Prognose aus dem Lagebericht 2014 voll übertroffen. Der Umsatz lag mit 393,6 Millionen Euro dann genauso im Rahmen der Erwartungen (rund 390 Millionen Euro) wie die EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit mit 48,2 % (47,5 % - 49,0 %). Die nicht-operativen Kosten beliefen sich auf insgesamt 22,6 Millionen Euro und lagen damit ebenfalls in der avisierten Größenordnung (rund 22 Millionen Euro). Gleiches gilt für die Investitionen in einer Gesamthöhe von 19,3 Millionen Euro (rund 20 Millionen Euro).

2.3. Entwicklung der Geschäftsbereiche

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

²⁹ Cash contribution ist definiert als EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit vermindert um Investitionen

³⁰ Cash conversion rate ist definiert als (EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit - Investitionen) / EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit.

³¹ Nettofinanzverbindlichkeiten sind definiert als Summe des Nominalwerts der verzinslichen Verbindlichkeiten vermindert um liquide Mittel.

Wesentliche Leistungsindikatoren

(in Millionen EUR, sofern nichts anderes angegeben)

	2015	2014	+/-	2015	2014	2014	2014	+/-
	Drei-Monats-zeitraum zum 31.12.15	Drei-Monats-zeitraum zum 31.12.14	in %	Zwölf-Monats-zeitraum zum 31.12.15	Drei-Monats-zeitraum zum 31.03.14	Neun-Monats-zeitraum zum 31.12.14	Zwölf-Monats-zeitraum zum 31.12.14	in %
Umsatzerlöse von Kernmaklern (Deutschland)	38,7	34,5	12,3 %	149,6	32,3	101,0	133,3	12,3 %
Umsatzerlöse von sonstigen Maklern	8,3	7,7	8,6 %	33,7	5,5	19,1	24,6	37,0 %
Sonstige Umsatzerlöse	22,7	19,2	18,5 %	83,5	17,8	55,8	73,6	13,4 %
Außenumsätze gesamt	69,8	61,3	13,8 %	266,7	55,7	175,8	231,4	15,3 %
EBITDA	35,8	29,5	21,3 %	147,9	29,9	89,6	119,5	23,8 %
EBITDA der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	40,0	34,7	15,2 %	159,2	30,3	99,0	129,3	23,1 %
EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit (in %)	57,3 %	56,6 %	1,2 %	59,7 %	54,5 %	56,3 %	55,9 %	6,8 %
Investitionen	2,2	3,9	(41,8 %)	9,8	0,6	6,7	7,3	33,9 %
Kernmakler (zum Periodenende, in Zahlen)	19.355	22.092	(12,4 %)	19.355	21.104	22.092	22.092	(12,4 %)
Kernmakler (Periodendurchschnitt, in Zahlen)	19.698	22.049	(10,7 %)	20.724	21.200	21.598	21.694	(4,5 %)
Kernmakler ARPU (EUR/Monat)	655	521	25,7 %	602	508	519	512	17,5 %
UMV (nur Desktop, in Zahlen und Millionen)	7,2	7,7	(5,9 %)	7,7	8,0	8,2	7,7	(0,1 %)
UMV (Multiplattform, in Zahlen und Millionen)	11,7	n/a	n/a	11,9	n/a	n/a	n/a	n/a

Die Außenumsätze im Segment IS24 sind weiterhin auf Wachstumskurs, im Berichtszeitraum sind sie um 15,3 % im Vergleich zum Gesamtjahr 2014 gestiegen. Dieser Anstieg ist auf höhere Umsätze mit Kernmaklern zurückzuführen, welche von der Einführung des Mitgliedschaftsmodells im Oktober 2014 profitieren, sowie auf wachsende Umsätze im Bereich der Konsumentendienstleistungen. Bis Ende Dezember 2015 haben von den rund 90 % unserer Kernmakler, denen wir das Mitgliedschaftsmodell im Jahr 2015 angeboten haben, bereits 76,4 % gewechselt. Der Kernmakler-ARPU (durchschnittlicher Erlös pro Makler) im Geschäftsjahr 2015 erhöhte sich entsprechend auf 602 Euro (+17,5 % im Vergleich zur Vorjahresperiode). Die durchschnittliche Anzahl an Kernmaklern verringerte sich um 970 auf 20.724, bedingt durch den Wechsel zu anderen Anbietern, den Wechsel von kleineren Maklern zu unserem Pay-Per-Ad-Modell oder Geschäftsaufgaben der Makler. Letztere sind unter anderem auf Gesetzesänderungen in Deutschland zurückzuführen, wonach nun der Immobilieneigentümer in seiner Eigenschaft als Vermieter die Kosten des von ihm beauftragten Maklers tragen muss, das sogenannte „Bestellerprinzip“. Im gleichen Zeitraum ist die Gesamtzahl an Anzeigen auf der IS24 Plattform weitgehend stabil geblieben (zirka 503 Tausend Anzeigen zum Dezember 2014 im Vergleich zu zirka 504 Tausend Anzeigen im Dezember 2015).³²

³² Schätzungen des Managements

Der Anstieg der Umsatzerlöse von sonstigen Maklern ist im Wesentlichen auf die Umsätze der FlowFact Gruppe, Köln („FlowFact“) in Höhe von 12,0 Millionen Euro zurückzuführen, welche seit November 2014 konsolidiert wird (Umsatzerlöse in 2014: 1,9 Millionen Euro). Immobilien.net („Immobilien.net“, das ehemals durch die ERESNET GmbH, Wien, betrieben wurde) in Österreich wird seit Juni 2014 konsolidiert und trug im Jahr 2014 2,0 Million Euro zum Umsatz bei. Das Geschäft der Immobilien.net wurde mit dem existierenden Geschäft der IS24 Österreich Anfang 2015 verschmolzen.

Der Anstieg der sonstigen Umsatzerlöse ist im Wesentlichen auf einen Anstieg der Umsatzerlöse mit Dienstleistungen für Konsumenten, wie Bonitätscheck, Umzugsdienstleistungen und Baufinanzierungsprodukte zurückzuführen. Darüber hinaus beinhalten die sonstigen Umsatzerlöse 0,5 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 die 1,4fache Anzahl an Anzeigen ausweist im Vergleich zum größten Wettbewerber (Stand Dezember 2015)³³. Durch dieses umfangreichere Angebot konnte IS24 auch seine führende Position bei Besucherzahlen („Traffic“) und Nutzeraktivität steigern, mit 370 Millionen Minuten verbrachter Zeit auf der Plattform (Desktop-PC und mobile Endgeräte, 3,1mal mehr im Vergleich zum engsten Wettbewerber).³⁴ Die Gesamtbesucherzahl ist im Dezember 2015 um 13,5 % auf 64 Millionen Seitenbesucher der IS24 gestiegen (im Vergleich zu 56 Millionen Besuchern im Dezember 2014), wohingegen, unterstützt durch unseren „mobile-first“ Ansatz, die Besucherzahlen über mobile Endgeräte um 26,7 % angestiegen sind.³⁵ Die Besuche via mobile Endgeräte machen zwischenzeitlich 68,5 % der Gesamtbesucherzahlen aus (61,4 % im Dezember 2014). Die im Dezember 2015 im Vergleich zum September 2015 insgesamt gesunkenen Besucherzahlen spiegeln die normale Saisonalität wider und lassen sich in den Vorjahren ebenso verfolgen.

Vor dem Hintergrund der positiven Umsatzentwicklung erhöhte sich das EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit des Geschäftsjahres 2015 im Vergleich zur Vorjahresperiode um 23,1 % auf 159,2 Millionen Euro.

Durch Effizienzsteigerungen, den vollen Effekt des Kostenoptimierungsprogrammes und die erstmalige Aktivierung von Entwicklungskosten (8,1 Millionen Euro im Geschäftsjahr 2015 im Vergleich zu 3,1 Millionen Euro im Gesamtjahr 2014), stieg die EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit auf 59,7 % im Vergleich zu 55,9 % zum Gesamtjahr 2014.

Die Investitionen in der Berichtsperiode betragen 9,8 Millionen Euro im Vergleich zu 7,3 Millionen Euro im Vergleichszeitraum 2014. Wesentlicher Grund für den Anstieg war die Aktivierung von Entwicklungskosten, teilweise kompensiert durch Investitionen in Rechenzentren in 2014, welche in 2015 nicht erfolgt sind.

33 Schätzungen des Managements

34 ComScore, Dezember 2015

35 Schätzungen des Managements, basierend auf Besuchern der IS24 Plattform über mobile Endgeräte, mobil-optimierte Webseite und IS24-Applikationen im Verhältnis zu Gesamtbesuchern, gemessen mit dem eigenen Traffic Monitor.

AutoScout24

Wesentliche Leistungsindikatoren

Wesentliche Leistungsindikatoren (in Millionen EUR, sofern nichts anderes angegeben)	2015	2014	+/-	2015	2014	2014	2014	+/-
	Drei- Monats- zeitraum zum 31.12.15	Drei- Monats- zeitraum zum 31.12.14	in %	Zwölf- Monats- zeitraum zum 31.12.15	Drei- Monats- zeitraum zum 31.03.14	Neun- Monats- zeitraum zum 31.12.14	Zwölf- Monats- zeitraum zum 31.12.14	in %
Umsatzerlöse von Kernhändlern (Deutschland)	12,1	9,2	31,3 %	43,3	8,3	27,5	35,8	20,9 %
Umsatzerlöse von Kernhändlern (Benelux/Italien)	9,6	8,2	17,3 %	36,0	7,3	23,9	31,3	15,1 %
Umsatzerlöse von sonstigen Händlern	3,1	2,7	13,6 %	11,6	2,7	8,3	11,0	5,7 %
Sonstige Umsatzerlöse	8,7	9,4	-7,4 %	30,0	6,3	22,6	28,9	3,8 %
Außenumsätze gesamt	33,4	29,5	13,0 %	120,7	24,6	82,3	106,9	13,0 %
EBITDA	8,1	4,6	74,2 %	39,7	5,0	14,0	19,0	109,1 %
EBITDA der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	8,9	7,3	21,9 %	43,8	5,1	26,0	31,1	40,9 %
EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit (in %)	26,7 %	24,8 %	7,8 %	36,2 %	20,8 %	31,6 %	29,1 %	24,7 %
Investitionen	3,1	3,6	-14,1 %	9,0	1,4	5,1	6,5	37,7 %
Deutschland			0,0 %					
Kernhändler (zum Periodenende, in Zahlen)	22.298	19.774	12,8 %	22.298	17.947	19.774	19.774	12,8 %
Kernhändler (Periodendurchschnitt, in Zahlen)	22.137	19.373	14,3 %	21.036	17.840	18.861	18.754	12,2 %
Kernhändler ARPU (EUR/Monat)	182,4	158,8	14,9 %	171,5	155,3	162,0	159,1	7,8 %
UMV* (nur Desktop, in Zahlen und Millionen)	4,2	4,6	(9,6 %)	4,5	5,1	4,8	4,9	(8,2 %)
UMV* (Multiplattform, in Zahlen und Millionen)	6,5	n/a	n/a	6,5	n/a	n/a	n/a	n/a
Benelux/Italien								
Kernhändler (zum Periodenende, in Zahlen)	17.447	16.395	6,4 %	17.447	15.905	16.396	16.396	6,4 %
Kernhändler (Periodendurchschnitt, in Zahlen)	17.363	16.285	6,6 %	16.922	15.861	16.151	16.106	5,1 %
Kernhändler ARPU (EUR/Monat)	183,7	167,0	10,0 %	177,2	154,0	164,6	161,7	9,5 %
UMV (nur Desktop, in Zahlen und Millionen)	2,9	3,0	-5,0 %	3,1	3,4	3,0	3,1	2,2 %

Auch die Außenumsätze im Segment AS24 zeigen weiterhin einen starken Wachstumskurs mit einem Anstieg von 13,0 % im Geschäftsjahr 2015 gegenüber dem Gesamtjahr 2014. Die Anzahl der Kernhändler in Deutschland ist zum 31. Dezember 2015 um 12,8 % auf 22.298 angestiegen und der ARPU (durchschnittlicher Erlös pro Kernhändler) stieg um 7,8 % auf 171 Euro im Vergleich zum Gesamtjahr 2014. Auf Basis der Einführung der „MIA“-Produkte in Benelux und Italien stieg der ARPU um 9,5 % auf 177 Euro einhergehend mit einem Anstieg der Anzahl der Kernhändler um 6,4 %. Die easyautosale GmbH, München („easyautosale“), welche AS24 im April 2015 erworben hat, trug im Jahr 2015 Umsatz in Höhe von 1,4 Million Euro 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 1.206 Tausend im Dezember 2015 (im Vergleich zu 1.063 Tausend im Dezember 2014) erreicht. Somit konnte der Abstand bezogen auf die Gesamtzahl der Anzeigen zum Marktführer in Deutschland fast geschlossen werden, mit nun 0,98-fach so vielen Anzeigen im Dezember 2015 (im Vergleich zu Dezember 2014 0,86-fach). Des Weiteren konnte AS24 seine Marktführerschaft basierend auf Anzahl der Anzeigen in Belgien (inklusive Luxemburg), Niederlande und Italien weiter ausbauen.³⁶ Durch verbesserte Funktionalität für mobile Endgeräte stieg der Anteil der Besuche über mobile Endgeräte zu Gesamtbesuchen in Deutschland auf 55,4 % im Dezember 2015. Im Dezember 2014 betrugen die Besuche über mobile Endgeräte 41,8 % der Gesamtbesuche. Der Anteil der Besuche über mobile Endgeräte zu Gesamtbesuchen in Belgien, den Niederlanden und Italien stieg im gleichen Zeitraum von 43,2 % auf 58,9 %.³⁷

Die positive Umsatzentwicklung spiegelt sich im EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit wider, welches um 40,9 % auf 43,8 Millionen Euro angestiegen ist. Die EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit stieg um 7,1 Prozentpunkte auf 36,2 %.

Die Investitionen beliefen sich im Geschäftsjahr 2015 auf 9,0 Millionen Euro, im Vergleichszeitraum betrugen diese 6,5 Million Euro. Der Anstieg ist im Wesentlichen auf Investitionen im Zusammenhang mit einem technologischen Wechsel der AS24-Plattform sowie der Migration einiger Applikationen in die „Cloud“ zurückzuführen.

Corporate

Die Außenumsätze sind im Geschäftsjahr 2015 auf 2,8 Millionen Euro gesunken (eine Verringerung um 1,1 Million Euro gegenüber dem vergleichbaren Vorjahreszeitraum), welches die Beendigung von Dienstleistungsverträgen mit der Deutschen Telekom AG, Bonn widerspiegelt. Das um den Ausgleich der Management Fee bereinigte EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit betrug im Geschäftsjahr 2015 negative 14,1 Millionen Euro verglichen mit negativen 11,4 Millionen Euro für das Gesamtjahr 2014. Der Anstieg ist bedingt durch den Aufbau von Zentralfunktionen wie z.B. Einkauf, sowie Bündelung von gruppenweiten Funktionen im Segment Corporate.

³⁶ Autobiz, Dezember 2015

³⁷ Schätzungen des Managements basierend auf den Besuchen auf den mobil verfügbaren AS24 Plattformen gemessen mit dem eigenen Traffic Monitor

2.4. Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns

2.4.1. Ertragslage

Der Außenumsatz stieg im Geschäftsjahr 2015 um 48,3 Millionen Euro oder 14,0 % auf 393,6 Millionen Euro im Vergleich zum Gesamtjahr 2014 (130,7 Millionen Euro oder 49,7 % im Vergleich zum Neun-Monatszeitraum vom 01. April 2014 bis zum 31. Dezember 2014), im Wesentlichen getrieben durch das Wachstum in den Kerngeschäftsfeldern. Die Neu-Akquisitionen im Geschäftsjahr 2015, easyautosale und classmarkets trugen insgesamt 1,9 Millionen Euro zum Umsatz in 2015 bei. Bereinigt um die Akquisitionen FlowFact, stuffle, easyautosale und classmarkets betrug das Umsatzwachstum im Geschäftsjahr 2015 10,5 % im Vergleich zum Gesamtjahr 2014.

Die betrieblichen Aufwendungen (definiert als Differenz zwischen Umsatz und EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit, das heißt bereinigt um nicht-operative Einflüsse und Sondereffekte) vor Abschreibungen stiegen im Geschäftsjahr 2015 um 3,7 % auf 204,0 Millionen Euro an, infolge von Effizienzsteigerungen, unter anderem aus dem durchgeführten Kostensenkungs- und Restrukturierungsprogramm, unterproportional im Vergleich zum Umsatzwachstum. Im Gesamtjahr 2014 beliefen sich die betrieblichen Aufwendungen auf 196,7 Millionen Euro, im Neun-Monatszeitraum vom 1. April 2014 bis zum 31. Dezember 2014 auf 147,6 Millionen Euro.

Als Ergebnis der zuvor beschriebenen Entwicklungen stieg das EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit im Berichtszeitraum auf 189,6 Millionen Euro, was einer Marge von 48,2 % entspricht (im Gesamtjahr 2014 148,6 Millionen Euro bzw. 43,0 %, im Neun-Monatszeitraum vom 01. April 2014 bis zum 31. Dezember 2014 115,2 Millionen Euro bzw. 43,8 %).

Das EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit von easyautosale betrug negative 0,7 Millionen EUR im Geschäftsjahr 2015, das EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit der classmarkets 0,2 Millionen Euro. FlowFact trug im Geschäftsjahr 2015 4,0 Millionen Euro zum EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit bei, im Jahr 2014 seit Akquisition im November betrug der Beitrag 0,3 Millionen Euro. Bereinigt um die Akquisitionen FlowFact, stuffle, easyautosale und classmarkets betrug das EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit im Geschäftsjahr 2015 187,1 Millionen Euro, die Marge betrug 49,3 %.

Die nicht-operativen Kosten im Geschäftsjahr 2015 beliefen sich auf 22,6 Millionen Euro, im Vergleich zu 56,7 Millionen Euro im Neun-Monatszeitraum vom 01. April 2014 bis zum 31. Dezember 2014. Die nicht-operativen Kosten im Zeitraum vom 01. April 2014 bis zum 31. Dezember 2014 setzten sich im Wesentlichen aus Rechtsberatungs- und sonstigen Beratungskosten im Zusammenhang mit dem Eigentümerwechsel und weiteren Akquisitionen, Kosten der Restrukturierung und Neuorganisation sowie Beratungskosten im Zusammenhang mit der Finanzierungsstruktur zusammen.

Der Effekt des in 2014 begonnenen Kostensenkungs- und Restrukturierungsprogramms und der Rückgang der nicht-operativen Kosten spiegelt sich insbesondere in den Verwaltungskosten wider. Die Verwaltungskosten in 2015 sind zusätzlich belastet durch Kosten des Börsengangs in einer Höhe von 10,5 Millionen Euro, wovon 5,5 Millionen Euro durch die Scout24 AG zu tragen sind, und 5,0 Millionen Euro an die Anteilseigner verrechnet wurden (Ausweis in den sonstigen betrieblichen Erträgen).

Entsprechend stieg das Betriebsergebnis im Berichtszeitraum auf 101,3 Millionen Euro, im Vergleich zu 8,6 Millionen Euro im Neun-Monatszeitraum vom 1. April 2014 bis zum 31. Dezember 2014. Im Betriebsergebnis enthalten sind Abschreibungen in Höhe von 65,6 Millionen Euro, von denen 48,8 Millionen Euro auf immaterielle Vermögenswerte, die aus Kaufpreisallokationen entstanden sind, entfallen.

Der Nettofinanzaufwand belief sich Geschäftsjahr 2015 auf 22,4 Millionen Euro, verglichen mit 31,1 Millionen Euro im Neun-Monatszeitraum zum 31. Dezember 2014. Hierin enthalten sind Erträge aus dem Verkauf der Beteiligung an PropertyGuru Pte. Ltd in Höhe von 22,1 Millionen Euro. Die Finanzaufwendungen stiegen infolge der Refinanzierung von 29,6 Millionen Euro auf 48,5 Millionen Euro.

Der Ertragsteueraufwand belief sich im Geschäftsjahr 2015 auf 22,0 Millionen Euro, woraus sich eine effektive Steuerquote von 27,9 % ergibt, verglichen mit einem Steuerertrag in Höhe von 1,3 Millionen Euro im Neun-Monatszeitraum vom 1. April 2014 bis zum 31. Dezember 2014. Den Ertragsteueraufwand mindern latente Steuern in Höhe von 10,1 Millionen Euro, die im Wesentlichen auf Abschreibungen auf Vermögenswerte, die aus Kaufpreisallokationen entstanden sind, entfallen. Im Neun-Monatszeitraum des Vorjahres beliefen sich die latenten Steuererträge auf 6,3 Millionen Euro.

Entsprechend verzeichnete Scout24 für das Geschäftsjahr 2015 ein Konzernergebnis in Höhe von 56,9 Millionen Euro. Hierin enthalten ist ein auf Minderheitenanteile entfallender Verlust in Höhe von minus 0,6 Millionen Euro. Den Aktionären zuzurechnen ist somit ein Ergebnis in Höhe von 57,4 Millionen Euro, woraus sich ein Ergebnis je Aktie von 0,56 Euro ergibt.

2.4.2. Finanzlage

Grundsätze und Ziele des Finanzmanagements

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

Die Ausschüttung einer Dividende ist nicht geplant, bevor der Zielkorridor für den Verschuldungsgrad (Verhältnis von EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit zu Nettoverschuldung gemäß Definition des bestehenden Konsortialkreditvertrages) von 2,50:1 erreicht ist.

Kapitalausstattung und Finanzierungsstruktur

Die Scout24 AG verfügte zum 31. Dezember 2015 im Rahmen eines Konsortialkreditvertrags (Senior Facility Agreement, im folgenden „SFA“) über einen Gesamtkreditrahmen in Höhe von 781,0 Millionen Euro, welcher in voller Höhe gezogen war, sowie einen revolvingenden Kreditrahmen in Höhe von 45,6 Millionen Euro. Zum 31. Dezember 2014 belief sich der Gesamtkreditrahmen auf 645,0 Millionen Euro, der in voller Höhe gezogen war, sowie einen revolvingenden Kreditrahmen in Höhe von 50 Millionen Euro. Im Rahmen einer Refinanzierung im April 2015 wurde die Fazilität D des SFA in Höhe von 50,0 Millionen Euro vollständig getilgt, sowie die Fazilität C in Höhe von 400 Millionen Euro neu aufgenommen. Im Oktober 2015 wurden aus den Zuflüssen des Börsengangs insgesamt 214,0 Millionen Euro getilgt,

davon 107,0 Millionen Euro pro rata auf die Fazilitäten B und C und 107,0 Millionen Euro auf die Fazilität B.

Die Scout24-Holding und weitere Gesellschaften der Scout24-Gruppe garantieren für die Verpflichtungen der Scout24 AG aus dem Kreditvertrag. Der Zinssatz für die unter dem SFA gezogenen Fazilitäten basiert auf dem EURIBOR plus einer Zinsmarge, welche an das Verhältnis von EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit zu Nettoverschuldung (gemäß Definition des SFA) geknüpft ist. Im Rahmen der Refinanzierung im April 2015 wurden die Zinsmargen um 0,25 % nach unten angepasst, so dass die höchste Zinsmarge nun bei 4,25 % (vor Refinanzierung: 4,50 %) liegt. Weiterhin wurden die Covenants angepasst, das Covenant zur Zinsdeckung wurde ersatzlos gestrichen, die Werte zum Verhältnis von EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit zu Nettoverschuldung (gemäß Definition des SFA) wurden hochgesetzt, so dass zum Dezember 2015 ein Wert von 7,75:1,00 gilt (vor Refinanzierung: 6,25:1). Im Berichtszeitraum wurden die Covenants eingehalten, zum 31. Dezember 2015 betrug der EBITDA-Headroom über 50 %. Das Verhältnis von Nettoverschuldung zu EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit betrug 3,74:1 und lag damit ebenfalls unterhalb des kommunizierten Zielwertes von 4,0:1.

Um Zinsänderungsrisiken zu begrenzen, hat die Scout24 AG Zinscaps abgeschlossen. Im Rahmen des SFA ist der EURIBOR nach unten bei 0 % begrenzt.

Neben dem Bestand an liquiden Mitteln in Höhe von 70,6 Millionen Euro (31.12.2014: 21,4 Millionen Euro) verfügt der Konzern zudem über Liquidität aus dem o.g. Kontokorrent-Kredit in Höhe von 45,6 Millionen Euro, wovon 40,35 Millionen Euro verfügbar sind. 5,25 Millionen Euro sind im Rahmen eines Nebenkreditvertrages für eine revolvingende Linie für Barziehungen in Höhe von maximal 3,75 Millionen Euro sowie eine Aval-Linie bis zu 1,5 Millionen Euro allokiert.



Leasingverhältnisse
und sonstige
Verpflichtungen
↘ Seite 165

Zum Bilanzstichtag bestanden außerbilanzielle Verpflichtungen in einer Gesamthöhe von 36,2 Millionen Euro, davon 12,7 Millionen Euro mit einer Restlaufzeit von einem Jahr, 17,5 Millionen Euro mit einer Restlaufzeit von über einem Jahr bis fünf Jahre und 6,0 Millionen Euro mit einer Restlaufzeit über fünf Jahre. Zum 31. Dezember 2014 bestanden außerbilanzielle Verpflichtungen in einer Gesamthöhe von 54,8 Millionen Euro. Der Rückgang um 19,1 Millionen Euro bedingt sich im Wesentlichen durch die Verkürzung der Restmietlaufzeit für Büroflächen aufgrund von befristeten Mietverträgen und weiterhin durch eine Verringerung der Verpflichtungen aus Dienstleistungsverträgen durch Beendigung entsprechender Verträge aufgrund von Insourcing.

Liquiditäts- und Investitionsanalyse

Scout24 erzielte im Geschäftsjahr 2015 einen Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit in Höhe von 124,5 Millionen Euro, ein Anstieg um 88 % im Vergleich zu 66,1 Millionen Euro im Rumpfgeschäftsjahr 2014. Dies ist im Wesentlichen auf das gestiegene EBITDA zurückzuführen. Gegenläufig wirkten Zahlungsmittelabflüsse in Höhe von 31,4 Millionen Euro aus Ertragsteuerzahlungen, welche das Geschäftsjahr 2015 als auch das Vorjahr betrafen. Zusätzlich belasteten Zahlungsmittelabflüsse in Höhe von 6,4 Millionen Euro aus Rückstellungen, hauptsächlich in Zusammenhang mit den 2014 begonnenen Restrukturierungsmaßnahmen, den Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit.

Im Berichtszeitraum generierte Scout24 36,2 Millionen Euro aus Netto-Devestitionen im Wesentlichen aufgrund der Veräußerung der Beteiligung an PropertyGuru. Um Effekte aus Devestitionen von Geschäftsbereichen bereinigt ergibt sich ein Cashflow aus Investitionstätigkeit in Höhe von minus 28,5 Millionen Euro. Hiervon entfielen 19,3 Millionen Euro auf Investitionen in Vermögenswerte, hauptsächlich der IT Infrastruktur, und 9,5 Millionen Euro auf die Akquisitionen easyautosale und classmarkets.

Der Cashflow aus Finanzierungstätigkeit belief sich im Berichtszeitraum auf minus 111,6 Millionen Euro. Hierin enthalten sind Dividendenausschüttungen in Höhe von 421,6 Millionen Euro, denen Mittelzuflüsse aus Nettokreditaufnahmen in Höhe von 350 Millionen Euro entgegenstehen. Aus dem Börsengang der Scout24 flossen dem Unternehmen aus der Ausgabe neuer Aktien nach Transaktionskosten Mittel in Höhe von 219,7 Millionen Euro zu, wovon 214,0 Millionen Euro zur Tilgung der Fazilitäten unter dem SFA verwendet wurden.

Insgesamt stiegen die verfügbaren Zahlungsmittel somit im Geschäftsjahr 2015 um 49,2 Millionen Euro, von 21,4 Millionen Euro am 31. Dezember 2014 auf 70,6 Millionen Euro zum 31. Dezember 2015.

2.4.3. Vermögenslage

Die Bilanzsumme des Konzerns belief sich zum 31. Dezember 2015 auf 2.173,2 Millionen Euro und blieb damit nahezu unverändert (zum 31. Dezember 2014: 2.195,1 Millionen Euro).

Langfristige Vermögenswerte gingen um 3,3 % auf 2.055,5 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 11,9 % bzw. 35,1 Millionen Euro auf 259,5 Millionen Euro durch die Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte, die aus Kaufpreisallokationen entstanden sind.

Die kurzfristigen Vermögenswerte stiegen von 67,7 Millionen Euro auf 117,7 Millionen Euro, überwiegend durch den Anstieg der Zahlungsmittel von 21,4 Millionen Euro auf 70,6 Millionen Euro.

Die kurzfristigen Verbindlichkeiten sanken von 90,2 Millionen Euro auf 85,5 Millionen Euro, hauptsächlich durch die Abnahme der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen.

Langfristige Verbindlichkeiten nahmen zu von 1.044,7 Millionen Euro zum 31. Dezember 2014 auf nunmehr 1.166,3 Millionen Euro zum 31. Dezember 2015. Dies ist in erster Linie auf die Nettokreditaufnahme im Berichtszeitraum zurückzuführen. Infolgedessen stiegen die Finanzverbindlichkeiten um 131,3 Millionen Euro auf 767,9 Millionen Euro. Die passiven latenten Steuern, die überwiegend auf temporäre Differenzen aus Kaufpreisallokationen gebildet wurden, haben sich im Einklang mit den rückläufigen immateriellen Vermögenswerten verringert.

Das Eigenkapital ist von 1.060,2 Millionen Euro auf 921,3 Millionen Euro gesunken, bedingt durch Dividendenausschüttungen in Höhe von 421,6 Millionen Euro sowie gegenläufig die Zuflüsse aus dem Börsengang in Höhe von 219,7 Millionen Euro und dem Jahresergebnis (entfallen auf Anteilseigner des Mutterunternehmens) in Höhe von 56,9 Millionen Euro. Entsprechend beträgt die Eigenkapitalquote nunmehr 42,4 % nach 48,3 % zum 31. Dezember 2014.

2.5. Mitarbeiter

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

Zum 31. Dezember 2015 beschäftigte Scout24 1.120 Mitarbeiter (berechnet als Vollzeit-äquivalente, „FTE“), verglichen zu 1.084 FTE zum 31. Dezember 2014, ohne Praktikanten, Auszubildende, Aushilfen, Werkstudenten, Leiharbeitnehmer und freie Mitarbeiter. Damit liegt die Mitarbeiterzahl aufgrund des höheren Umsatzwachstums leicht über dem im Lagebericht 2014 prognostizierten Wert für 2015 mit 1.088 Mitarbeitern.

Die nachstehende Tabelle zeigt die Mitarbeiterzahl (FTE) – inklusive Vorständen und Geschäftsführung – jeweils zum 31. Dezember 2015 und 31. Dezember 2014 gegliedert nach Segmenten und Regionen:

FTE (zum Periodenende)

	2015	2014
	zum 31.12.15	zum 31.12.14
Gruppe	1.120	1.084
IS24	681	662
AS24	379	355
Corporate	48	48
sonstige	12	20

	2015	2014
	zum 31.12.15	zum 31.12.14
Gruppe	1.120	1.084
Inland	993	954
Ausland	127	130

2.6. Gesamtaussage

Die Scout24-Gruppe hat in der Berichtsperiode ihre Strategie des nachhaltigen und profitablen Wachstums mit Fokus auf die Kerngeschäfte der ImmobilienScout24 und AutoScout24 konsequent umgesetzt. Wir haben unser Wachstum im Wesentlichen organisch, aber auch durch gezielte, unsere Wertschöpfungskette ergänzende Akquisitionen, vorangetrieben. Darüber hinaus haben wir die Neuausrichtung unserer Organisation zielstrebig vorangetrieben und die Nutzung von Synergien gefördert.

Die Entwicklung unseres EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit spiegelt die Erfolge in unserer Strategie wider. Das EBITDA war erwartungsgemäß beeinträchtigt durch die Aufwendungen für den Börsengang sowie der in 2014 begonnenen Restrukturierung und Neuorganisation. Auf Basis unserer Margenqualität, einer starken Cash Contribution³⁸, einer soliden Bilanzstruktur sowie dem guten Verhältnis von EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit zur Nettoverschuldung, befinden wir uns in einer hervorragenden Position, die Transformation unserer Gesellschaft zu dem branchenführenden Anbieter digitaler Marktplätze weiter voranzutreiben, sowie die Ertragskraft weiter zu behaupten und auszubauen.

³⁸ Cash contribution ist definiert als EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit vermindert um Investitionen.

3. Nachtragsbericht

Die Autoscout24 Nederland B.V., Amsterdam, ein Tochterunternehmen der Scout24 AG, unterzeichnete am 1. Februar 2016 eine Vereinbarung zur Übernahme aller Anteile des niederländischen digitalen Automobilanzeigenportals European AutoTrader B.V., Amsterdam („AutoTrader“) von der Sanoma Media Netherlands B.V., Amsterdam mit Stichtag zum 1. Januar 2016. Der Vollzug der Transaktion (Closing) erfolgte direkt im Anschluss. Der vereinbarte Kaufpreis beträgt 27,7 Mio. EUR und wird bar gezahlt. Aufgrund der zeitlichen Nähe zwischen dem Erwerbszeitpunkt und dem Veröffentlichungszeitpunkt des Konzernabschlusses lagen zum Aufstellungszeitpunkt nicht die erforderlichen Informationen vor, um eine vollständige Allokation des Kaufpreises auf die beizulegenden Zeitwerte der erworbenen Vermögenswerte und Schulden entsprechend den IFRS-Vorgaben vorzunehmen.

Die AutoTrader betreibt in den Niederlanden das digitale Automobilanzeigenportal AutoTrader.nl. Mit einem jährlichen Umsatzvolumen von mehr als 6 Millionen Euro, einem Kundenstamm von mehr als 4.000 Autohändlern, 150.000 Anzeigen und einer Million Unique Visitors pro Monat hat Autotrader.nl eine starke Position im niederländischen Markt. Mit AutoScout24.nl betreibt Scout24 bereits das führende digitale Anzeigenportal für Automobile in den Niederlanden und wird seine führende Marktposition durch die Übernahme von AutoTrader.nl weiter ausbauen.

Im Februar 2016 wurde die Asa HoldCo GmbH, Frankfurt am Main als einer der direkten Anteilseigner der Scout24 AG auf die Willis Lux Holdings 2 S.à r.l., Luxemburg verschmolzen. Die Willis Lux Holdings 2 S.à r.l. ist wiederum ein verbundenes Unternehmen der Willis Lux Holdings S.à r.l., Luxemburg, die als nächst höheres Mutterunternehmen einen Konzernabschluss veröffentlicht.

Es 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 31. Dezember 2015 geführt hätten.

Vorstand und Aufsichtsrat der Scout24 AG schlagen der diesjährigen Hauptversammlung am 23. Juni 2016 keine Dividendenausschüttung vor.

4. Chancen- und Risikobericht

Die frühzeitige Identifizierung und Steuerung von potenziellen Risiken ist für die Scout24-Gruppe ein elementarer Bestandteil der Unternehmensstrategie, resultierend aus der Erkenntnis, dass sich bei konsequenter Anwendung der Prinzipien eines funktionierenden Risikomanagements ebenso die Möglichkeit der Erkennung und Nutzung von Chancen ergibt. Um Risiken – und Chancen – frühzeitig zu identifizieren und konsequent zu handhaben, setzt die Scout24-Gruppe wirksame Steuerungs- und Kontrollsysteme ein. Die Gesamtrisikolage wird dadurch stets in einem tragbaren Rahmen gehalten, eine Gefährdung der Unternehmensgruppe ist derzeit nicht erkennbar.

4.1. Gesamtaussage zur Risikolage aus Sicht der Unternehmensleitung

Das Internetgeschäft ist auf Wachstumskurs in Deutschland, Europa und weltweit. Insbesondere im Anzeigengeschäft verschieben sich die Geschäftsmodelle weiter weg von Offline-Angeboten (z.B. Printmedien) hin zu Online-Angeboten. Zugleich stellt die Schaffung von Transparenz in digitalen Marktplätzen mit relevanten Inhalten und Angeboten für Nutzer ein signifikantes Geschäftspotenzial für innovative Vermarktungsstrategien der Angebote auf diesen Handelsplätzen dar. Zusammen definieren diese Entwicklungen das Chancen- und Risikoprofil der Scout24-Gruppe.

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

In Vorbereitung auf den am 1. Oktober 2015 erfolgreich durchgeführten Börsengang hatte die Scout24-Gruppe bereits im Vorjahr einen Strategiewechsel eingeleitet, der sich auch auf das Risikoprofil der Scout24-Gruppe auswirkt. Durch den Umbau der Scout24-Gruppe weg von eigenständigen Geschäftsbereichen unter einer Holding-Struktur zu einer voll integrierten Organisation mit geteilten Zentralfunktionen wurde dabei das Standard-Geschäftsmodell der weltweit besten digitalen Marktplätze übernommen. Die externe Finanzierung wurde im Rahmen des Börsengangs durch die zugeflossenen Mittel teilweise abgelöst.

Wir bewerten daher die Risiken zum Zeitpunkt der Erstellung des Lageberichts als begrenzt, die Gesamtrisikolage ist beherrschbar. Gegenüber der Berichterstattung zum Jahresabschluss am 31. Dezember 2014 hat sich keine (grundlegende) Änderung der Gesamtrisikolage ergeben. Es sind derzeit keine Risiken erkennbar, die einzeln oder zusammen mit anderen Risiken zu einer signifikanten oder dauerhaften Beeinträchtigung der Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage der Scout24 führen könnten bzw. als bestandsgefährdend anzusehen wären.

4.2. Risikomanagementsystem, Compliance Management System und Internes Kontrollsystem

Die grundsätzliche Ausgestaltung des Risikomanagementsystems orientiert sich an dem international anerkannten Rahmenwerk COSO Enterprise Risk Management Framework des Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission. Dieses Rahmen-

werk verknüpft das gruppenweite Risikomanagement mit dem Internen Kontrollsystem („IKS“), welches gleichfalls auf dem COSO-Rahmenwerk basiert. Dieser ganzheitliche Ansatz unterstützt die Gesellschaft dabei, dass Steuerungs- und Überwachungsaktivitäten an den Unternehmenszielen und deren inhärenten Risiken ausgerichtet werden.

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

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

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

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

Ende 2014 wurde mit einer grundlegenden Überarbeitung und Neudefinition des Risikomanagements der Scout24-Gruppe begonnen. Zielbild für das Risiko- und Chancenmanagement ist ein ganzheitlicher, integrierter Ansatz, der die Governance-Komponenten Risikomanagement, Internes Kontrollsystem (IKS) und Compliance kombiniert, ergänzt durch unterstützende Prüfungsaktivitäten der internen Revision. Ausgangs- und Anknüpfungspunkt sind dabei die Anforderungen an Risikomanagement- und Compliance Management Systeme für kapitalmarktorientierte Unternehmen. Die Umsetzung wurde im Geschäftsjahr 2015 begonnen und kann voraussichtlich in 2016 abgeschlossen werden.

4.2.1. Grundlagen des Risiko- und Chancenmanagements der Scout24-Gruppe

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

Unser Geschäft wird von einer Reihe externer und interner Faktoren beeinflusst, die sowohl Risiken, als auch Chancen bergen. Dabei definieren wir Risiken als mögliche

Ereignisse oder künftige Entwicklungen, die eine negative Abweichung der Unternehmensentwicklung bzw. von gesteckten Zielen oder geplanten Größen zur Folge haben. Risikoausprägungen, die wir bereits in unserer finanziellen Planung berücksichtigt haben, fallen konsequenterweise nicht unter diese Risikodefinition und werden daher auch nicht erläutert.

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

4.2.2. Organisatorische Verankerung des Risiko- und Chancenmanagements

Die Gesamtverantwortung für das Risiko- und Chancenmanagement-System der Scout24-Gruppe liegt beim Vorstand. Bis zur Neuausrichtung wurde das Risiko- und Chancenmanagement über die Holding-Gesellschaft koordiniert und in die Segmente, d.h. die operativen Einheiten, delegiert. Im Rahmen der Überarbeitung der Organisationsstruktur ist ein zentrales Ressort „Risikomanagement“ eingeführt worden, das gruppenweit die beiden Systeme zum Risiko- und Compliance Management, sowie das interne Kontrollsystem integriert und steuert. Dies erfolgt in enger Zusammenarbeit mit den Risikoverantwortlichen der Segmente und Zentralbereiche, die die Verantwortung für die Umsetzung des Risiko- und Chancenmanagementsystems in den Risiko-Reportingeinheiten, das heißt den operativen Einheiten, haben.

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

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

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

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

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

4.2.4. Risikoprävention und Sicherstellung von Compliance

Risikoprävention ist ein wesentliches Element des Risikomanagementsystems und integrativer Bestandteil der ordentlichen Geschäftstätigkeit. So werden in zweiwöchentlich stattfindenden Sitzungen des oberen Führungskreises („Executive Leadership Team“, ELT), in quartalsweisen Sitzungen mit dem Aufsichtsrat, sowie in regelmäßig stattfindenden Budget- und Strategie- sowie Ergebnism Meetings, Risiken und Chancen sowie deren Auswirkungen auf das Unternehmen diskutiert. Darüber hinaus vervollständigt die einmal im Jahr durchgeführte Inventarisierung und Bewertung aller Unternehmensrisiken, die regelmäßige Aktualisierung der Bewertung inklusive eines regelmäßigen Austauschs mit den Risikoverantwortlichen, sowie die Berichterstattung über das quartalsweise Risikoinventar an den Vorstand das Risikomanagementsystem der Scout24-Gruppe.

Die Einhaltung nationaler und international anerkannter Compliance-Anforderungen ist fester Bestandteil der Risikoprävention. Mit der im Jahre 2014 begonnenen Überarbeitung und Neudefinition des Risikomanagements der Scout24-Gruppe erfolgte dabei eine konsequente Neuausrichtung von Risikomanagement, IKS und Compliance im Hinblick auf die Erfordernisse der neuen Eigentümer- und Organisationsstruktur und damit auch auf die strategischen Ziele des Unternehmens, einschließlich des am 1. Oktober 2015 erfolgten Börsengangs. Dieser ganzheitliche, integrierte Governance-, Risk- und Compliance Ansatz findet seinen Ausdruck in der Anpassung von risiko- und compliancerelevanten Unternehmensprozessen an die Anforderungen der neuen Unternehmensstruktur und -strategie.

Im Rahmen des Eigentümerwechsels in 2014 wurde dabei zunächst die auf den Voreigentümer ausgerichtete Risikomanagement- und Compliance Management Infrastruktur übernommen, einschließlich aller dort geltender Richtlinien und Prozesse. Die Neuausrichtung beinhaltete neben der Anpassung bestehender Risikomanagement – und Compliance-Richtlinien und -prozesse u.a. auch die Einführung eines neuen Verhaltenskodex

(„Code of Conduct“) sowie eines externen Hinweisgebersystems. Ergänzt wird dies durch ein neu einzurichtendes Kommunikations- und Schulungskonzept für alle Unternehmens-einheiten in Bezug auf relevante Risiko- und Compliance-Inhalte, um alle Mitarbeiter entsprechend zu sensibilisieren und ein unternehmensweit einheitliches Verständnis unserer Risikomanagement- und Compliance-Standards zu erreichen. Die Scout24-Gruppe verfügt über ein System an Regelungen, Prozessen und Kontrollen, mit deren Hilfe mögliche Defizite im Unternehmen frühzeitig identifiziert und mit entsprechenden Maßnahmen minimiert werden können.



Verhaltenskodex:
Corporate Social
Responsibility
↘ Seite 52

4.3. Entwicklung der Risikobeurteilung

Am Beginn des Prozesses steht die Identifikation wesentlicher Risiken. Dabei werden Risiken, die eine bestimmte Wesentlichkeitsgrenze überschreiten oder eine subjektive Dringlichkeit darstellen, ad-hoc vom Risk-Owner oder über den „Vice President Risk Management“ an den Vorstand herangetragen. Ein unterjähriges Reporting orientiert sich an spezifischen Ausprägungen und basiert auf moderierten Risk Assessments und entsprechenden regelmäßigen Aktualisierungen durch die Fachbereiche. Eine Entwicklung von weitergehenden Frühwarnindikatoren ist im Rahmen der Neuausrichtung des Risikomanagements in 2016 vorgesehen. Die Risikobewertung erfolgt unter Berücksichtigung der erwarteten Auswirkungen auf die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage sowie geschätzter Eintrittswahrscheinlichkeiten als „unkritisch“, „tolerierbar“, „moderat“, „wesentlich“, oder „existenzbedrohend“. Die Quantifizierung soll dabei primär die Relevanz des angegebenen Risikos verdeutlichen. Die Bewertung des monetären Schadenausmaßes obliegt den Unternehmenseinheiten. Der Zeithorizont für die Einschätzung von Risiken beträgt ca. 2-3 Jahre. Die Skalen zur Messung der Bewertungsgrößen (Eintrittswahrscheinlichkeit und Grad der Auswirkung) sowie die daraus resultierende Risikoklassifizierungsmatrix sind in der folgenden Tabelle dargestellt:

Eintrittswahrscheinlichkeit

sehr hoch (D)				
hoch (C)				
gering (B)				
sehr gering (A)				
	niedrig (1)	mittelhoch (2)	hoch (3)	sehr hoch (4)

Grad der Auswirkung

unkritisch
 tolerierbar
 moderat
 wesentlich
 existenzbedrohend

Innerhalb dieser Matrix klassifizieren wir Risiken mit einer Eintrittswahrscheinlichkeit von größer 50 % als sehr hoch (D), Risiken mit einer Eintrittswahrscheinlichkeit von kleiner 10 % als sehr gering (A). Bezüglich des Grads der Auswirkung stufen wir Risiken mit einer Auswirkung von größer 10 Millionen Euro als sehr hoch (4) ein, Risiken mit einer Auswirkung von kleiner 0,5 Millionen Euro stufen wir als niedrig (1) ein.

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

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

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

4.3.1. Gesamtrisikosituation, Risikocluster und Risikofelder

Die Gesamtrisikosituation wird durch Bewertung aller Risikofelder als Ergebnis einer konsolidierten Betrachtung ermittelt:

- Externe Risiken;
- Finanzielle Risiken;
- Strategische Risiken;
- Operationale Risiken;
- Compliance Risiken.

Risikocluster, die aus heutiger Sicht die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage der Scout24-Gruppe wesentlich beeinflussen könnten, sind nachfolgend dargestellt. Dies sind nicht notwendigerweise die einzigen Risiken, denen das Unternehmen ausgesetzt ist. Weitere Risiken, die unsere Geschäftstätigkeit beeinflussen könnten, sind uns derzeit nicht bekannt oder wir schätzen diese als nicht substantiell ein. Anhängige Gerichts- oder Aufsichtsverfahren gegen die Gesellschaft, die zu wesentlichen Ansprüchen führen könnten, oder die wahrscheinlich nicht erfüllbar sind, bestehen nicht.

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

4.3.2. Externe Risiken

Allgemeine unternehmerische Risiken

Unsere Rentabilität hängt entscheidend davon ab, ob wir unsere führenden Marktpositionen halten können, insbesondere die führende Position des Segmentes Immobilien-Scout24 in Deutschland. Sollten wir diese Marktpositionen nicht halten können, könnte unsere Preisgestaltung gefährdet sein und unser Umsatz zurückgehen und somit unser Geschäft beeinträchtigen.

Wir sind in einem wettbewerbsintensiven Umfeld tätig. Unser Geschäftsmodell ist anfällig für kurzfristige Veränderungen der Wettbewerbsdynamik. Unsere Kunden könnten durch Wettbewerber, die andere Geschäftsmodelle oder Preisgestaltungen verfolgen, dazu bewo-

gen werden, deren Plattformen anstelle von unseren zu nutzen. Besonders Anzeigenportale auf horizontaler Wettbewerbsebene (etwa ebay Kleinanzeigen) könnten in den Immobilien- oder Automobilanzeigenmarkt vordringen oder ihre Aktivitäten darin verstärken oder auch große, im Internet agierende Gesellschaften (etwa Google oder Facebook) könnten deren großen Nutzerkreis und dessen Daten nutzen, um eine starke Kundenbasis zu vergleichsweise geringen Kosten zu etablieren.

Wir sind von unserer bekannten Marke und unserem Ruf stark abhängig. Jede Beschädigung unserer Marke oder Reputation könnte zu einem Vertrauensverlust unserer Zielgruppe und kostenintensiven Maßnahmen führen, um solche Effekte abzuschwächen.

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

Schwierige Bedingungen im gesamtwirtschaftlichen Umfeld können unser Geschäft beeinträchtigen.

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

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

Die vorgenannten externen Risiken zählen für uns zu den allgemeinen unternehmerischen Risiken. Aufgrund unserer führenden Marktposition, dem Bekanntheitsgrad unserer Marke und unserer ständigen analytischen Marktbeobachtung inkl. des technologischen Fortschritts stufen wir diese Risiken insgesamt als unkritische Risiken ein.

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. Allerdings haben wir im Laufe der vergangenen Monate einen exakt gegenläufigen Trend festgestellt. Diverse OEMs haben ihre Werbeetats zum Teil signifikant erhöht, um den drohenden Imageschäden durch die „Defeat-Device“-Affäre zu begegnen. Vor diesem Hintergrund stufen wir das Risiko als unkritisch ein.

4.3.3. Finanzielle Risiken

Im Rahmen der operativen Tätigkeit sowie aufgrund des bestehenden Konsortialkreditvertrags ist die Scout24-Gruppe finanzwirtschaftlichen Risiken ausgesetzt. Die Steuerung

der kurzfristigen Liquiditäts- und längerfristigen Finanzierungsrisiken ist zentrale Aufgabe des Bereiches Group Treasury, der mit Fokus auf eine effiziente Steuerung der kurzfristigen liquiden Mittel entsprechende Berichts- und Planungsprozesse installiert hat.

Währungs- und Zinsrisiko

Die Scout24 AG ist im Rahmen ihrer Fremdkapitalfinanzierung einem Zinsänderungsrisiko ausgesetzt. Zinssatzschwankungen (insbesondere Schwankungen des EURIBOR) können sich auf die Höhe der Zinszahlungen für bestehende Schulden sowie auf die Kosten von Refinanzierungen auswirken. Um Zinsänderungsrisiken zu begrenzen, hat die Scout24 AG Zinscaps abgeschlossen und evaluiert regelmäßig im Rahmen ihrer Strategie und in Abstimmung mit ihrem Aufsichtsrat weitere Optionen zur Minimierung der Risiken. Das Zinsrisiko wird von der Gesellschaft gegenwärtig als tolerierbar eingestuft.

Für uns als Konzern mit Sitz in Deutschland stellt der Euro die Konzern- und Berichtswährung dar. Da die Scout24-Gruppe den größten Teil ihres Geschäfts innerhalb der Euro-Länder tätigt, ist sie daher diesen Risiken nur in geringem Umfang ausgesetzt. Wir stufen das Währungsrisiko als unkritisch ein.

Liquiditätsrisiko

Die Disposition der liquiden Mittel ist ein wesentlicher Prozess in der Scout24-Gruppe. Die Liquiditätssituation wird auf Basis einer Finanzplanung sowie einer rollierenden Liquiditätsplanung mit vier Wochen Horizont überwacht und gesteuert. Darüber hinaus verfügt die Gesellschaft über eine zuverlässige Liquiditätsgenerierung über das laufende Geschäft. Zudem steht der Scout24-Gruppe zur Liquiditätssicherung ein revolvingender Kreditrahmen in einer Höhe von 45,6 Millionen Euro zur Verfügung. Das kurzfristige Liquiditätsrisiko ist daher tolerierbar.

Die Rückzahlung des Konsortialkredites ist erst im Jahr 2021 bzw. 2022 fällig. Dem Liquiditätsrisiko aus Rückzahlungsverpflichtungen von Darlehen wird durch rechtzeitige Refinanzierungsaktivitäten entgegengewirkt, so dass das Risiko gegenwärtig als unkritisch einzustufen ist.

4.3.4. Strategische Risiken

Unsere strategischen Initiativen, einschließlich unserer entscheidenden Wachstumsstrategie, unseres Preismodells oder auch unsere Akquisitionen oder Desinvestitionen können fehlschlagen. Wir beobachten ständig den Markt und die unterschiedlichen Reaktionen, um schnell und flexibel auf Veränderungen im Kundenverhalten reagieren zu können. Wir schulen unsere Vertriebsmitarbeiter in erfolgreichen Methoden. Darüber hinaus prüfen wir unsere strategischen Akquisitionen in umfangreichen Due Diligences auf potenzielle Risiken und Chancen. Ein in den Folgejahren potenziell auftretendes Risiko einer Wertminderung der erworbenen immateriellen Vermögenswerte wird durch jährlich durchzuführende Impairment-Tests überprüft. Insgesamt stufen wir dieses Risiko in Bezug auf unsere Wachstumsziele als wesentlich ein.

Ein Teil unserer Produktstrategie liegt in der Zusammenarbeit mit unterschiedlichen Kooperationspartnern, um beispielsweise unseren Nutzern attraktive Zusatzangebote anzubieten. Zudem sind wir auf eine Reihe von Kooperationspartnern im Bereich der Telekommunikation oder der Datenlieferung angewiesen. Möglicherweise können wir



Kapitalausstattung und
Finanzierungsstruktur
↳ Seite 63

diese wichtigen Beziehungen nicht aufrechterhalten, z.B. falls sie in Zukunft zu Wettbewerbern werden oder ihre Produkte sich nicht unseren Erfordernissen anpassen. Wir stufen dieses Risiko als tolerierbar ein.

4.3.5. Betriebliche Risiken

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

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

Die Sicherheit der Kundeninformationen, die bei uns gespeichert sind, oder das Funktionieren unserer Portale und unserer allgemeinen Systeme, können gefährdet sein. Um die Sicherheit und Stabilität unserer Systeme zu gewährleisten, sind die Scout24 Geschäftsbereiche an geographisch getrennte und redundante Daten- und Rechenzentren angebunden. Der Betrieb unserer Plattformen wird permanent überwacht, um im Störfall geeignete Maßnahmen mit kurzer Reaktionszeit einzuleiten. Eine umfangreiche, mehrstufige Absicherung unserer Systeme sowie personalisierte, rollenbasierte Zugänge bieten zudem Schutz vor unautorisierten Zugriffen sowie externen Attacken. Um unsere Maßnahmen im Bereich der Cyber-Security an aktuellen Benchmarks und Best-Practices auszurichten führen wir im 1. Quartal 2016 ein umfassendes externes IT-/Cybersecurity-Audit durch. Aufgrund der bestehenden und wirksamen risikoreduzierenden Maßnahmen stufen wir dieses Risiko als moderat ein.

Wir benutzen sowohl standardisierte Einkaufs-, Verkaufs- und Lieferverträge als auch standardisierte allgemeine Geschäftsbedingungen. Dies erhöht das Risiko, dass solche Vertragsbedingungen unwirksam und infolgedessen nicht durchsetzbar sind. Durch die regelmäßige Einbindung unserer Rechtsabteilung im Rahmen des Procurement-Prozesses einschließlich eines umfassenden Vertragsmanagements stufen wir dieses Risiko als unkritisch ein.

Wir könnten verpflichtet sein, zusätzliche Steuern und andere Abgaben zu zahlen, aufgrund von steuerlichen Betriebsprüfungen, Änderungen im Steuerrecht, der Auslegung und Anwendung desselben oder Änderungen unseres effektiven Steuersatzes. Organisationsbedingte Änderungen können zu höheren Steueraufwendungen führen. Durch die regelmäßige Einbindung externer Experten in aufkommende Fragestellungen in Bezug auf Steuerthemen stufen wir dieses Risiko als unkritisch ein.

4.3.6. Compliance Risiken

Aus unserer Geschäftstätigkeit ergeben sich neben operativen und finanzwirtschaftlichen Risiken vielfältige rechtliche Risiken. Ergebnisse von Rechtsstreitigkeiten und Verfahren können unserem Geschäft, unserer Reputation oder unseren Marken erheblichen Schaden zufügen und hohe Kosten verursachen.

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

Den sich daraus ergebenden Risiken wirken interne und externe Rechtsexperten durch sorgfältige Prüfung sämtlicher vertraglicher und regulatorischer Angelegenheiten entgegen. Wir sind bestrebt, die Einhaltung sämtlicher Verpflichtungen durch kontinuierliche Überwachung zu gewährleisten und Konflikte durch die Verletzung der Rechte Dritter oder die Missachtung regulatorischer Vorschriften zu vermeiden. Derzeit bestehen innerhalb der Scout24-Gruppe keine wesentlichen Prozessrisiken. Wir stufen daher dieses Risiko als tolerierbar ein.

Änderung gesetzlicher Vorschriften

Die Geschäftsentwicklung der Scout24-Gruppe 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 der Plattform führen könnten. Am 1. Juni 2015 trat in Deutschland eine gesetzliche Neuregelung in Kraft, auf Grund derer es einem Vermieter einer Immobilie nun untersagt ist, die Provision für einen von ihm bestellten Makler auf den Mieter abzuwälzen („Bestellerprinzip“). Diese Neuregelung kann weiterhin 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 Anzeigen führen.

Die deutsche Gesetzgebung hat einen Gesetzesentwurf vorgestellt, der die beruflichen Anforderungen an Immobilienmakler verschärft, um einen einheitlichen Qualitätsstandard sicherzustellen. Unter der neuen Berufszulassungsregelung müssen Makler eine Reihe beruflicher Qualifikationen erfüllen, wie zum Beispiel die Erbringung eines Sachkundennachweises. Zusammen mit dem kürzlich eingeführten Bestellerprinzip kann dies die Anzahl der Makler verringern. In Folge kann dies den Kundenstamm und die Anzahl der In-

serate dieser Kunden bei der IS24 reduzieren mit negativen Auswirkungen auf die Umsätze von gewerblichen Kunden, mit denen IS24 einen Großteil der Umsätze erzielt. Darüber hinaus unterliegen verkaufte und vermietete Immobilien Regelungen zur Energieeinsparung, die Verkäufer und Vermieter zur Erstellung eines Energieausweises verpflichtet. Die Anforderungen solcher Energieeinsparverordnungen können auch künftig erheblich verschärft werden, wie bereits in 2014 geschehen. Strengere Regulierung kann Auswirkungen auf das Anzeigenvolumen haben, wie z.B. bei der Einführung der Energie-einsparverordnung, die einen temporären Einbruch der Inserate zur Folge hatte.

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

Vor dem Hintergrund unseres beständigen Monitorings der uns betreffenden rechtlichen und regulatorischen Compliance-Risiken, insbesondere aus der Änderung oder Neueinführung inländischer gesetzlicher Vorschriften stufen wir dieses Risiko derzeit als tolerierbar ein.

Nicht wirksam abzuschätzen ist aktuell das Risiko, negative Konsequenzen aus dem Wegfall der EU-Safe Harbour im internationalen Datentransfer davonzutragen. Nach eingehender Prüfung aller wesentlichen IT-Dienstleistungsverträge und damit einhergehend der Verwendung der von der EU-Kommission empfohlenen EU-Standardklauseln wird dieses Risiko aktuell als tolerierbar betrachtet.

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. Wir stufen dieses Risiko als tolerierbar ein.

Verstöße gegen sonstige gesetzliche Vorschriften

Ziel von Compliance ist die Gewährleistung einer jederzeit und in jeder Hinsicht einwandfreien Geschäftsführung. Mögliche Verletzungen von gesetzlichen Vorschriften und Meldepflichten, Verstöße gegen den Corporate Governance Kodex oder mangelnde Transparenz der Unternehmensführung können die Regelkonformität gefährden. Aus diesem Grund hat Scout24 einen gruppenweiten Code of Conduct etabliert, der den Mitarbeitern Sicherheit und Unterstützung für verschiedene berufliche Situationen gibt. Die neu eingerichtete

Compliance Hotline soll ebenfalls bei der Aufdeckung von relevanten Verstößen helfen. Eine weitere effektive Maßnahme zur Vorbeugung gegen mögliche Compliance-Verstöße sind Schulungsmaßnahmen zu speziellen Themen wie wettbewerbsrechtlichen Fragen oder dem richtigen Umgang mit Insiderinformationen. Trotz umfangreicher Maßnahmen im Rahmen der Neuausrichtung des Compliance-Programms und unserer Compliance-Organisation können wir uns möglicherweise nicht vor allen Risiken schützen. Unter Berücksichtigung der eingangs erwähnten bereits eingeführten Sensibilisierungsmaßnahmen stufen wir dieses Risiko jedoch als tolerierbar ein.

4.4. Chancenbericht

4.4.1. Gesamtaussage zur Chancenlage aus Sicht der Unternehmensleitung

Das Internetgeschäft ist nach wie vor auf Wachstumstrend in Deutschland, Europa und weltweit. Insbesondere im Anzeigengeschäft verschieben sich die Geschäftsmodelle weg von Offline-Angeboten (wie z.B. Printmedien) hin zu Online-Angeboten. So lag der Anteil der Ausgaben für Onlinewerbung bei 27,0 % im Jahr 2015 und es wird erwartet, dass er im Jahr 2018 31,9 % erreicht.³⁹ Gerade in dieser Veränderung besteht ein Wachstumspotenzial für die Scout24-Geschäftsmodelle.

Darüber hinaus hat Scout24 durch ihren hohen Markenbekanntheitsgrad und die hohen Nutzerzahlen eine hervorragende Positionierung inne.

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

4.4.2. Wesentliche Chancen

Potential für weitere Ertragssteigerungen bei ImmobilienScout24

IS24 ist Deutschlands führendes digitales Immobilien-Anzeigenportal für gewerbliche und private Kunden mit einer gestützten Markenbekanntheit von 93 %.⁴⁰ Bereits heute greifen über 68 % der Nutzer über mobile Endgeräte auf unsere Services zu, die alle geräteübergreifend nutzbar sind. Die eigenen Apps wurden bereits mehr als 12 Millionen Mal heruntergeladen, was die Attraktivität unserer Plattform unterstreicht.

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

Unsere durchschnittlichen Umsatzerlöse pro Kernmakler („ARPU“) haben Wachstumsspielraum, da sie geringer als die von vergleichbaren marktführenden Unternehmen in

³⁹ ZenithOptimedia, Advertising Expenditure Forecasts, Dezember 2015

⁴⁰ GfK Brand & Communication Research, September 2015

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

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

AS24 betreibt das führende digitale Automobilanzeigenportal in Europa und ist, gemessen an der Gesamtanzahl der Anzeigen, Marktführer unter den vertikalen Automobilanzeigenportalen in Italien, Belgien (inklusive Luxemburg) und den Niederlanden, währenddessen es in Deutschland einen starken zweiten Platz innehat.⁴¹

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

Die Ähnlichkeiten bei den Verkaufsprozessen und Anzeigenschaltungen für Autos und Immobilien erlauben uns, unsere Expertise und unsere bewährten Praktiken für beide Bereiche zu nutzen und die Abläufe zu optimieren. Insbesondere mit unseren Neuentwicklungen für mobile Produkte, wie z.B. der neu aufgelegten App für Mobiltelefone, können wir den mobilen Zugriff auf unser Angebot beschleunigen und die Benutzerfreundlichkeit für unsere Kunden und Konsumenten in unserem AS24-Segment verbessern. Parallel dazu versuchen wir, die Zahl der Anzeigen kleinerer Händler in Deutschland durch gezielte Vertriebs- und Vermarktungskampagnen zu steigern, bei denen unser Hauptwettbewerber eine deutlich stärkere Position hat. Als Ergebnis davon erwarten wir mittelfristig eine weitere Steigerung der EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit unseres AutoScout24-Segments.

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

Die führende Position des IS24-Portals nach Zugriffszahlen und Nutzeraktivität⁴² in Deutschland und des AS24-Portals auf europäischer Ebene geben uns einen starken und weitreichenden Zugang zu kaufbereiten Konsumenten und sollten es uns ermöglichen, aus unserer Reichweite zusätzliche Erträge zu erzielen, zum Beispiel indem wir entlang der Wertschöpfungskette weitere kostenpflichtige Services anbieten. Wir haben bereits erfolgreich erste Mehrwert-Serviceangebote eingeführt, die dazu dienen sollen, Kunden und Konsumenten während des gesamten Immobilienverkaufs- bzw. Vermietungsprozesses zu unterstützen.

⁴¹ Autobiz, September 2015

⁴² Basierend auf Besucherzahlen (Unique Monthly Visitors, „UMV“) und Nutzeraktivität, comScore Dezember 2015 (Desktop PC für Besucherzahlen, Desktop PC und mobile Endgeräte hinsichtlich Nutzeraktivität)

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

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

Unsere Außenumsätze sind im Zeitraum von 2013 bis 2015 mit einer durchschnittlichen jährlichen Wachstumsrate von 12,7 % gestiegen und erreichten im Berichtszeitraum einen Betrag von 393,6 Millionen Euro. Unsere Umsatzerlöse sind nicht unmittelbar von den Marktpreisen von Immobilien und Automobilen oder der Anzahl der durchgeführten Immobilientransaktionen oder Autoverkäufe abhängig, sondern von der Anzahl und Anzeigedauer der von unseren Kunden geschalteten Anzeigen. Durch unsere zuletzt eingeführte individuellere Preisgestaltung, insbesondere durch das neu eingeführte Mitgliedschaftsmodell, mit welchem unsere Kunden ihr gesamtes Immobilienportfolio anbieten können, lösen wir unsere Preisgestaltung zudem zunehmend von konkreten Anzeigenkontingenten unserer Kunden.

Unser Marktplatzmodell und unsere führende Marktposition machen uns hoch profitabel. Unser Konzern erwirtschaftete im Berichtszeitraum ein EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit in Höhe von 189,6 Millionen Euro und damit eine EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit von 48,2 %. Wir glauben, dass unsere EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit noch weiter verbessert werden kann. Der vergleichsweise geringe Investitionsbedarf unseres Geschäftsmodells führt zu einer signifikanten Cashflow-Generierung.

Nutzung der Überschneidung von Nutzerinteressen zwischen unseren digitalen Marktplätzen

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 Marktplätze und den signifikanten Synergien zwischen IS24 und AS24 ist der Vorstand davon überzeugt, dass Scout24 gut positioniert ist, um Mehrwertdienste und Produkte anzubieten, die über die reine Anzeigenvermarktung hinausgehen. Der Vorstand schätzt, dass sich 30 % der AS24 Nutzer in Deutschland gleichzeitig auch für eine Immobilie interessieren und umgekehrt 43 % der IS24 Nutzer in Deutschland sich auch für ein Auto interessieren. Diese deutliche Überschneidung der Nutzerinteressen erlaubt es Scout24, den Konsumenten entsprechende Produkte und Dienstleistungen anzubieten und gleichzeitig Unternehmen, die an einem Zugang zu einer großen und qualifizierten Kundenbasis von zirka 17 Millionen monatlichen Nutzern interessiert sind, effiziente Möglichkeiten für zielgruppengenaue Werbeaussteuerung und Neukundengewinnung zu eröffnen⁴³.

⁴³ AGOF internet facts 2015-10

5. Prognosebericht

5.1. 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.

Die Scout24-Gruppe ist durch die Fokussierung auf ihr 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.

5.2. Unternehmenserwartungen

5.2.1. Erwartete Umsatz- und Ergebnisentwicklung des Konzerns und der Geschäftsbereiche

Scout24 hat das Geschäftsjahr 2015 mit einem Umsatzwachstum von 14,0 % und einer EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit von 48,2 % erfolgreich abgeschlossen. Das ist ein Beleg dafür, dass wir für nachhaltiges und profitables Umsatzwachstum stehen.

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

Wir sind zuversichtlich, dass diese Dynamik auch in 2016 anhält und erwarten, dass die Konzernumsätze um einen niedrigen zweistelligen Prozentsatz wachsen werden, wie schon anlässlich des Börsengangs prognostiziert. Infolge der Skalierbarkeit unseres Geschäftsmodells wird sich unsere Kostenbasis unterproportional zum Umsatz entwickeln. Wir gehen daher davon aus, eine EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit zwischen 49,5 % und 50,5 % zu erzielen.

ImmobilienScout24

Das Umsatzwachstum von IS24 wird gemäß unseren Erwartungen im Geschäftsjahr 2016 im hohen einstelligen bis niedrigen zweistelligen Prozentbereich liegen. Die Kosten werden sich voraussichtlich unterproportional zum Umsatz entwickeln, so dass die EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit von 59,7 % in 2015 auf 60,5 % bis 61,5 % in 2016 ansteigen sollte.



Gesamtwirtschaftliche
und branchenbezogene
Rahmenbedingungen
↳ Seite 54

Die Umsätze von Kernmaklern sind 2015 im Vergleich zu 2014 um 12,3 % gestiegen. Operativ gesehen haben sich unsere wichtigsten Leistungsindikatoren positiv entwickelt: 76 % der Kunden von IS24 wurden auf das neue Mitgliedschaftsmodell migriert, die Zahl der Objekte ist im Vergleich zum Wettbewerb vom 1,3fachen auf das 1,4fache gestiegen, die marktführende Position bei Besucherzahlen und Nutzeraktivität (das 3,1fache im Vergleich zum größten Wettbewerber) konnte beibehalten, die Besucherzahlen und die Anzahl von Leads für unsere Maklerkunden gesteigert werden. Die Anzahl der Kernmakler zum 31.12.2015 ist gegenüber 31.12.2014 im Einklang mit der Marktentwicklung um 12,4 % gesunken. Dies ist hauptsächlich auf eine wesentliche Gesetzesänderung in Deutschland, dem sogenannten „Bestellerprinzip“, zurückzuführen, welches im Juni 2015 in Kraft getreten ist. Wir haben bereits eine Reihe von operativen Maßnahmen zur Verbesserung unserer Vertriebsleistung initiiert, welche wir in 2016 umsetzen werden und die uns zuversichtlich stimmen, unsere Prognose zu erreichen.

Im Geschäft mit den Kernmaklern liegt die Konzentration im Geschäftsjahr 2016 auf der Beibehaltung oder Steigerung des Marktanteils bei Objekten im Vergleich zum Wettbewerb, auf der stärkeren Marktdurchdringung der Sichtbarkeits-Produkte sowie der weiteren Migration unserer Kunden in das Mitgliedschaftsmodell. Wirtschaftlich erwarten wir ein vergleichbares ARPU-Wachstum wie im Geschäftsjahr 2015, einen leichten Rückgang der Anzahl an Kernmaklern infolge des „Bestellerprinzips“ sowie die fortschreitende Migration in das Mitgliedschaftsmodell bei einem Anstieg der Umsätze mit Kernmaklern.

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

Für die sonstigen Umsätze erwarten wir ein Wachstum im niedrigen zweistelligen Prozentbereich, im Wesentlichen bedingt durch steigende Umsätze mit privaten Kleinanzeigen infolge des „Bestellerprinzips“ und gute Wachstumsaussichten aufgrund ansteigender Monetarisierung von Konsumentendienstleistungen.

AutoScout24

Für AS24 (ohne den Beitrag von Autotrader) erwarten wir ein ähnliches Umsatzwachstum wie im Geschäftsjahr 2015, wobei die EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit erneut um einige wenige Prozentpunkte zunehmen sollte.

Die Anzahl der Kernhändler in Deutschland ist im Dezember 2015 durch die verstärkte Akquisition von mittelgroßen bis kleineren Händlern um 12,8 % gegenüber Dezember 2014 gestiegen. Wir erwarten, dass die Umsätze mit Kernhändlern in 2016, hauptsächlich durch eine weiter steigende Zahl dieser Händler, um einen niedrigen zweistelligen Prozentsatz ansteigen.

Umsätze mit Kernhändlern in Benelux und Italien werden im Geschäftsjahr 2016 voraussichtlich in ähnlicher Größenordnung ansteigen wie im Geschäftsjahr 2015. Zusätzlich wird unsere jüngste Akquisition, Autotrader, rund 6 Millionen Euro an Umsatz beitragen.

Wir erwarten ebenfalls eine positive Entwicklung der Umsätze mit anderen Händlern und der sonstigen Umsätze.

5.2.2. Sonstige künftige Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage

Die nicht-operativen Kosten im Geschäftsjahr 2015 beinhalten 3,6 Millionen Euro an anteilsbasierter Vergütung und 2,0 Millionen Euro an leistungsbasierter Vergütung aus Kaufvertragsverpflichtungen.

Für das Geschäftsjahr 2016 rechnen wir mit nicht-operativen Kosten in Höhe von zirka 14,5 Millionen Euro, inklusive zirka 4,4 Millionen Euro für anteilsbasierte Vergütung und rund 2,0 Millionen Euro aus Kaufvertragsverpflichtungen. 1,1 Millionen Euro der anteilsbasierten Vergütung resultieren aus einem buchhalterischen Effekt aus dem bestehenden Management Equity-Programm. Weitere 3,3 Millionen Euro stehen im Zusammenhang mit einem in 2015 aufgelegten virtuellen Management Equity-Programm, welches im Geschäftsjahr 2017 zu einem erstmaligen Zahlungsmittelabfluss führen kann. Wir erwarten Einmalaufwendungen für Restrukturierung von zirka 5,0 Millionen Euro und zusätzliche 3,0 Millionen Euro im Rahmen des Integrationsprozesses der Autotrader-Akquisition in den Niederlanden.

Abschließend gehen wir auch davon aus, dass die Investitionen leicht niedriger sein werden als im Geschäftsjahr 2015.

6. Sonstige Angaben

6.1. Abhängigkeitsbericht

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

Die Scout24 AG war im Geschäftsjahr 2015 ein von der Asa HoldCo GmbH, Frankfurt am Main (im Februar 2016 verschmolzen mit der Willis Lux Holdings 2 S.à r.l., Luxemburg), abhängiges Unternehmen. Da kein Beherrschungsvertrag mit der Asa HoldCo GmbH besteht, ist der Vorstand der Scout24 AG gemäß §312 AktG verpflichtet, einen Bericht über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen aufzustellen. Dieser Bericht enthält Angaben über die Beziehungen zum herrschenden Unternehmen und mit diesem verbundenen Unternehmen und zu den Unternehmen des Scout24 Konzerns und bezieht sich auf die Zeit nach dem Rechtsformwechsel ab dem 10. September 2015.

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

„Unsere Gesellschaft hat bei den im vorstehenden Bericht über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen aufgeführten Rechtsgeschäften und Maßnahmen nach den Umständen, die uns in dem Zeitpunkt bekannt waren, in dem die Rechtsgeschäfte vorgenommen oder die Maßnahmen getroffen oder unterlassen wurden, bei jedem Rechtsgeschäft eine angemessene Gegenleistung erhalten und ist dadurch, dass Maßnahmen getroffen oder unterlassen wurden, nicht benachteiligt worden.“

6.2. Übernahmerelevante Angaben gem. §289 Abs. 4, §315 Abs. 4 HGB

Dargestellt werden die Angaben gemäß §289 Abs. 4, §315 Abs. 4 HGB zum 31. Dezember 2015.

Zusammensetzung des gezeichneten Kapitals

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

Beschränkungen, die Stimmrechte oder die Übertragung von Aktien betreffen

Anlässlich des Börsengangs einigten sich die MEP Pref GmbH & Co. KG und die MEP Ord GmbH & Co. KG (zusammen die „MEP Gesellschaften“) am 21. September 2015 in einem Lock-up Agreement mit dem Hauptaktionär (Asa HoldCo GmbH; inzwischen aufgrund Verschmelzung ersetzt durch die Willis Lux Holdings 2 S.à r.l.) sowie am 28. September 2015 in dem Underwriting Agreement mit den am Börsengang begleitenden Konsortialbanken, dass die von den MEP Gesellschaften gehaltenen Aktien der Scout24 AG für einen Zeitraum von zwölf Monaten nach dem Tag der Handlungsaufnahme (somit bis einschließlich zum 30. September 2016), außer in eng begrenzten Ausnahmefällen, nicht verkauft

oder anderweitig belastet oder übertragen werden dürfen („Lock-up“). Ausnahmen bestehen insbesondere für Geschäfte mit verbundenen Unternehmen und für bestimmte Geschäfte zur Abdeckung von Steuerzahlungsverpflichtungen der Manager und den Verkauf von Aktien, die von MEP Ord und MEP Pref für vier frühere Manager von Scout24 gehalten werden. Kommanditisten der MEP Gesellschaften und damit mittelbar durch den Lock-up gebunden, sind überwiegend gegenwärtige und teils auch ehemalige Manager und Mitarbeiter der Scout24 AG und ihrer Tochtergesellschaften. Darüber hinaus sind die Hauptaktionäre Asa HoldCo GmbH und die Deutsche Telekom AG, sowie die Gesellschaften German BMEP Ord GmbH & Co. KG und German BMEP Pref GmbH & Co. KG im Underwriting Agreement gegenüber den Konsortialbanken eine Lock-up Verpflichtung eingegangen, die sechs Monate nach dem ersten Tag der Handelsaufnahme (also am 31. März 2016) ausläuft.

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

Direkte oder indirekte Kapitalbeteiligungen, die 10 % der Stimmrechte überschreiten

Zum 31. Dezember 2015 sind folgende Kapitalbeteiligungen in Höhe von mehr als 10 % der Stimmrechte am Grundkapital bekannt: Asa HoldCo GmbH, Frankfurt am Main (im Februar 2016 verschmolzen mit der Willis Lux Holdings 2 S.à r.l., Luxemburg) 48,61 % und Deutsche Telekom AG, Bonn 13,37 %.

Aktien mit Sonderrechten

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

Stimmrechtskontrolle bei Kapitalbeteiligungen von Arbeitnehmern

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

Ernennung und Abberufung der Vorstandsmitglieder, Satzungsänderungen

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

Befugnisse des Vorstandes zur Ausgabe oder zum Rückkauf von Aktien

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

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

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

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

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

Durch Beschluss der außerordentlichen Hauptversammlung der Scout24 AG am 17. September 2015, ist der Vorstand ermächtigt, gemäß §71 Abs. 1 Nr. 8 AktG eigene Aktien in Höhe von insgesamt 10 % des im Zeitpunkt der Beschlussfassung der Hauptversammlung oder, falls dieser Wert geringer ist, des zum Zeitpunkt der jeweiligen Ausübung der Ermächtigung bestehenden Grundkapitals zu erwerben. Zum Zeitpunkt der Beschlussfassung betrug das Grundkapital 100.000.000 Euro. Diese Ermächtigung kann ganz oder in Teilbeträgen einmal oder mehrmals ausgeübt werden und gilt bis zum 16. September 2020. Der Erwerb von eigenen Aktien darf (1) über die Börse oder (2) mittels eines an alle Aktionäre gerichteten öffentlichen Kaufangebots der Gesellschaft oder (3) mittels einer öffentlichen Aufforderung zur Abgabe von Verkaufsangeboten oder (4) durch die Ausgabe von An-dienungsrecht an die Aktionäre erfolgen.

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

Wesentliche Vereinbarungen des Konzerns, die unter der Bedingung des Kontrollwechsels stehen, betreffen die im Rahmen des Börsengangs abgeschlossene revolvingende Kreditfazilität. Diese sehen für den Fall eines Kontrollwechsels unter bestimmten Bedingungen für den Kreditgeber das Recht zur Kündigung vor.

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

Derartige Entschädigungsvereinbarungen existieren nicht.

6.3. Erklärung zur Unternehmensführung gemäß §289a HGB

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



www.scout24.com

7. Ergänzende Lageberichterstattung zum Einzelabschluss der Scout24 AG

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

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

7.1. Geschäftstätigkeit der Scout24 AG

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

Gegenstand des Unternehmens ist der Erwerb und das Halten von Beteiligungen an anderen Gesellschaften sowie das Erbringen von Managementleistungen für direkte und indirekte Tochtergesellschaften. In dieser Funktion ist sie für die Führung und die strategische Ausrichtung der Geschäftsbereiche des Konzerns verantwortlich.

Die Scout24 AG erbringt für die Tochtergesellschaften konzerninterne Dienstleistungen in den Bereichen Finanzen, Rechnungswesen, Controlling, Interne Revision, Kommunikation, Investor Relations, Personalwesen und Recht.

Die operative Steuerung obliegt den Vorständen der Scout24 AG.

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

Die Scout24 misst den Erfolg ihrer Tochtergesellschaften anhand der Steuerungsgröße EBITDA sowie EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit. Das EBITDA ist definiert als Gewinn (basierend auf dem gesamten Umsatz) vor Finanzergebnis, Ertragssteuern, Abschreibungen, Wertminderung und dem Ergebnis aus dem Verkauf von Tochtergesellschaften. Das EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit entspricht dem EBITDA bereinigt um nicht-operative Effekte und Sondereffekte.

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

7.2. Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage der Scout24 AG

Die wirtschaftliche Lage der Scout24 AG war im Geschäftsjahr insbesondere von dem erfolgreichen Börsengang sowie dem Wachstum der Tochtergesellschaften geprägt und kann insgesamt als sehr positiv bezeichnet werden.

Am 1. Oktober 2015 erfolgte der Börsengang der Scout24 AG. Es wurden 7.600.000 neue Aktien ausgegeben. Bei einem Emissionspreis von 30 Euro flossen der Scout24 AG 228 Millionen Euro zu, die in Höhe von 214 Millionen Euro zur Tilgung von Krediten verwendet wurden.

Zur Stärkung ihrer Positionierung im Markt hat die Scout24-Gruppe im Geschäftsjahr 2015 die easyautosale GmbH, München, und die classmarkets GmbH, Berlin, erworben.

Ertragslage

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

Gewinn- und Verlustrechnung (Kurzfassung)

TEUR	2015	2014	Veränderung
	01.01.2015 - 31.12.2015	01.04.2014 - 31.12.2014	
Umsatzerlöse	12.975	8.803	4.172
Sonstige betriebliche Erträge	9.815	483	9.332
Materialaufwand	-2.143	-738	-1.405
Personalaufwand	-7.910	-4.932	-2.978
Abschreibungen	-23	-1	-22
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-42.486	-42.181	-305
Erträge aus Gewinnabführungen	127.571	74.093	53.478
Betriebsergebnis	97.799	35.527	62.272
Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	40.097	31.585	8.512
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-37.007	-24.612	-12.395
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	100.889	42.500	58.389
Steuern	-26.909	-13.484	-13.425
Jahresabschluss	73.980	29.016	44.964

Das Geschäftsjahr 2015 umfasst den Zeitraum vom 1. Januar 2015 bis zum 31. Dezember 2015 und somit zwölf Monate; das Geschäftsjahr 2014 den Zeitraum vom 1. April 2014 bis zum 31.12.2014 und somit neun Monate.

Die Umsatzerlöse enthalten Erlöse aus der Weiterverrechnung von Managementleistungen in Höhe von 12,9 Millionen Euro (Vorjahr: 8,8 Millionen Euro).

Die sonstigen betrieblichen Erträge in Höhe von 9,8 Millionen Euro setzen sich im Wesentlichen aus der Weiterbelastung von Kosten des Börsengangs an die Anteilseigner, die im Rahmen des Börsengangs ihre Aktien verkauft haben, in Höhe von 5,0 Millionen Euro (Vorjahr: 0 Millionen Euro) sowie der Auflösungen von Rückstellungen in Höhe von 4,5 Millionen Euro (Vorjahr: 0,3 Millionen Euro) zusammen.

Die Personalaufwendungen haben sich entsprechend zu den gestiegenen Mitarbeiterzahlen und des längeren Berichtszeitraumes von 4,9 Millionen Euro um 3,0 Millionen Euro auf 7,9 Millionen Euro erhöht. Die Scout24 AG beschäftigte im Geschäftsjahr 2015 inklusive der Vorstandsmitglieder im Jahresdurchschnitt 22 Mitarbeiter (Vorjahr: 11).

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen in Höhe von 42,5 Millionen Euro (Vorjahr: 42,2 Millionen Euro) sind im Wesentlichen geprägt durch Rechts- und Beratungskosten in Höhe von 34,5 Millionen Euro (Vorjahr: 32,3 Millionen Euro).

Die Ergebnisse aus Gewinnabführungsverträgen betragen im Geschäftsjahr 127,6 Millionen Euro (Vorjahr 9 Monate: 74,1 Millionen Euro) und resultieren aus dem Ergebnisabführungsvertrag mit der Scout24 Holding.

In den sonstigen Zinsen und ähnlichen Erträgen sind in Höhe von 40,1 Millionen Euro (Vorjahr 9 Monate: 31,6 Millionen Euro) Erträge aus verbundenen Unternehmen enthalten. Die Scout24 AG finanziert über ein Darlehen die Aktivitäten ihrer Tochtergesellschaften.

Die Zinsaufwendungen in Höhe von 37,0 Millionen Euro (Vorjahr 9 Monate: 24,6 Millionen Euro) sind fast ausschließlich für die Fremdfinanzierung der Scout24 AG angefallen.

Aufgrund der verbesserten Ergebnissituation beliefen sich die Steuern im Geschäftsjahr 2015 auf 26,9 Millionen Euro (Vorjahr 9 Monate: 13,5 Millionen Euro)

Der Jahresüberschuss beträgt 74,0 Millionen Euro nach 29,0 Millionen Euro im Vorjahr.

Vermögenslage und Finanzlage

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

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

Bilanz (Kurzfassung)

TEUR	31.12.2015	31.12.2014	Veränderung
Sachanlagen	229	5	224
Finanzanlagen	1.561.929	1.686.929	-125.000
Anlagevermögen	1.562.158	1.686.934	-124.776
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	506	37	469
Forderungen gegen verbundene Unternehmen	201.841	79.267	122.574
Sonstige Vermögensgegenstände	2.087	458	1.629
Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten	30	1.212	-1.182
Umlaufvermögen	204.464	80.974	123.490
Rechnungsabgrenzungsposten	2.562	24	2.538
Summe Aktiva	1.769.184	1.767.932	1.252
Gezeichnetes Kapital	107.600	2.000	105.600
Kapitalrücklage	423.892	301.492	122.400
Andere Gewinnrücklagen	53.800	0	53.800
Bilanzgewinn	370.144	771.552	-401.408
Eigenkapital	955.436	1.075.043	-119.608
Rückstellungen	20.295	27.508	-7.213
Verbindlichkeiten	791.929	665.380	126.549
Rechnungsabgrenzungsposten	1.524	0	1.524
Summe Passiva	1.769.184	1.767.932	1.252

Die Finanzanlagen bestehen unverändert zum Vorjahr aus Anteilen an verbundenen Unternehmen in Höhe von 1.064,3 Millionen Euro sowie Ausleihungen an verbundene Unternehmen in Höhe von 497,7 Millionen Euro (Vorjahr: 622,7 Millionen Euro)

Das Umlaufvermögen ist geprägt durch Forderungen gegen verbundene Unternehmen in Höhe von 201,8 Millionen Euro (Vorjahr: 79,3 Millionen Euro), die im Wesentlichen aus dem Ergebnisabführungsvertrag in Höhe von 127,6 Millionen Euro (Vorjahr: 74,1 Millionen Euro) mit der Scout Holding GmbH entstanden sind, sowie aus Forderungen aus dem Cash-Pooling in Höhe von 68,1 Millionen Euro (Vorjahr Verbindlichkeit: 10,0 Millionen Euro).

Zum 31. Dezember 2015 lag der Finanzmittelfonds bei 0,03 Millionen Euro (Vorjahr: 1,2 Millionen Euro) und beinhaltet ausschließlich Bankguthaben.

Der aktive Rechnungsabgrenzungsposten in Höhe von 2,6 Millionen Euro beinhaltet im Wesentlichen die Abgrenzungen der Aufwendungen für die Versicherung im Rahmen des Börsenganges in Höhe von 2,0 Millionen Euro sowie Abgrenzungen für Mietlizenzen in Höhe von 0,4 Millionen Euro. Die Versicherung hat eine Laufzeit bis zum Jahr 2026. Gleichzeitig wurde die teilweise Weiterbelastung dieser Aufwendungen an die Anteilseigner im passiven Rechnungsabgrenzungsposten in Höhe von 1,5 Millionen Euro abgegrenzt.

Das gezeichnete Kapital erhöhte sich um 105,6 Millionen durch die Ausgabe neuer Aktien in Höhe von 7,6 Millionen Euro sowie durch die Umwandlung aus der Kapitalrücklage in Höhe von 98,0 Millionen Euro auf 107,6 Millionen Euro. In die Kapitalrücklage wurde das Aufgeld aus dem Börsengang in Höhe von 220,4 Millionen Euro eingestellt, so dass sich die Kapitalrücklage insgesamt von 301,5 Millionen Euro um 122,4 Millionen Euro auf 423,9 Millionen Euro erhöhte.

Von dem Jahresüberschuss in Höhe von 74,0 Millionen Euro wurden 53,8 Millionen Euro in die anderen Gewinnrücklagen eingestellt.

Der Bilanzgewinn veränderte sich durch eine Dividendenausschüttung im Geschäftsjahr 2015 in Höhe von 421,6 Millionen Euro und dem vorgetragenen Bilanzgewinn in Höhe von 20,2 Millionen Euro von 771,5 Millionen Euro um 401,4 Millionen Euro auf 370,1 Millionen Euro.

Die Eigenkapitalquote beträgt 54,0 % (Vorjahr: 60,8 %).

Die Rückstellungen verringerten sich von 27,5 Millionen Euro um 7,2 Millionen Euro auf 20,3 Millionen Euro, im Wesentlichen bedingt durch den Rückgang der Rückstellungen für ausstehende Rechnungen.

Die Verbindlichkeiten sind geprägt durch Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten in Höhe von 780,8 Millionen Euro (Vorjahr: 646,4 Millionen Euro). Der Anstieg der Bankverbindlichkeiten in Höhe von 134,4 Millionen Euro resultiert im Wesentlichen aus einer weiteren Kreditaufnahme in Höhe von 400,0 Millionen Euro. Gegenläufig erfolgten Tilgungen von Krediten in Höhe von 50,0 Millionen Euro und in Höhe von 214,0 Millionen Euro.

7.3. Risiko- und Chancenbericht der Scout24 AG

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

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

7.4. Prognosebericht der Scout24 AG

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

Das Management konzentriert sich auf diejenigen Aktivitäten, die den zukünftigen Ertrag (EBITDA) maßgeblich beeinflussen und für die Zukunftsperspektiven der Gesellschaft bedeutend sind.

Die Scout24 AG rechnet für das Geschäftsjahr 2016 mit leicht steigenden Umsatzerlösen, da die Managementfunktionen weiter ausgebaut werden. Die erwartete positive Entwicklung der Tochtergesellschaften wird im Geschäftsjahr 2016 zu einer weiteren deutlichen Erhöhung des Ergebnisses bei der Scout24 AG führen, wohingegen das EBITDA der Scout24 AG aufgrund weiterer Konsolidierung von Zentralfunktionen in der Scout24 AG leicht belastet werden wird.

Das Management erwartet für die kommenden Jahre keine nennenswerten Investitionen auf der Ebene der Scout24 AG.

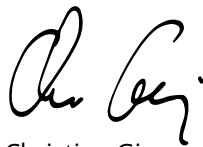
Generell gelten die im Prognosebericht des Scout24 Konzerns getroffenen Aussagen zur Markt-, Umsatz- und Ergebnisentwicklung für die Scout24 AG entsprechend.

München, den 17.03.2016
Scout24 AG

Der Vorstand



Gregory Ellis



Christian Gisy