

Zusammengefasster Lagebericht des Scout24-Konzerns und der Scout24 AG

Grundlagen des Konzerns

Geschäftstätigkeit und Geschäftsfelder

Der Scout24 Konzern (nachfolgend auch "Scout24" oder "Scout24 Gruppe" genannt) ist ein führender Betreiber digitaler Marktplätze mit Fokus auf Immobilien und Automobile in Deutschland und anderen ausgewählten europäischen Ländern. Ein neues Zuhause zu finden oder ein Auto zu kaufen stellen zwei sehr wichtige Entscheidungen im Leben der Menschen dar. Wir begleiten unsere Nutzer und unterstützen sie, die besten Entscheidungen zu treffen. Hierfür bringen wir auf unseren digitalen 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 nützliche 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 („Apps“) oder über unsere mobilen Websites. 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 eine große, relevante sowie interessierte Zielgruppe erreichen können. Wir bieten weiterhin, sowohl für unsere Anzeigenkunden als auch weitere Kunden, speziell zugeschnittene und kosteneffiziente Lösungen für Marketing und zur Generierung von Anfragen ("Leads") an. Darüber hinaus können Nutzer auch spezielle, teilweise kostenpflichtige, Zusatzprodukte und Dienstleistungen in Anspruch nehmen, welche sie entlang des gesamten Prozesses des Kaufs oder Verkaufs von Immobilien und Automobilen unterstützen.

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 gewerblichen Kunden drei verschiedene Modelle: ein Mitgliedschaftsmodell, ein Paket- bzw. Projektmodell sowie ein nutzungsbasiertes Modell (sogenanntes "Pay-Per-Ad"-Modell).

Wir betreiben unsere Marktplätze hauptsächlich unter den bekannten und beliebten Marken Immobilien-Scout24 ("IS24") und AutoScout24 ("AS24"), welche auch unsere wesentlichen operativen Segmente darstellen. Der Bereich Scout24 Consumer Services, vormals „Scout24 Media“, ist in beiden operativen Segmenten tätig, bündelt die Kompetenzen im Bereich Dienstleistungen entlang der Wertschöpfungskette im Immobilien- oder Automobilmarkt und treibt die Generierung von Leads und den Verkauf von Werbeanzeigen voran.

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. Die Nutzer können die Anzeigen kostenlos durchsuchen. Suchanfragen und Recherchen von Nutzern, das heißt möglicher Käufer oder Mieter, lösen Besuche ("Traffic") aus, die Anfragen („Leads“) bei den gewerblichen und privaten Anbietern generieren.

Die Hauptprodukte von IS24 sind dementsprechend Anzeigen für den Verkauf und die Vermietung von Immobilien. Für gewerbliche Immobilienanbieter bietet IS24 zusätzliche Dienstleistungen, die die Kundenakquise und -pflege unterstützen. Anbieter, die einen Anzeigenvertrag mit IS24 abgeschlossen haben, können die Effektivität der Anzeigen mit Hilfe von einzeln hinzubuchbaren Zusatzprodukten verbessern. Um die Aufmerksamkeit für eine Anzeige zu erhöhen, können Anbieter beispielsweise Sichtbarkeitsprodukte für eine prominentere Platzierung der Anzeige in den Suchergebnissen hinzubuchen. Auch im nutzungsbasierten Modell („Pay-Per-Ad“-Modell) können einzelne Zusatzprodukte hinzugebucht werden. In Ergänzung bietet IS24, getrieben durch Scout24 Consumer Services, den Nutzern zusätzliche Hilfestellung durch Dienstleistungsangebote in den Bereichen Bonitätsprüfung, Umzug, Baufinanzierung und Versicherungen. In Form einer kostenpflichtigen Premium-Mitgliedschaft können Nutzer beispielsweise tagesaktuelle Bonitätsauskünfte einfach bestellen, in einer digitalen Bewerbermappe zusammen mit den anderen Bewerbungsunterlagen speichern und an den Anbieter der Immobilie versenden. Darüber hinaus können sich Immobiliensuchende mit einer Premium-Mitgliedschaft durch eine prominente Platzierung der Kontaktanfrage im Postfach des Immobilienanbieters von den anderen Bewerbern für eine Immobilie abheben. Gewerblichen Kunden bietet IS24 darüber hinaus die Möglichkeit, die Nutzer auch im Rahmen von Werbeanzeigen oder anderen gezielten Werbemaßnahmen anzusprechen.

IS24 ist das marktführende Immobilienanzeigenportal in Deutschland, gemessen an der Anzahl der Immobilieninserate und Kunden² sowie an Besucherzahlen und Nutzeraktivität³. In der Rangliste „Marke des Jahres 2017“, prämiert vom Marktforschungsinstitut YouGov in Kooperation mit dem Handelsblatt, erreichte die Marke ImmobilienScout24 den ersten Platz unter den Portalen in der Kategorie „Digitales Leben“.⁴

In Österreich betreiben wir mit unseren Plattformen ImmobilienScout24.at und Immobilien.net ebenfalls ein führendes Immobilienanzeigenportal.⁵ Auch das Portal Immodirekt.at gehört seit 2016 zur Scout24 Gruppe in Österreich.

AutoScout24

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

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

³ Basierend auf Besucherzahlen (Unique Monthly Visitors, "UMV") und Nutzeraktivität, comScore Dezember 2017 (Desktop PC für Besucherzahlen, Desktop PC und mobile Endgeräte hinsichtlich Nutzeraktivität)

⁴ YouGov BrandIndex, „Marke des Jahres“ in Kooperation mit dem Handelsblatt, Oktober 2017

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

Die Schaltung der Anzeige ist für gewerbliche Automobil-Händler kostenpflichtig. Die Hauptprodukte von AS24 sind somit Anzeigen für den Verkauf von neuen und gebrauchten Fahrzeugen. Weiterhin können Händler, die einen Vertrag mit AS24 abgeschlossen haben, die Effektivität ihrer Anzeigen mit einzeln hinzubuchbaren kostenpflichtigen Zusatzprodukten verbessern. Im zweiten Halbjahr 2017 wurde als Zusatzprodukt beispielsweise eine 360° Funktion eingeführt, welche es ermöglicht, ein hochauflösendes, vergrößerbares 360°-Bild von einem Fahrzeug in das Fahrzeuginserat zu integrieren. Privatanbieter haben die Möglichkeit, kostenlos Anzeigen zu schalten oder im Rahmen eines Express-Verkaufs ihr Fahrzeug an geprüfte Händler zu verkaufen. In Ergänzung bietet AS24, unterstützt und getrieben durch Scout24 Consumer Services, Nutzern und Kunden weitere Produkte mit zusätzlichem Mehrwert an, wie beispielsweise Werbeschaltungen für Automobilhersteller (Original Equipment Manufacturer sogenannte "OEM") und Dienstleistungsangebote wie Automobilfinanzierung.

AS24 ist ein führender digitaler Automobilmarktplatz in Europa (Managementeinschätzung, basierend auf der Anzahl der Inserate und der monatlichen Einzelbesuche), mit führenden Positionen in Italien, Belgien (inklusive Luxemburg), den Niederlanden und Österreich und einer zweiten Marktposition in Deutschland, jeweils gemessen an der Anzahl der Inserate.⁶

AS24 ist ebenfalls in Spanien und Frankreich tätig und bietet in zehn weiteren Ländern eine Version des Portals in der jeweiligen Landessprache an. Weiterhin bietet AS24 unter AutoScout24.com eine englische Sprachversion an, welche auch eine länderübergreifende Suche ermöglicht.

Die AutoScout24-Gruppe betreibt zudem auch die digitalen Automobilmarktplätze AutoTrader.nl in den Niederlanden und Gebrauchtwagen.at in Österreich.

Neben einer hohen Markenbekanntheit genießt AutoScout24 auch das Vertrauen der Nutzer: Eine repräsentative Umfrage von ServiceValue im Auftrag von Focus-Money hat die AutoScout24-App als kundenfreundlichste mobile Applikation in der Kategorie Autobörsen ausgezeichnet.⁷

Corporate

Corporate bildet ein weiteres Geschäftsfeld, welches die operativen Geschäftsfelder IS24 und AS24 unterstützt. Der Bereich erbringt Managementdienstleistungen, zum Beispiel in den Bereichen 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.

Organisation und Konzernstruktur

Leitung und Kontrolle

Die Steuerung der Scout24 Gruppe erfolgt durch die in München, Deutschland, ansässige [Scout24 AG](#). Die Scout24 AG wird als Management-Holding geführt und erbringt für ihre Tochterunternehmen Dienstleistungen in den Bereichen Finanzen, Rechnungswesen, Controlling, Interne Revision, Risiko Management & Compliance, Unternehmensentwicklung und -strategie, Kommunikation, Investor Relations, Personalwesen und Recht. Des

⁶ Autobiz, Dezember 2017

⁷ ServiceValue im Auftrag von Focus-Money, März 2017

Weiteren erbringt die Scout24 AG Dienstleistungen für die operativen Tochterunternehmen im Rahmen des Scout24 Consumer Services Geschäft.

Die Scout24 AG hält zum Bilanzstichtag mittelbar Beteiligungen an 14 operativ tätigen Tochterunternehmen, die im Konzernabschluss voll konsolidiert werden, sowie an zwei at-Equity konsolidierten Unternehmen und an einer Minderheitsbeteiligung.

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 als Vorstandsvorsitzender verantwortet die operativen Bereiche Vertrieb, Marketing, IT von IS24 und AS24, Personal, Unternehmenskommunikation, Unternehmensentwicklung und -strategie, 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 bestand im Geschäftsjahr 2017 satzungsmäßig aus insgesamt neun Mitgliedern. Durch Mandatsniederlegungen reduzierte sich die Größe des Aufsichtsrats im vierten Quartal und besteht bis zur Neunominierung nun aus 7 Mitgliedern. Der Aufsichtsrat setzt sich aus Vertretern der strategischen Investoren der Scout24 AG sowie unabhängigen Wirtschaftsexperten zusammen. Er berät den Vorstand und überwacht dessen Geschäftsführung. In Entscheidungen von grundlegender Bedeutung für das Unternehmen wird der Aufsichtsrat eingebunden. Insbesondere prüft er die Jahresabschlüsse und Lageberichte und berichtet über die Jahresabschlussprüfung in der Hauptversammlung.

Die Vergütung von Vorstand und Aufsichtsrat sowie Anreiz- und Bonussysteme werden im [› Vergütungsbericht](#) des Konzernanhangs (als Teil des Kapitels 5.7) beziehungsweise im Anhang zum Jahresabschluss erläutert.

Übernahmerelevante Angaben gemäß §§289a Abs. 1, 315a Abs. 1 HGB sowie eine ergänzende Lageberichterstattung zum Einzelabschluss der Scout24 AG werden als integrale Bestandteile des zusammengefassten Lageberichts in den entsprechenden Kapiteln ab Seite 88 dargestellt.

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

Konzernstruktur

Im Berichtszeitraum fanden folgende Veränderungen in der organisatorischen Konzernstruktur statt:

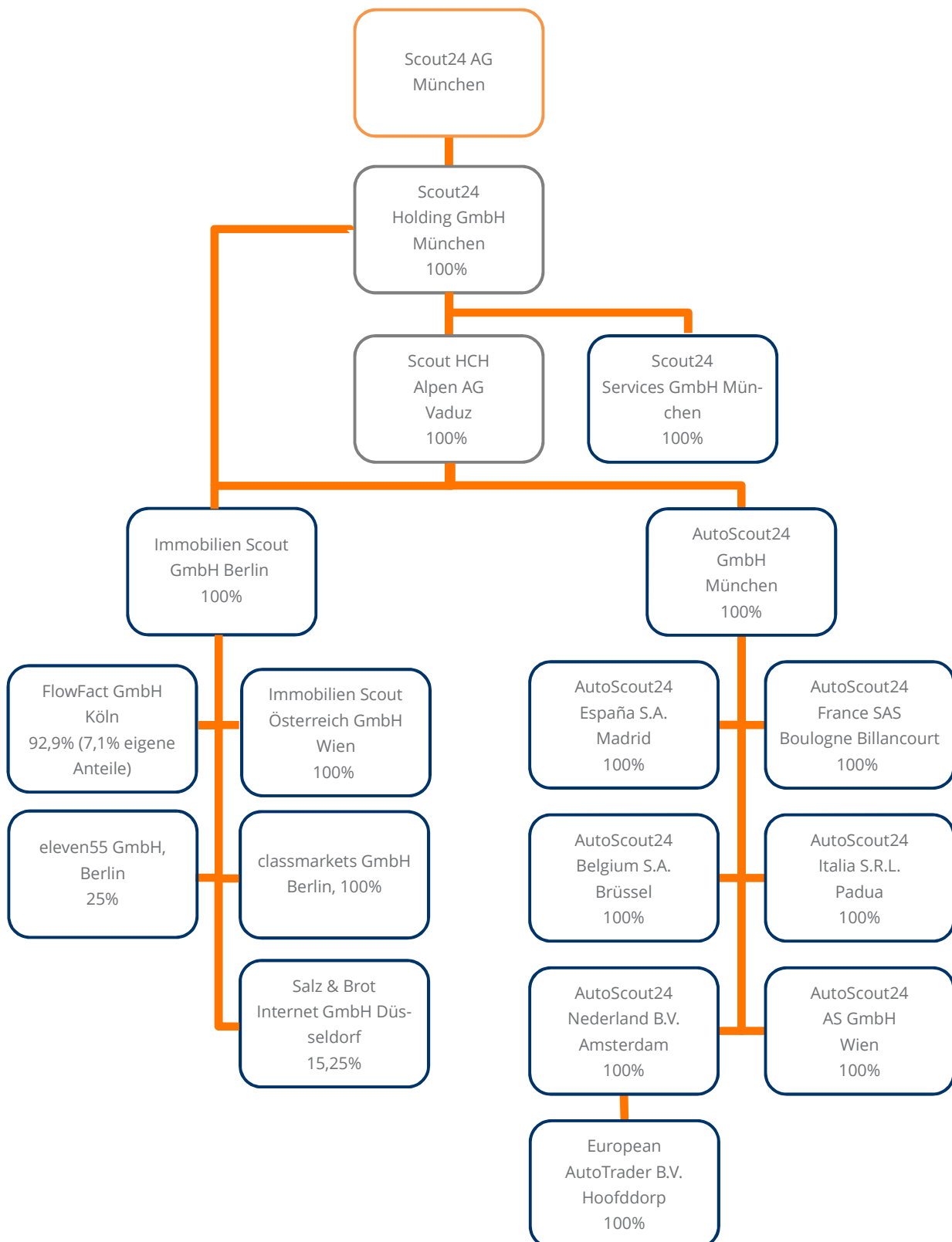
Am 31. März 2017 hat die Immobilien Scout GmbH, Berlin 25% der Anteile an der eleven55 GmbH (nachfolgend „wg-suche.de“) erworben.

Die Scout24 International Management AG i.L., Zug, wurde zum 18. April 2017 liquidiert. Ebenso wurde die FMPP Verwaltungsgesellschaft mbH i.L., München, am 13. März 2017 und die ASPM Holding B.V., Amsterdam, am 10. August 2017 liquidiert.

Am 22. August 2017 hat die AutoScout24 GmbH, München, 100% der Eigenkapitalanteile an der Gebrauchtwagen.at Internetportale GmbH, Leibnitz (nachfolgend "Gebrauchtwagen.at") erworben.

Zur Verschlinkung der Konzernstruktur erfolgte im Laufe des Geschäftsjahres 2017 die Verschmelzung der my-next-home GmbH, Saarbrücken, auf die Immobilien Scout GmbH, Berlin, der IMPLIUS GmbH, Köln, auf die FlowFact GmbH, Köln, sowie die Verschmelzung der AGIRE Handels- und Werbegesellschaft mbH, Wien, auf die Immobilien Scout Österreich GmbH, Wien. Die Verschmelzungen erfolgten zu Buchwerten.

Die nachfolgende Darstellung gibt (in vereinfachter Form) einen Überblick der direkten und indirekten Beteiligungen der Scout24 AG zum 31.12.2017:



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. Wir planen, durch attraktive Preismodelle sowie weitere Dienstleistungen und Produktinnovationen unser Leistungsversprechen unserer Anzeigenportale für unsere Kunden und Nutzer kontinuierlich zu optimieren. Wir bieten unseren Kunden beispielsweise die Möglichkeit, die Effektivität ihrer Anzeigen mit Hilfe von hinzubuchbaren Sichtbarkeitsprodukten zu verbessern und unterstützen sie bei der Imagepflege mit Hilfe unserer Marketingprodukte für professionelle Anbieter. Im ersten Halbjahr 2017 haben wir unter anderem die Immobilienanzeigen bei IS24 um die technische Möglichkeit erweitert, nicht nur Bilder, sondern auch virtuelle Rundgänge – sogenannte 360°Rundgänge oder Virtual Reality Rundgänge – in das Exposé einzubauen. Im zweiten Halbjahr 2017 haben wir auch für AS24 eine 360° Funktion eingeführt, die unseren Händlern die Möglichkeit bietet, mittels einer mobilen Applikation einfach und kostengünstig ein hochauflösendes, vergrößerbare 360°-Bild von einem Fahrzeug – sowohl als Außen- als auch als Innenansicht - aufzunehmen und in das Fahrzeuginserat zu integrieren. 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 die Wertschöpfungskette des gesamten Immobilienverkaufs- bzw. Vermietungsprozesses oder des Automobilmarktes hinweg. Mit dem Ausbau von Dienstleistungen entlang der Wertschöpfungskette folgen wir konsequent unserer Ausrichtung auf die Bedürfnisse unserer Nutzer sowie unserer Strategie, uns mittelfristig von einem reinen Kleinanzeigenportal in Richtung eines Marktnetzwerkes weiterzuentwickeln. Die Etablierung des gruppenübergreifenden Bereichs „Scout24 Consumer Services“ trägt dieser Strategie Rechnung. Die wachsende Bedeutung dieses Bereiches werden wir ab 2018 auch in unserer internen und externen Berichterstattung widerspiegeln und diesen Bereich als operatives Segment berichten, welcher die bisherigen Segmente IS24 und AS24 unterstützt.

Der Fokus unserer Strategie liegt für alle Geschäftsfelder auf nachhaltigem und profitabilem Wachstum sowie der nachhaltigen Steigerung unseres Unternehmenswertes.

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

Weiterhin verfolgen wir konsequent den „OneScout24“-Ansatz, um das operative Geschäft unserer Segmente 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 mittelfristig zu höherer Effizienz führen.

Gemäß unserem Fokus auf nachhaltigem und profitablen Unternehmenswachstum, verfolgen wir auch eine entsprechende Dividendenpolitik, die uns gleichzeitig die Finanzierung weiteren Wachstums sowie eine weitere Reduktion unseres Verschuldungsgrads (Verhältnis von Nettoverschuldung zu EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit der letzten zwölf Monate) ermöglicht. Der Scout24-Vorstand plant, die Verschuldung weiter zu verringern und steuert dabei einen Zielkorridor für den Verschuldungsgrad von 1,5:1 bis 1,0:1 an (Ende 2017: 2,22:1). Im Jahr 2017 hat die Gesellschaft mit der Dividende für das Jahr 2016 die erste Dividende nach dem Börsengang im Oktober 2015 in Höhe von EUR 0,30 je dividendenberechtigter Stückaktie an die Aktionäre ausgeschüttet. Die Dividendenpolitik des Vorstandes sieht vor, die Aktionäre auch zukünftig angemessen am Erfolg des Unternehmens zu beteiligen.

Steuerungssystem

Entlang unserer Strategie haben wir unser internes Steuerungssystem ausgerichtet und entsprechende Leistungsindikatoren definiert. Wir unterscheiden finanzielle und nicht finanzielle Leistungsindikatoren, mit denen wir den Erfolg in der Umsetzung unserer Strategie messbar machen.

Ein wichtiger Teil unseres internen Steuerungssystems sind detaillierte Monatsberichte, die eine Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung, eine Konzern-Bilanz, eine Kapitalflussrechnung sowie die Monatsergebnisse unserer Segmente beinhalten. Weiterhin werden in 14-tägig stattfindenden Besprechungen unseres oberen Führungskreises („Executive Leadership Team“, ELT) der aktuelle Geschäftsverlauf sowie Prognosen der nächsten Wochen mit Blick auf die Entwicklung der finanziellen und nicht finanziellen Leistungsindikatoren diskutiert. Anhand dieser Berichte nehmen wir Plan-/ Ist-Vergleiche vor und leiten bei Abweichungen weitere Analysen oder geeignete Korrekturmaßnahmen ein.

Ergänzt werden diese Berichte durch bedarfsorientierte längerfristige Prognosen zum Geschäftsverlauf sowie durch einen jährlich stattfindenden 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 sowie EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit⁸ unsere wichtigsten finanziellen Ziel- und Steuerungsgrößen auf Konzern- und Segmentebene.

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

Der finanzielle Erfolg unserer Portale wird gemäß unserer Strategie im Wesentlichen bestimmt durch den Bestand an Anzeigen („Listings“) sowie 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. 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").

⁸ EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit ist definiert als Gewinn vor Finanzergebnis, Ertragsteuern, Abschreibungen, Wertminderung und dem Ergebnis aus dem Verkauf von Tochtergesellschaften, bereinigt um nicht-operative Effekte und Sondereffekte. Hierunter fallen im Wesentlichen Aufwendungen für Reorganisation, Aufwendungen im Zusammenhang mit der Kapitalstruktur des Unternehmens und Unternehmenserwerben (realisiert und unrealisiert) sowie Teile der erfolgswirksamen Effekte aus anteilsbasierten Vergütungsprogrammen. Die EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit stellt das Verhältnis von EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit zu Außenumsatz dar.

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 projekt- oder 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, Pay-per-Ad-Umsatzerlöse, Umsatzerlöse durch FlowFact (unsere CRM-Software für gewerbliche Immobilienhändler) und weitere nicht-anzeigenbezogene Umsatzerlöse. Auch die Umsatzerlöse unserer Portale in Österreich werden hier ausgewiesen.
- **Sonstige Umsatzerlöse** bestehen aus Umsatzerlösen, die durch private Anzeigen oder mit Dienstleistungen entlang des Immobilienverkaufs- bzw. Vermietungsprozesses erzielt werden, einschließlich Bonitätsprüfung und Bewertungsdienstleistungen und 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 Mitgliedschafts- oder einen Projekt- bzw. Paketvertrag 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 (berechnet aus Bestand an Kernmaklern am Beginn und am Ende des Zeitraums) und weiter durch die Anzahl der Monate im jeweiligen Zeitraum geteilt wird.

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, der Niederlande, Luxemburg und Italien.¹¹
- **Umsatzerlöse von Kernhändlern** bestehen aus Umsatzerlösen, die von AS24-Kernhändlern in Deutschland oder in Belgien (inklusive Luxemburg), den Niederlanden und Italien („Benelux/Italien“) 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,

⁹ Datenquelle: comScore

¹⁰ Datenquelle: autobiz

¹¹ Datenquelle: comScore

Umsatzerlösen über das Werkstattportal und für andere Dienstleistungen für Händler wie z.B. Plattformschnittstellen. Zudem sind Umsatzerlöse aus dem Produkt „Express-Verkauf“ 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 in Deutschland oder Benelux/Italien, 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 (berechnet aus Bestand an Kernmaklern am Beginn und am Ende des Zeitraums) und weiter durch die Anzahl der Monate im jeweiligen Zeitraum geteilt wird.

Forschung und Entwicklung

Innovationen sind für uns ein elementarer Bestandteil für unsere Strategie eines nachhaltigen und profitablen Umsatzwachstums. Wir streben danach die Produkte für unsere Kunden und Nutzer kontinuierlich zu optimieren und die Digitalisierung der Verbrauchererfahrung entlang der Wertschöpfungsketten im Immobilien- und Automobilbereich durch die Entwicklung neuer Produkte voranzutreiben.

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

Basierend auf dem „OneScout24“-Ansatz ist unsere Produktentwicklung dezentral in den Segmenten IS24 bzw. AS24 aufgestellt, agiert aber nach gleichen Prinzipien. Das im Geschäftsjahr 2015 gestartete Projekt zur technischen Annäherung der beiden Plattformen IS24 und AS24 im Rahmen der Migration zu einem Cloud-basierten Datensystem wurde auch im Geschäftsjahr 2017 weiter vorangetrieben.

Groß geworden als klassisches Desktop-Internet-Unternehmen, kommen aufgrund einer konsequenten Mobile-First-Strategie, getrieben durch die Produktentwicklung, heute schon 71% des gesamten Traffic der IS24 und AS24 in Deutschland 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 Apps für Smartphones sowie responsiven Designs für alle weiteren Geräte.

Unser Ziel ist, kontinuierlich unsere Produkte zu verbessern und neue Produkte für die Bedürfnisse unserer privaten und gewerblichen Kunden zu entwickeln. So werden beispielsweise Anbieter während des Anzeigengenerierungsprozesses und bei der Präsentation ihrer Anzeigen bestmöglich mit Produkten und Services unterstützt.

¹² Managementeinschätzung, basierend auf der Summe der Besuche der IS24 und AS24 Plattformen (nicht dedupliziert) über mobile Endgeräte, mobil-optimierte Webseite und Apps im Verhältnis zu der Summe der gesamten Besuche, gemessen mit dem eigenen Traffic Monitor (Google Analytics), Dezember 2017

Wir möchten mit Hilfe unserer Plattformen auch die Kontaktaufnahme zwischen Anbietern und Suchenden erleichtern und Raum für einfache und direkte Kommunikation bieten. Dies ermöglichen wir bei IS24 beispielsweise über ein integriertes Nachrichten-Postfach, der sogenannte „Contact-Manager“. Im letzten Jahr wurde die Funktionalität verbessert und erweitert und ermöglicht eine einfache Kategorisierung und Priorisierung von Nachrichten mit Hilfe der Markierungs- und Filterfunktion sowie den Versand von Sammelnachrichten. Der „Contact Manager 2.0“ unterstützt die privaten Immobilienanbieter, eine große Anzahl von Anfragen von Immobilieninteressenten effizient und stressfrei zu verwalten. Für Immobiliensuchende haben wir im letzten Jahr die Sucherfahrung für mobile Endgeräte weiter verbessert und die Funktionalität erweitert. So können Nutzer jetzt den Umkreis, in dem sie suchen möchten, mit Hilfe einer integrierten Karte gezielter auswählen. Gleichzeitig können sie Immobilienangebote passend zur Suche direkt auf der Karte sehen. Weiterhin wurde die mobile Startseite um Empfehlungen von Objekten erweitert, die nicht in allen Punkten zu ihren Suchkriterien passen, aber für den Nutzer relevant sein könnten.

Bei AS24 wurde die Plattform um die technische Möglichkeit erweitert, ähnlich wie bei IS24, sogenannte 360°-Aufnahmen in die Fahrzeug-Exposés zu integrieren. Unsere Autohändler können mittels einer mobilen Applikation einfach und kostengünstig hochauflösende, vergrößerbare 360°-Bilder von einem Fahrzeug – sowohl als Außen- als auch als Innenansicht - aufzunehmen und in das Fahrzeuginserat zu integrieren. Das schafft nicht nur eine bessere Möglichkeit für Händler um das Fahrzeug zu präsentieren, sondern auch mehr Transparenz für Autosuchende: Nutzer können direkt online das Fahrzeug untersuchen und sich selber ein Bild des Zustands machen. In Deutschland genießt AS24 für diese Technik zwei Jahre Exklusivität. Eine weitere Funktion auf der AS24 Plattform, die Transparenz im Fahrzeugmarkt fördert, ist die im Jahr 2017 eingeführte Preisbewertung. Die Preisbewertung gibt Aufschluss über das Preis-Leistungs-Verhältnis eines Angebots verglichen mit ähnlichen Fahrzeugmodellen. Der selbstlernende Algorithmus berechnet den Marktpreis für jedes Fahrzeug. Danach wird der Marktpreis mit dem Angebotspreis des Verkäufers verglichen. Die Differenz daraus führt zur Vergabe der Preiskennzeichen, welche von „Top Angebot“ über „Faires Angebot“ bis hin zu „Teuer“ reichen.

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

Der Gesamtaufwand für die Produktentwicklung, belief sich im Jahr 2017 auf 34,4 Millionen Euro (2016: 28,7 Millionen Euro), hiervon wurden insgesamt 19,4 Millionen Euro bzw. 56,2% (2016: 16,0 Millionen Euro bzw. 55,7%) im Rahmen der bestehenden IFRS-Bilanzierungsregeln aktiviert. Neben unseren eigenen Personalkosten umfassen die gesamten Aufwendungen für die Produktentwicklung auch Kosten für externe Dienstleister, welche uns als verlängerte Werkbank im Entwicklungsprozess unterstützen. Im Jahr 2017 beliefen sich die Kosten für externe Dienstleister auf 11,0 Millionen Euro (2016: 10,4 Millionen Euro).

Die Veränderung des Gesamtentwicklungsaufwands zum Vorjahr begründet sich hauptsächlich aus der Einbeziehung der Produktfunktion bei AS24 in die Entwicklungstätigkeit sowie dem Aufbau von internem Personal, damit Produktoptimierungen und die Entwicklung von neuen Produkten für die Plattformen IS24 und AS24 schneller vorangetrieben werden können. Der Anstieg der aktivierten Entwicklungskosten begründet sich als Kombination des Anstiegs der zugrundeliegenden internen Stundensätze sowie der aktivierten Stunden aufgrund verstärkter Produktentwicklung.

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

Corporate Social Responsibility¹³

Gesellschaftliches Engagement ist bei Scout24 gelebte Unternehmenskultur. Im ersten Halbjahr 2017 haben wir erstmalig eine Publikation zum Thema Corporate Social Responsibility veröffentlicht. Im Scout24 CSR-Bericht informieren wir über unsere aktuellen Initiativen, wesentliche Indikatoren zu den Themen Unternehmensführung, Compliance, Diversität, Ökologie sowie gesellschaftliches Engagement und bieten einen Ausblick über zukünftige Maßnahmen zum Thema Nachhaltigkeit. Die nächste Publikation ist für das erste Halbjahr 2018 angekündigt und wird auch den nichtfinanziellen Bericht gemäß 315b ff. HGB enthalten.

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

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

Dabei agiert die Scout24-Gruppe nicht losgelöst von ihrem gesellschaftlichen Umfeld, sondern versteht sich bei allen Geschäftstätigkeiten als „Corporate Citizen“¹⁴ und als Knotenpunkt in einem Netzwerk unterschiedlicher Akteure und Partner. Corporate Social Responsibility (CSR) bedeutet für uns, verantwortungsvoll und nachhaltig mit unseren internen und externen Stakeholdern (Anspruchsgruppen) umzugehen. Das bedeutet zum einen, potenzielle negative Einflüsse auf Gesellschaft und Umwelt zu vermeiden. Zum anderen, CSR als ein Zukunftsmodell zu betrachten: Wir wollen gemeinsam mit unseren Mitarbeitern, Kunden und Partnern Lösungen entwickeln, um zu einer nachhaltigen Entwicklung beizutragen und zudem unser Geschäft zukunftsfähig aufstellen. Daher haben wir uns auf den Weg gemacht, soziale und ökologische Aspekte in unser tägliches Handeln und in den einzelnen Geschäftsbereichen zu verankern.

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

Wir engagieren uns für unsere Kunden und Nutzer

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

Wir behandeln Daten absolut vertraulich und kommunizieren professionell

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

¹³ Dieser Teil des Berichtes ist nicht Teil der Prüfung durch die Abschlussprüfer.

¹⁴ Begriffserklärung: Sinngemäß „Bürgerliches Engagement“

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

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

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

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

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

Wirtschaftsbericht - Geschäftsverlauf und Lage des Konzerns

Gesamtwirtschaftliche und branchenbezogene Rahmenbedingungen

Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Scout24 ist im Immobilienbereich in Deutschland und Österreich, sowie im Automobilbereich in Deutschland, Italien, Belgien (inklusive Luxemburg), den Niederlanden, Spanien, Frankreich und Österreich, also innerhalb der Eurozone, aktiv. Deutschland ist mit 82% Umsatzanteil im Geschäftsjahr 2017 der Hauptmarkt von Scout24. Die konjunkturelle Lage in Deutschland war im Jahr 2017 gekennzeichnet durch ein kräftiges Wirtschaftswachstum, mit einem Anstieg des realen Bruttoinlandsproduktes um 2,2 % gegenüber dem Vorjahr.¹⁵ Im Jahr 2018 wird ein starkes Wachstum von 2,6 % erwartet.¹⁶ Im Euroraum ist gemäß Vereinigung der drei führenden europäischen Wirtschaftsforschungsinstitute, Eurozone Economic Outlook, ebenfalls mit einem kräftigem Wachstum zu rechnen, wobei das Wachstum im ersten Quartal 2018 etwas dynamischer als im zweiten Quartal 2018 ausfallen wird.¹⁷

Vor dem Hintergrund einer stabilen wirtschaftlichen Entwicklung wird unser Geschäftsmodell jedoch im Wesentlichen 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 Apps haben die Internetnutzung als einen festen Bestandteil im Leben der Konsumenten verankert. Insgesamt nutzten im ersten Quartal 2017 87 % der Bevölkerung in Deutschland das Internet (2016: 87 %). 81% der Nutzer gingen auch mobil ins Netz, dies ist ein Anstieg von 8 Prozentpunkten gegenüber dem Vorjahr (2016: 73%). 90 % nutzten das Internet zur Suche nach Informationen über Waren und Dienstleistungen (2016: 89%).¹⁸ 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.¹⁹ In Europa hatten im Jahr 2017 87 % der Privathaushalte Zugang zum Internet, ein Anstieg um 2 Prozentpunkte im Vergleich zum Vorjahr.²⁰

Dieser Trend beeinflusst zunehmend die Allokation von Marketingbudgets. In Deutschland ist der Anteil der Gesamtwerbeausgaben, die Werber in Zeitungswerbung investieren, von 36,6 % im Jahr 2007 auf 22,7 % im Jahr 2017 zurückgegangen und sinkt bis 2020 voraussichtlich weiter auf 19,0 %. Im Gegensatz dazu ist der Anteil an den Gesamtwerbeausgaben für Onlinewerbung von 11,1 % im Jahr 2007 auf 34,0 % im Jahr 2017 gestiegen. Die Ausgaben für Onlinewerbung lagen in 2017 bereits 50,8 % höher als die Ausgaben für TV-Werbung. Es wird erwartet, dass der Anteil der Ausgaben für Onlinewerbung weiter zunimmt und im Jahr 2020 39,8 % erreicht.²¹

¹⁵ Statistisches Bundesamt, Erste Jahresergebnisse vom 11. Januar 2018

¹⁶ Deutsche Bundesbank, Perspektiven der deutschen Wirtschaft, Monatsbericht, Dezember 2017

¹⁷ Eurozone Economic Outlook vom 10. Januar 2018

¹⁸ Statistisches Bundesamt, Private Haushalte in der Informationsgesellschaft - Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien, Erhebung 2016 und 2017

¹⁹ puls Marktforschung, Dezember 2016

²⁰ Eurostat, Internet-Zugangsdichte - Haushalte, Abruf vom 16.01.2018

²¹ ZenithOptimedia, Advertising Expenditure Forecasts, Dezember 2017

Mit unseren führenden Marktpositionen, sowohl im Vergleich mit reinen Online- Rubriken-Portalen als auch mit allgemeinen Kleinanzeigenportalen, sind wir gut aufgestellt, um von diesem Trend zu profitieren. IS24 ist das marktführende Immobilienanzeigenportal in Deutschland²², AS24 ein führender digitaler Automobilmarktplatz in Europa, mit führenden Positionen in Italien, Belgien (inklusive Luxemburg), den Niederlanden und Österreich und einer zweiten Marktposition in Deutschland.²³

Entwicklung des deutschen Wohnimmobilienmarkts

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

In 2016 gab es für den Bereich der Wohnimmobilien (exklusive Wohnbauland) 608.000 Verkaufstransaktionen. Die aktuelle GEWOS-Prognose vom 12. Oktober 2017 erwartet trotz leicht rückläufiger Transaktionszahlen auf 604.000 eine Steigerung der Transaktionsumsätze um 5 % auf EUR 153,7 Mrd. im Jahr 2017 (2016: EUR 146,0 Mrd.).²⁴ Als Grund für den Umsatzanstieg nennt GEWOS weitere Preissteigerungen, insbesondere im Bereich Wohneigentum, die von einer hohen Nachfrage im Zusammenhang mit geringer Bautätigkeit getrieben wurden. Auch für 2018 prognostiziert GEWOS weitere Umsatzsteigerungen am deutschen Markt. Im Bereich Wohnimmobilien dürften sich die Umsätze um weitere 2 % erhöhen. Die Preisdynamik sollte auch im kommenden Jahr bestimmend für die Marktentwicklung sein, die Transaktionen von Wohnimmobilien dürften um 1% zurückgehen, laut GEWOS-Prognose.²⁵

Deutschlands Immobilienmaklerstruktur ist stark fragmentiert. Nach Einschätzungen von Scout24 hat insbesondere im Jahr 2016 eine Marktkonsolidierung stattgefunden. Im Einklang mit der stattgefundenen Konsolidierung ist auch im Jahr 2017 trotz steigender Transaktionsumsätze die Anzahl der am Markt aktiven Makler weitestgehend stabil geblieben. Diese stabile Entwicklung nach einer Zeit geprägt von Fluktuation in den Vorjahren 2015 und 2016 ist zum Teil auf den Trend zur Professionalisierung der Branche in Anlehnung an bereits weiter entwickelte Immobilienmärkte zurückzuführen.

Entwicklung des europäischen Automobilmarktes

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

Deutschland stellt mit einer Gesamtanzahl von 45,8 Millionen PKWs in 2016²⁶ und einem Gesamtumsatz von rund 184 Milliarden Euro aus Verkäufen von neuen und gebrauchten PKWs²⁷ den größten europäischen Automobilmarkt dar. Laut Kraftfahrt-Bundesamt haben im Jahr 2017 zirka 7,3 Millionen Gebrauchtfahrzeuge den Besitzer gewechselt, dies sind zirka 1 % weniger als in 2016. Insgesamt wurden in 2017 zirka 3,4 Millionen Neufahrzeuge zugelassen, ein Anstieg von 2,7 % gegenüber dem Jahr 2016.²⁸ Für das Jahr 2018 rechnet der Zentralverband Deutsches Kfz-Gewerbe (ZDK) im Einklang mit der positiven gesamtwirtschaftlichen Prognose mit 3,4 bis 3,5 Millionen Pkw-Neuzulassungen und somit mit einem Anstieg gegenüber dem Vorjahr. Auf dem

²² Basierend auf Anzahl an Immobilieninseraten (Managementeinschätzung) sowie Besucherzahlen (Unique Monthly Visitors, "UMV") und Nutzeraktivität (comScore Dezember 2017 (Desktop PC für Besucherzahlen, Desktop PC und mobile Endgeräte hinsichtlich Nutzeraktivität))

²³ Basierend auf der Anzahl an Automobilinseraten von Händler (Autobiz, Dezember 2017)

²⁴ Exklusive Wohnbauland

²⁵ GEWOS 2017

²⁶ Kraftfahrt-Bundesamt

²⁷ DAT, DAT-Report 2017

²⁸ Kraftfahrt-Bundesamt, Fahrzeugzulassungen im Dezember 2016, Januar 2017

Gebrauchtwagenmarkt gibt der ZDK aufgrund jüngster Ereignisse im Bereich Dieselfahrzeuge eine verhaltene Prognose ab auf ähnlichem oder leicht rückläufigem Niveau wie im Vorjahr und rechnet mit 7,2 bis 7,4 Millionen Besitzumschreibungen für das Jahr 2018.²⁹

Italien ist ein weiterer großer Automobilmarkt in Europa mit zirka 37,9 Millionen registrierten PKW.³⁰ Die Zahl der verkauften PKW in Italien ist im Zeitraum nach der Wirtschaftskrise zurückgegangen. Für das Jahr 2017 berichtet das italienische Ministerium für Verkehr ein Wachstum von 8 % gegenüber dem Vorjahr auf knapp unter 2 Millionen Fahrzeugzulassungen. Damit liegt der italienische Automobilmarkt zwar immer noch rund 20 % unter dem Vorkrisenniveau (2007: 2,5 Millionen Fahrzeugzulassungen), zeigt aber Anzeichen der Erholung. Für das Jahr 2018 rechnet das italienische Forschungsinstitut für den Automobilmarkt Centro Studi Promotor mit der Überschreitung der Schwelle von 2 Millionen Fahrzeugzulassungen. Der Anstieg soll auch im Jahr 2019 anhalten, und rund 2,2 Millionen Fahrzeugzulassungen erreichen.³¹

Der Automobilmarkt in den Benelux-Staaten hat sich im Gegensatz zu Italien in den letzten zehn Jahren stabil entwickelt. Belgien verzeichnete mit 546.558 Neuzulassungen einen Anstieg von 1,3 % gegenüber dem Vorjahr (2016: 539.519).³² Im Jahr 2017 gab es in den Niederlanden 414.538 Neuzulassungen, und somit 8,4% mehr als im Vorjahr. Der Gebrauchtwagenmarkt wuchs im Jahr 2017 um 0,1 % gegenüber 2016, rund 1,8 Millionen Fahrzeuge wechselten den Besitzer im Jahr 2017.³³

Geschäftsentwicklung Konzern

Die Strategie der konsequenten Ausrichtung auf die Bedürfnisse der Nutzer, der Steigerung des Anzeigenbestandes, der Verbesserung des Leistungsversprechens durch Zusatzprodukte sowie der Weiterentwicklung von einem Kleinanzeigenportal zu einem Marktnetzwerk zahlt sich aus. Scout24 befindet sich weiterhin auf Wachstumskurs und erzielte im Geschäftsjahr 2017 eine deutliche Steigerung der Außenumsätze um 8,5% auf 479,8 Millionen Euro. Dieser Anstieg ist hauptsächlich zurückzuführen auf die bessere Monetarisierung der bestehenden Händlerbasis sowie die weiter voranschreitende Penetration von Sichtbarkeitsprodukten bei AS24, eine verbesserte Zielgruppenansprache („programmatic advertising“) unserer Werbeangebote und das verbesserte und erweiterte Angebot von Dienstleistungen für Konsumenten und die damit verbundene Monetarisierung entlang des gesamten Immobilienverkaufs- bzw. Vermietungsprozesses.

Die Monetarisierung der Initiativen im Bereich der Dienstleistungen für Nutzer entlang des gesamten Immobilienverkaufs- bzw. Vermietungsprozesses, vorangetrieben durch Scout24 Consumer Services, wurde im vergangenen Geschäftsjahr erweitert und verbessert. Auch im Bereich Werbeanzeigenverkauf konnte Scout24 als führender Digitalvermarkter ihre Reichweite weiter stärken.³⁴ Insgesamt konnte Scout24 dank ihres breiten und auf die Kunden und Nutzer zugeschnittenen Angebots ihre Position als Marktnetzwerk rund um Immobilien und Automobile in Deutschland und Europa weiter festigen.

Basierend auf dem starken operativen Leverage und somit einem unterproportionalen Kostenwachstum verbesserte sich das Konzern-EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit im Gesamtjahr 2017 um 12,6% auf 252,8 Millionen Euro, die Marge betrug 52,7%; im Gesamtjahr 2016 betrug die Marge 50,8%.

²⁹ Zentralverband Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe, November 2017

³⁰ Automobile Club D'Italia, Angabe für 2016, Statistisches Jahrbuch 2016

³¹ Automoto.it, Dezember 2017

³² FEBIAC, Immatriculations de véhicules neufs Décembre 2017, Januar 2018

³³ VWE Automotive, Januar 2018

³⁴ AGOF Digital Facts, 03 -2017

Die Investitionen im Jahr 2017 betragen 22,8 Millionen Euro und liegen über dem Vorjahresniveau (2016: 19,5 Millionen Euro). Der Anstieg der Investitionen gegenüber dem Vorjahr und gegenüber der Prognose im Lagebericht 2016 begründet sich durch höhere Aktivierung von selbsterstellten Vermögenswerten im Wesentlichen aufgrund erhöhter interner Stundensätze in Kombination mit mehr aktivierten Stunden bedingt durch verstärkte Entwicklung von Produkten für die Plattformen IS24 und AS24. Im Verhältnis zum Umsatz blieb das Investitionsvolumen weitestgehend stabil mit 4,8% gegenüber 4,4% im Vorjahreszeitraum.

Die Cash Contribution, definiert als EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit vermindert um Investitionen, stieg im Geschäftsjahr 2017 um 25,0 Millionen Euro auf 230,0 Millionen Euro gegenüber dem Vergleichszeitraum (2016: 205,0 Millionen Euro). Die Cash Conversion Rate³⁵, bezogen auf das EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit, betrug 91,0% gegenüber 91,3% der Vergleichsperiode.

Zum 31. Dezember 2017 beliefen sich die **> Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente** auf 56,7 Millionen Euro (31. Dezember 2016: 43,4 Millionen Euro). Die Nettofinanzverbindlichkeiten³⁶ beliefen sich auf 560,9 Millionen Euro, im Vergleich zu 633,9 Millionen Euro zum 31. Dezember 2016. Dies ist in erster Linie auf die Tilgungen von Finanzverbindlichkeiten aus dem bestehenden Konsortialkredit im Laufe des Geschäftsjahres 2017 in einer Gesamthöhe von 60,0 Millionen Euro zurückzuführen.

Die vorgelegten Zahlen liegen voll im Rahmen der Prognose aus dem Geschäftsbericht 2016. Das Umsatzwachstum liegt mit 8,5% im Rahmen der Erwartungen (Wachstum um einen hohen einstelligen Prozentbereich), die EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit liegt mit 52,7% im Jahr 2017 über den Erwartungen (Steigerung um rund einen Prozentpunkt gegenüber 50,8% im Jahr 2016). Die nicht-operativen Kosten beliefen sich auf insgesamt 20,0 Millionen Euro, und liegen somit über der avisierten Größenordnung (rund 14,5 Millionen Euro). Dies ist im Wesentlichen auf nicht planbare Kosten im Rahmen von M&A Aktivitäten sowie auf höhere Aufwendungen für Reorganisation zurückzuführen. Die Investitionen liegen mit einer Gesamthöhe von 22,8 Millionen Euro über der abgegebenen Prognose im Geschäftsbericht 2016, welche davon ausging, dass sich die Investitionen etwa auf dem gleichen Niveau bewegen werden wie im Geschäftsjahr 2016 (19,5 Millionen Euro).

Entwicklung der Geschäftsbereiche

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

³⁵ Cash conversion rate ist definiert als EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit abzüglich Investitionen im Verhältnis zu EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit.

³⁶ Nettofinanzverbindlichkeiten sind definiert als Summe der kurz- und langfristigen Finanzverbindlichkeiten vermindert um liquide Mittel.

Wesentliche Leistungsindikatoren

(in Millionen Euro)	Q4 2017*	Q4 2016*	+/-	GJ 2017	GJ 2016	+/-
Umsatzerlöse von Kernmaklern (Deutschland)	41,0	39,7	3,3%	159,8	156,9	1,8%
Umsatzerlöse von sonstigen Maklern	9,0	9,1	-1,1%	36,0	35,4	1,7%
Sonstige Umsatzerlöse	26,6	24,3	9,5%	103,0	92,4	11,5%
Außenumsätze gesamt	76,7	73,1	4,9%	298,8	284,6	5,0%
EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit	46,9	45,7	2,6%	185,7	179,2	3,6%
EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit in %	61,2%	62,5%	-1,3pp	62,2%	63,0%	-0,8pp
EBITDA	43,5	42,3	2,8%	172,3	162,6	6,0%
Investitionen	4,3	3,4	26,5%	14,2	11,1	27,9%
Kernmakler (Anzahl zum Periodenende)	17.507	17.411	0,6%	17.507	17.411	0,6%
Kernmakler (Anzahl Periodendurchschnitt)	17.369	17.390	-0,1%	17.459	18.383	-5,0%
Kernmakler ARPU (EUR/Monat)	787	762	3,3%	763	711	7,3%
UMV³⁷ (nur Desktop, Anzahl/Millionen)	5,8	5,1	14%	5,9	6,4	-8%
UMV³⁸ (Multiplattform, Anzahl/Millionen)	12,5	10,3	21%	12,7	11,9	7%

*ungeprüft

Die Außenumsätze im Segment IS24 stiegen im Berichtszeitraum um 5,0% auf 298,8 Millionen Euro im Vergleich zu 284,6 Millionen Euro im Jahr 2016. Das Umsatzwachstum liegt somit im Rahmen der im Geschäftsbericht 2016 kommunizierten Erwartungen (Wachstum im mittleren einstelligen Prozentbereich). Der größte Umsatzanteil entfällt, wie auch im Vorjahr, auf die Umsatzerlöse von Kernmaklern, welche um 1,8% auf 159,8 Millionen Euro (2016: 156,9 Millionen Euro) zunahm. Auch im Q4 2017 zeigten die Umsatzerlöse von Kernmaklern ein sequentielles Wachstum, sowohl im Vergleich zum Vorquartal (2,2%) als auch zur Vergleichsperiode des Vorjahres (3,3%). Getrieben wurde dieses Umsatzwachstum von einem Anstieg des ARPU³⁹ um 7,3% auf 763 Euro für das Gesamtjahr 2017 (2016: 711 Euro). Nach einem Rückgang im ersten Quartal 2017 auf 17.041 Kernmakler von 17.411 Kernmaklern zu Ende des Jahres 2016, stabilisierte sich die Anzahl der Kernmakler im Laufe des Jahres 2017. Zum Ende des Jahres 2017 konnte gegenüber dem Vorjahr ein leichter Anstieg auf 17.507 verzeichnet werden. Der Anstieg der Kernmakleranzahl, auch unter Berücksichtigung von Geschäftsaufgaben liegt leicht über den Erwartungen (weitestgehend stabile Entwicklung) und ist bedingt durch geringe Kündigungs-

³⁷ ComScore 2017, Mittelwert der jeweiligen Periode

³⁸ ComScore 2017, Mittelwert der jeweiligen Periode beziehungsweise für das Jahr 2016 Mittelwert für den Zeitraum von Januar bis Mai 2016 sowie Oktober bis Dezember 2016. Im Zeitraum von Juni bis September 2016 wurden fehlerhafte Daten erhoben, dieser Zeitraum wurde daher in der Berechnung des Mittelwertes ausgeschlossen.

³⁹ ARPU: Durchschnittlicher Erlös pro User pro Monat, berechnet über die mit Kernmaklern erzielten Umsatzerlöse im jeweiligen Zeitraum geteilt durch die durchschnittliche Anzahl der Kernmakler (berechnet aus Bestand an Kernmaklern am Beginn und am Ende des Zeitraums), weiterhin dividiert durch die Anzahl der Monate im entsprechenden Zeitraum.

sowie hohe Kundenrück- und Neugewinnungsraten. Die bessere Monetarisierung unserer Kundenbasis konnte einen gegenläufigen Effekt auf das Wachstum des ARPU aufgrund vergleichsweise hoher Rückgewinnung bzw. Neuakquise von Kernmaklern mit einem vergleichsweise niedrigerem ARPU nur zum Teil ausgleichen. Dementsprechend verlangsamte dieser Effekt die Dynamik des ARPU-Wachstums gegenüber dem Vorjahr, welches sich somit nur am unteren Ende der Erwartungen bewegt (Wachstum im hohen einstelligen bis niedrigen zweistelligen Prozentbereich). Die Migration unserer Kunden in das Mitgliedschaftsmodell wurde aufgrund des Auslaufens älterer Vertragsmodelle zum Jahresende 2017 im Dezember 2017 abgeschlossen.

Die Umsatzerlöse von sonstigen Maklern sind im Jahresvergleich um 1,7% auf 36,0 Millionen Euro (2016: 35,4 Millionen Euro) gewachsen. Das Wachstum liegt innerhalb der im Geschäftsbericht 2016 kommunizierten Prognose (Wachstum im niedrigen einstelligen Prozentbereich).

Die Monetarisierung der Initiativen im Bereich der Dienstleistungen für Nutzer entlang des gesamten Immobilienverkaufs- bzw. Vermietungsprozesses, gesteuert durch den Bereich Scout24 Consumer Services, trugen in erster Linie zum Anstieg der sonstigen Umsatzerlöse um 11,5% auf 103,0 Millionen Euro in 2017 bei (2016: 92,4 Millionen Euro). Das Wachstum der sonstigen Umsatzerlöse entspricht somit voll den Erwartungen eines Wachstums im niedrigen Zehnerprozentbereich.

IS24 konnte im abgelaufenen Geschäftsjahr seine Marktstellung weiter ausbauen: Im Einklang mit der Marktentwicklung, welche mit einer Verringerung der durchschnittlichen Standzeiten der Anzeigen auf den Plattformen einhergeht, ist in 2017 die Gesamtzahl an Anzeigen auf der IS24 Plattform zwar leicht rückläufig (zirka 445 Tausend Anzeigen zum Dezember 2017 im Vergleich zu zirka 466 Tausend Anzeigen im Dezember 2016), der Marktanteil konnte jedoch ausgebaut werden.⁴⁰ Die Anzahl der Anzeigen im Vergleich zum nächsten Wettbewerber wurde von 1,6fach in 2016 auf das 1,8fache in 2017 erhöht.⁴¹

Durch dieses umfangreiche Angebot konnte IS24 seine führende Position bei Besucherzahlen („Traffic“) und Nutzeraktivität behaupten, mit durchschnittlich 530 Millionen Minuten verbrachter Zeit auf der Plattform in 2017 (Desktop-PC und mobile Endgeräte, 2,6 mal mehr im Vergleich zum engsten Wettbewerber).⁴² Die durchschnittliche Anzahl an Besuchen („Sessions“) pro Monat auf den Webseiten lag in 2017 bei 81 Millionen (2016: 72 Millionen) und ist somit um 13% angestiegen, wohingegen, unterstützt durch unseren „mobile-first“ Ansatz, die durchschnittliche Anzahl an Besuchen über mobile Endgeräte um 20% zunahm. Die durchschnittliche Anzahl an Besuchen über mobile Endgeräte macht zwischenzeitlich 74% der Gesamtsessions aus (69% in 2016).⁴³

Vor dem Hintergrund der positiven Umsatzentwicklung erhöhte sich das EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit in 2017 im Vergleich zur Vorjahresperiode um 3,6% auf 185,7 Millionen Euro (2016: 179,2). Bedingt durch Initiativen im Bereich der Produktentwicklung und -vermarktung entwickelte sich im Jahr 2017 die Kostenbasis leicht überproportional zum Umsatz. Die EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit von 62,2% liegt somit leicht unter dem Niveau des Vorjahres (2016: 63,0%), nichtsdestotrotz leicht über den Erwartungen wie im Geschäftsbericht 2016 dargestellt und im Halbjahresbericht 2017 konkretisiert (EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit leicht niedriger oder in vergleichbarer Höhe des Vorjahres, konkretisiert: mindestens aber 61,5%).

⁴⁰ Schätzungen des Managements.

⁴¹ Schätzungen des Managements.

⁴² ComScore 2017, Mittelwert für den jeweiligen Zeitraum beziehungsweise für 2016 Mittelwert für den Zeitraum von Januar bis Juni 2016 sowie November bis Dezember 2016. Im Zeitraum von Juli bis Oktober 2016 wurden fehlerhafte Daten erhoben, dieser Zeitraum wurde daher in der Berechnung des Mittelwertes ausgeschlossen.

⁴³ Schätzungen des Managements, basierend auf Sitzungen auf der IS24 Plattform über mobile Endgeräte, mobil-optimierte Webseite und IS24-Apps im Verhältnis zu Gesamtbesuchern, gemessen mit dem eigenen Traffic Monitor (Google Analytics).

Die Investitionen in der Berichtsperiode betragen 14,2 Millionen Euro im Vergleich zu 11,1 Millionen Euro im Vergleichszeitraum 2016. Wesentlicher Grund für den Anstieg war eine Zunahme der Aktivierung von selbstgestellten Vermögenswerten bedingt durch eine Kombination eines angestiegenen internen Stundensatzes mit mehr aktivierten Stunden sowie einer Zunahme der aktivierten Leistungen externen Dienstleister.

AutoScout24

Wesentliche Leistungsindikatoren

(in Millionen Euro)	Q4 2017*	Q4 2016*	+/-	GJ 2017	GJ 2016	+/-
Umsatzerlöse von Kernhändlern (Deutschland)	17,4	15,2	14,5%	66,1	55,8	18,5%
Umsatzerlöse von Kernhändlern (Benelux/Italien)	15,2	12,7	19,7%	58,0	48,9	18,6%
Umsatzerlöse von anderen Händlern	4,5	3,5	28,6%	15,0	13,6	10,3%
Sonstige Umsatzerlöse	11,1	10,1	9,9%	36,0	33,6	7,1%
Außenumsätze gesamt	48,2	41,5	16,1%	175,1	152,0	15,2%
EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit	23,9	16,7	43,1%	85,9	64,2	33,8%
EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit in %	49,5%	40,2%	9,3pp	49,1%	42,2%	6,9 pp
EBITDA	20,6	14,1	46,1%	76,1	55,9	36,1%
Investitionen	2,2	1,7	29,4%	7,5	7,3	2,7%
Deutschland						
Kernhändler (Anzahl zum Periodenende)	26.209	24.421	7,3%	26.209	24.421	7,3%
Kernhändler (Anzahl Periodendurchschnitt)	26.183	24.351	7,5%	25.315	23.360	8,4%
Kernhändler ARPU (EUR/Monat)	221	208	6,3%	217	199	9,0%
UMV⁴⁴ (nur Desktop, Anzahl/Millionen)	3,0	3,0	0,0%	3,1	3,7	-16,2%
UMV⁴⁵ (Multiplattform, Anzahl/Millionen)	6,3	5,3	18,9%	6,4	6,1	4,9%
Benelux/Italien						
Kernhändler (Anzahl zum Periodenende)	18.892	18.747	0,8%	18.892	18.747	0,8 %
Kernhändler (Anzahl Periodendurchschnitt,)	18.859	18.623	1,3%	18.820	18.097	4,0%
Kernhändler ARPU (EUR/Monat)	268	228	17,5%	257	225	14,2%
UMV⁴⁶ (nur Desktop, i Anzahl/Millionen)	2,5	2,5	0,0%	2,5	2,8	-10,7%

*ungeprüft

⁴⁴ ComScore 2017, Mittelwert der jeweiligen Periode

⁴⁵ ComScore 2017, Mittelwert der jeweiligen Periode

⁴⁶ ComScore 2017, Mittelwert der jeweiligen Periode, Managementeinschätzung für Region Luxembourg auf Basis von ComScore Daten.

Die Außenumsätze im Segment AS24 zeigen einen starken Wachstumskurs mit einem Anstieg von 15,2% auf 175,1 Millionen Euro im Geschäftsjahr 2017 gegenüber 152,0 Millionen Euro im Geschäftsjahr 2016. Dieser Anstieg liegt damit voll im Rahmen der im Geschäftsbericht 2016 formulierten Prognose, welche von einem Wachstum im mittleren Zehnerprozentbereich ausging. Die dynamische Entwicklung wird hauptsächlich durch den starken Anstieg der Umsatzerlöse von Kernhändlern Deutschland um 18,5% auf 66,1 Millionen Euro (erwartet: mittlerer Zehnerprozentbereich) und Benelux/Italien um 18,6% auf 58,0 Millionen Euro (erwartet: mittlerer Zehnerprozentbereich) bestimmt. Wesentlicher Treiber des Wachstums war die bessere Monetarisierung der bestehenden Händlerbasis und einem damit verbundenen starkem Wachstum des ARPU (durchschnittlicher Erlös pro Kernhändler pro Monat). Das Wachstum des ARPU lässt sich auf durchgeführte Preiserhöhungen für Basisverträge sowie auf eine zunehmende Penetration der Sichtbarkeitsprodukte zurückführen. Der ARPU nahm im Bereich der Kernhändler Deutschland um 9,0% auf 217 Euro im Vergleich zum Gesamtjahr 2016 (199 Euro) zu. Auch die Anzahl der Kernhändler in Deutschland nahm im Laufe des Jahres trotz der hohen Marktdurchdringung und entgegen der Erwartungen deutlich zu und stieg zum 31. Dezember 2017 um 7,3% auf 26.209 (31. Dezember 2016: 24.421). Der ARPU im Bereich der Kernhändler Benelux/Italien wuchs mit 14,2% stärker als in Deutschland, der ARPU für das Gesamtjahr 2017 betrug 257 Euro im Vergleich zu 225 Euro im Gesamtjahr 2016. Die Anzahl der Kernhändler in Benelux/Italien stieg zum 31. Dezember 2017 um 0,8% auf 18.892 Händler.

Umsatzerlöse von anderen Händlern (15,0 Millionen Euro vs. 13,6 Millionen Euro in 2016) liegen mit 10,3% Wachstum am unterem Ende der im Geschäftsbericht 2016 abgegebenen Prognose (Wachstum im niedrigen Zehnerprozentbereich). Die im August 2017 übernommene Gebrauchtwagen.at trug 1,0 Millionen Euro zum Umsatz der AS24 bei, welche auf Umsatzerlöse von anderen Händlern entfallen. Bereinigt um die Konsolidierungskreisveränderung sind die Umsatzerlöse von anderen Händlern um 3,0%, die Außenumsätze um 14,5% gegenüber dem Vorjahr gestiegen. Die sonstigen Umsatzerlöse in Höhe von 36,0 Millionen Euro (2016: 33,6 Millionen Euro) entwickelten sich unterjährig mit einem Wachstum von 7,1% weniger dynamisch als erwartet, hauptsächlich durch Entwicklungen im Display-Advertising-Bereich. Dies ist im Wesentlichen auf das allgemein niedrigere Auftragsvolumen seitens Mediaagenturen für OEM Display-Advertising infolge des Abgasskandals zurückzuführen. Damit liegt die Entwicklung der sonstigen Umsatzerlöse im Jahr 2017 unter den Erwartungen der im Geschäftsbericht 2016 abgegebenen Prognose, welche von einem Wachstum im niedrigen Zehnerprozentbereich ausging.

Im Jahr 2017 verzeichnete AS24 in Deutschland einen Anzeigenbestand auf konstant hohem Niveau von über einer Million Anzeigen im Monat, mit 1.180 Tausend Anzeigen im Durchschnitt (Im Vergleich zu 1.243 Tausend Anzeigen im Zeitraum von Januar bis Dezember 2016). Die zweite Marktposition in Deutschland konnte somit erfolgreich aufrechterhalten werden. Des Weiteren konnte AS24 seine Marktführerschaft, basierend auf Anzahl der Anzeigen in Belgien (inklusive Luxemburg), Niederlande und Italien erfolgreich verteidigen sowie in Österreich seine Marktstellung signifikant ausbauen.⁴⁷ Durch verbesserte Funktionalität für mobile Endgeräte stieg der Anteil der Sitzungen über mobile Endgeräte an den Gesamtsitzungen in Deutschland auf 65% im Jahresdurchschnitt 2017. In 2016 betrug der Anteil der Sitzungen über mobile Endgeräte im Durchschnitt 63% der Gesamtsitzungen. Der durchschnittliche Anteil der Besuche über mobile Endgeräte an den Gesamtbesuchen in Belgien, den Niederlanden und Italien stieg im gleichen Zeitraum von 63% auf 70%.⁴⁸

Die positive Umsatzentwicklung sowie ein unterproportionales Kostenwachstum im Vergleich zum Umsatz spiegeln sich im EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit wider, welches um 33,8% auf 85,9 Millionen Euro zunahm. Die EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit stieg um 6,9 Prozentpunkte auf 49,1%, die

⁴⁷ Autobiz, Dezember 2017

⁴⁸ Managementeinschätzung, basierend auf Sitzungen auf der AS24 Plattform über mobile Endgeräte, mobil-optimierte Webseite und Apps im Verhältnis zu Gesamtbesuchern, gemessen mit dem eigenen Traffic Monitor (Google Analytics).

Prognose des Lageberichtes 2016 wurde somit übererfüllt (Anstieg der EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit um mindestens fünf Prozentpunkte).

Die Investitionen beliefen sich im Geschäftsjahr 2017 auf 7,5 Millionen Euro, im Vergleichszeitraum betragen diese 7,3 Millionen Euro. Die Veränderung begründet sich im Wesentlichen durch eine Zunahme der Aktivierung von selbsterstellten Vermögenswerten um 0,4 Millionen Euro bedingt durch eine Kombination eines angestiegenen internen Stundensatzes mit mehr aktivierten Stunden.

Corporate

Die Außenumsätze waren im Geschäftsjahr 2017 erwartungsgemäß weiter rückläufig (0,6 Millionen Euro im Vergleich zu 1,3 Millionen Euro in 2016). Das um den Ausgleich der Management Fee bereinigte EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit betrug im Geschäftsjahr 2017 negative 19,5 Millionen Euro verglichen mit negativen 18,7 Millionen Euro für das Gesamtjahr 2016. Der erwartungsgemäße Kostenzuwachs begründet sich durch die Fortführung des „OneScout24“-Ansatzes und die damit verbundene verstärkte Bündelung von gruppenweiten Funktionen im Segment Corporate.

Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage des Konzerns

Änderung der Berichtsstruktur

Gegenüber dem Geschäftsbericht 2016 ergab sich folgende Veränderung: Zur Erhöhung der Transparenz erfolgte zum 1. Januar 2017 eine Umgliederung von den Sonstigen betrieblichen Aufwendungen zum IT Aufwand. Weiterhin erfolgten Umgliederungen zwischen einzelnen Positionen der Sonstigen betrieblichen Aufwendungen. Die vorgenannten Umgliederungen stellen eine freiwillige Änderung von Bilanzierungs-, Bewertungs- und Ausweismethoden im Sinne des IAS 8.14b dar. Um die Vergleichbarkeit zu den Vorjahresperioden zu gewährleisten, wurden die entsprechenden Werte rückwirkend angepasst.

Ertragslage

Scout24 hat auch im Geschäftsjahr 2017 den Wachstumskurs beibehalten und konnte die Umsatzerlöse um 37,6 Millionen Euro oder 8,5% auf 479,8 Millionen Euro im Vergleich zum Geschäftsjahr 2016 (442,1 Millionen Euro) steigern, im Wesentlichen getrieben durch die starke Leistung von AS24 und die Initiativen zur Monetarisierung im Bereich Dienstleistungen für Nutzer unter dem Dach Scout24 Consumer Services. Die Neu-Akquisition der Gebrauchtwagen.at trug im Geschäftsjahr 2017 1,0 Millionen Euro zum Umsatz bei. Bereinigt um die Akquisitionen betrug das Umsatzwachstum im Geschäftsjahr 2017 8,3% im Vergleich zum Gesamtjahr 2016.

Die aktivierten Entwicklungskosten stiegen im Geschäftsjahr 2017 durch die Kombination erhöhter zugrundeliegender interner Stundensätze sowie eines Anstiegs aktivierter Stunden basierend auf verstärkter Produktentwicklungsaktivitäten um 3,4 Millionen Euro auf 15,1 Millionen Euro.

Die sonstigen betrieblichen Erlöse lagen im Geschäftsjahr 2017 mit 1,1 Millionen Euro unter dem Vorjahresniveau (2,6 Millionen Euro). Dies lässt sich im Wesentlichen auf Erträge aus der Weiterbelastung von Kosten an Dritte zurückführen.

Der Personalaufwand (inklusive nicht-operativer Effekte in Höhe von 14,0 Millionen Euro) nahm um 4,9 Millionen Euro bzw. 4,4% auf 116,9 Millionen Euro (2016: 112,0 Millionen Euro, davon nicht-operative Effekte in Höhe von 15,3 Millionen Euro) und damit überproportional zur durchschnittlichen Mitarbeiterzahl (Wachstum um 3,0%) zu; dies begründet sich im Wesentlichen durch marktübliche Gehaltsanpassungen.

Aufgrund des operativen Leverage entwickelten sich Marketingaufwand mit einem Anstieg von 6,9% auf 54,1 Millionen Euro in 2017 und IT-Aufwand mit einem Anstieg um 5,0% (17,0 Millionen Euro) im Vergleich zum Umsatz unterproportional (2016: 50,6 Millionen Euro bzw. 16,2 Millionen Euro).⁴⁹

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen erhöhten sich im Vergleich zum Geschäftsjahr 2016 um 4,3 Millionen Euro bzw. 6,1% auf 75,1 Millionen Euro (2016: 70,8 Millionen Euro). Dies ist im Wesentlichen zurückzuführen auf Aufwendungen für externe Dienstleister im Bereich der Produktentwicklung sowie in anderen Bereichen und sonstige personalbedingte Kosten.⁵⁰

Als Ergebnis der zuvor beschriebenen Entwicklungen stieg das Betriebsergebnis vor Abschreibungen - EBITDA (im folgenden „EBITDA“) - im Berichtszeitraum um 12,6% auf 232,8 Millionen Euro (2016: 206,8 Millionen Euro).

Im EBITDA enthalten sind 20,0 Millionen Euro nicht-operative Kosten (Vorjahr: 17,8 Millionen Euro). Diese sind im Wesentlichen auf nicht planbare Kosten im Rahmen von M&A Aktivitäten sowie Aufwendungen für die durchgeführte Reorganisation zurückzuführen. Der Personalaufwand beinhaltet hauptsächlich 7,6 Millionen Euro Aufwendungen im Zusammenhang mit Reorganisationsmaßnahmen aber auch 3,2 Millionen Euro aus > **anteilsbasierte Vergütung** aus Managementbeteiligungsprogrammen (Programm 2014 und 2015, Vorjahr: 4,1 Millionen Euro) sowie 3,0 Millionen Euro leistungsorientierte Vergütung aus Kaufvertragsverpflichtungen (Vorjahr: 2,8 Millionen Euro). Das EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit stieg dementsprechend um 12,6% auf 252,8 Millionen Euro in der Berichtsperiode von 224,5 Millionen Euro im Jahr 2016.

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

Überleitungsrechnung EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit

Konzern (in Millionen Euro)	GJ 2017	GJ 2016
EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit	252,8	224,5
Nicht-operative Kosten	-20,0	-17,8
darin Personalaufwand	-14,0	-15,3
darin Kosten im Rahmen von M&A Transaktionen	-4,2	-3,3
darin sonstige nicht-operative Kosten	-1,8	0,8
EBITDA	232,8	206,8

⁴⁹ Gegenüber dem Geschäftsbericht 2016 ergab sich folgende Veränderung: Zur Erhöhung der Transparenz erfolgte zum 1. Januar 2017 eine teilweise Neuordnung einzelner Aufwände zu Aufwandsgruppen, insbesondere eine Umgliederung von den sonstigen betrieblichen Aufwendungen zum IT-Aufwand. Diese Umstellung stellt eine freiwillige Änderung von Ausweismethoden im Sinne des IAS 8.1fb dar. Um die Vergleichbarkeit zu den Vorjahresperioden zu gewährleisten, wurden hier die entsprechenden Vorjahreswerte rückwirkend angepasst.

⁵⁰ Siehe Erläuterung Fußnote (15)

IS24

(in Millionen Euro)

	GJ 2017	GJ 2016
EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit	185,7	179,2
Nicht-operative Kosten	-13,4	-16,6
darin Personalaufwand	-4,7	-9,6
darin Kosten im Rahmen von M&A Transaktionen	0,0	-0,1
darin sonstige nicht-operative Kosten	-2,0	0,7
darin Management Fee ⁵¹	-6,7	-7,5
EBITDA	172,3	162,6

AS24

(in Millionen Euro)

	GJ 2017	GJ 2016
EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit	85,9	64,2
Nicht-operative Kosten	-9,8	-8,3
darin Personalaufwand	-2,0	-1,5
darin Kosten im Rahmen von M&A Transaktionen	-2,4	-2,4
darin sonstige nicht-operative Kosten	-1,5	-0,3
darin Management Fee ⁵²	-3,8	-4,1
EBITDA	76,1	55,9

Die Abschreibungen beliefen sich auf 56,8 Millionen Euro, von denen 38,2 Millionen Euro auf immaterielle Vermögenswerte entfallen, die aus Kaufpreisallokationen entstanden sind (2016: 65,5 Millionen Euro bzw. 49,6 Millionen Euro).

Der Nettofinanzaufwand belief sich im Geschäftsjahr 2017 auf 10,4 Millionen Euro, verglichen mit 42,8 Millionen Euro im Geschäftsjahr 2016. Dies begründet sich im Wesentlichen durch ein niedrigeres Zinsniveau aufgrund der im Dezember 2016 durchgeführten Refinanzierung sowie den fortschreitenden Schuldenabbau und einen damit einhergehenden verringerten Finanzaufwand (2017: 14,2 Millionen Euro, 2016: 45,9 Millionen Euro). Der im Finanzaufwand enthaltene Nettozinsaufwand belief sich im Geschäftsjahr 2017 auf 11,8 Millionen Euro (2016: 45,8 Millionen Euro) und somit im Vergleich zum Vorjahr signifikant geringer. Im Nettozinsaufwand enthalten sind Aufwendungen aus Disagio für den neuen Kreditvertrag in Höhe von 1,9 Millionen Euro, sowie Erträge aus Erstattung von Verzugszinsen auf eine Steuerschuld in Höhe von 1,9 Millionen Euro enthalten. Im Jahr 2016 war der Zinsaufwand durch Amortisationen von Transaktionskosten in Höhe von 17,0 Millionen Euro belastet.

Der Ertragsteueraufwand belief sich im Geschäftsjahr 2017 auf 54,6 Millionen Euro, woraus sich eine effektive Steuerquote von 33,0% ergibt, verglichen mit einem Steueraufwand in Höhe von 31,6 Millionen Euro im Geschäftsjahr 2016. Den Ertragsteueraufwand mindern latente Steuererträge in Höhe von 7,1 Millionen Euro, die im Wesentlichen auf Abschreibungen auf Vermögenswerte, die aus Kaufpreisallokationen entstanden sind, entfallen. Im Geschäftsjahr 2016 beliefen sich die latenten Steuererträge auf 11,2 Millionen Euro.

^{51,52} Das Corporate Segment berechnet zur Abdeckung gewisser Management Dienstleistungen an IS24 und AS24 eine Management Fee. Diese ist Teil des Ergebnisses aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit im Segment Corporate, jedoch nicht in den Segmenten IS24 und AS24, wo sie als nicht-operativer Effekt gezeigt wird und somit nicht im EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit enthalten ist.

Entsprechend verzeichnete Scout24 für das Geschäftsjahr 2017 ein auf die Aktionäre entfallendes Konzernergebnis nach Steuern in Höhe von 110,9 Millionen Euro. Daraus ergibt sich ein Ergebnis je Aktie von 1,03 Euro (2016: 0,62 Euro).

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.

Erstmalig nach dem Börsengang hat die Scout24 AG im Juni 2017 eine Dividende in Höhe von 0,30 Euro pro Stammaktie für das Geschäftsjahr 2016 an ihre Aktionäre ausgeschüttet. Die derzeitige Dividendenpolitik sieht vor, die Aktionäre weiterhin am finanziellen Erfolg der Gruppe zu beteiligen. Für das Jahr 2017 schlägt der Vorstand dem Aufsichtsrat für das Jahr 2017 eine Dividende in Höhe von EUR 0,56 je dividendenberechtigter Aktie vor. Dies entspricht einer Ausschüttung von 60,3 Millionen Euro. Bezogen auf den Kurs zum 29. Dezember 2017 ergibt sich eine Dividendenrendite von 1,6%.

Kapitalausstattung und Finanzierungsstruktur

Die Scout24 AG refinanzierte sich zum Ende des Geschäftsjahres 2016. Damit verfügte die Scout24 AG zu Beginn des Jahres 2017 im Rahmen des neuen Konsortialkreditvertrags (Facility Agreement, im folgenden „FA“) über einen Gesamtkreditrahmen in Höhe von 800,0 Millionen Euro, bestehend aus 600,0 Millionen Euro Stammkredit sowie einem revolvingierenden Kreditrahmen in Höhe von 200,0 Millionen Euro. Nach einer vorgezogenen Pflichttilgung in Höhe von 30,0 Millionen Euro beträgt zum 31. Dezember 2017 die Restschuld des Stammkredits 570,0 Millionen Euro. Vom revolvingierenden Kreditrahmen sind zum 31. Dezember 2017 50,0 Millionen Euro gezogen, nach einer Tilgung in Höhe von 30,0 Millionen zum Jahresende. Der Stammkredit ist jährlich bis zur Fälligkeit zum 29. Dezember 2021 mit mindestens 30,0 Millionen Euro zu tilgen, der verbleibende Betrag ist endfällig. Der revolvingierende Kreditrahmen ist endfällig, der Ausweis des gezogenen revolvingierenden Kreditrahmens erfolgt auf Basis einer Einschätzung des Tilgungszeitpunkts unter kurzfristige oder langfristige Finanzverbindlichkeiten. Zum 31. Dezember 2017 erfolgt der Ausweis in den kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten.

Der Zinssatz für die unter dem Konsortialkredit gezogenen Fazilitäten basiert auf dem EURIBOR plus einer Zinsmarge, welche an den Verschuldungsgrad geknüpft ist. Im Rahmen des neuen FA konnten die Zinsmargen signifikant gesenkt werden, so dass die höchste Zinsmarge nun bei 2,0% (vor Refinanzierung: 4,25%) liegt. Der EURIBOR ist nach unten bei 0,0% begrenzt.

Der im Rahmen des FA geltende Covenant bezieht sich auf das Verhältnis von Nettoverschuldung zu EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit der letzten zwölf Monate (Verschuldungsgrad) und liegt zum 31.12.2017 bei 3,75:1,00. Im Berichtszeitraum wurde der Covenant eingehalten, durch einen erzielten Verschuldungsgrad von 2,22:1 zum 31. Dezember 2017 betrug der EBITDA-Headroom zum Covenant 40,9%.

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

Aufgrund der guten Cash Conversion Rate⁵³ konnte im Laufe des Jahres 2017 die Verschuldung weiter verringert werden. In Summe wurden 60,0 Millionen Euro, zusammengesetzt aus einer vorzeitigen Tilgungszahlung auf den Stammkredit in Höhe von 30,0 Millionen Euro im August und eine weitere freiwillige Tilgungszahlung von 30,0 Millionen Euro auf den revolvingenden Kreditrahmen im Dezember 2017, auf den Gesamtkredit zurückgezahlt.

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

Neben dem Bestand an liquiden Mitteln in Höhe von 56,7 Millionen Euro (31.12.2016: 43,4 Millionen Euro) verfügt der Konzern zudem über Liquidität aus dem oben genannten revolvingenden Kreditrahmen in Höhe von 150 Millionen Euro, welche zum 31.12.2017 nicht in Anspruch genommen wurde. Für Avale besteht neben dem FA ein weiterer Kreditvertrag in Höhe von 0,4 Millionen Euro.

Zur Optimierung der Finanzierungsstruktur und Nutzung der attraktiven Konditionen an den Finanzmärkten plant Scout24 einen Teil des bestehenden FA durch ein Schuldscheindarlehen zu refinanzieren. Weitere Details im [Nachtragsbericht](#) (Konzernanhang: Ereignisse nach der Berichtsperiode, Abschnitt 5.10).

Zum Bilanzstichtag bestanden [außerbilanzielle Verpflichtungen](#) in einer Gesamthöhe von 48,4 Millionen Euro, davon 15,2 Millionen Euro mit einer Restlaufzeit von einem Jahr, 21,0 Millionen Euro mit einer Restlaufzeit von über einem Jahr bis fünf Jahre und 12,2 Millionen mit einer Restlaufzeit über fünf Jahre. Zum 31. Dezember 2016 bestanden außerbilanzielle Verpflichtungen in einer Gesamthöhe von 30,2 Millionen Euro. Der Anstieg resultiert vorrangig aus der Inanspruchnahme neuer Avallinien durch die Scout24 AG für die Besicherung eines neuen Mietverhältnisses.

Liquiditäts- und Investitionsanalyse

Scout24 erzielte im Geschäftsjahr 2017 einen Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit in Höhe von 164,2 Millionen Euro, ein Anstieg um 6,0 % im Vergleich zu 154,9 Millionen Euro im Geschäftsjahr 2016. Dies ist im Wesentlichen auf das gestiegene EBITDA zurückzuführen. Gegenläufig wirkten Zahlungsmittelabflüsse in Höhe von 66,1 Millionen Euro aus Ertragsteuerzahlungen, welche das Geschäftsjahr 2017 als auch das Vorjahr betrafen.

Der negative Cashflow aus Investitionstätigkeit in Höhe von minus 43,5 Millionen Euro resultiert überwiegend aus Investitionen in Vermögenswerte in Höhe von 22,8 Millionen Euro sowie aus der Akquisition von Gebrauchtwagen.at in Höhe von 22,5 Millionen Euro. Die Investitionen in Vermögenswerte verteilen sich zu 20,0 Millionen Euro auf immaterielle Vermögenswerte und 2,8 Millionen Euro auf Sachanlagevermögen. Die Investitionen in immaterielle Vermögenswerte umfassen hauptsächlich die Aktivierung von eigenen und fremden Entwicklungsleistungen, wobei ein wesentlicher Anteil auf Investitionen im Zusammenhang selbsterstellten Vermögensgegenständen aus der Entwicklung von Produkten für die Plattformen IS24 und AS24 einhergehen.

Der Cashflow aus Finanzierungstätigkeit belief sich im Berichtszeitraum auf minus 107,5 Millionen Euro. Hierin enthalten sind Rückzahlungen auf den bestehenden Konsortialkreditvertrag in Höhe von insgesamt 60,0 Millionen Euro, die Auszahlung der ersten Dividende nach dem Börsengang für das Geschäftsjahr 2016 an die Aktionäre in Höhe von 32,3 Millionen Euro sowie Zinszahlungen in Höhe von 13,7 Millionen Euro.

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

Insgesamt stiegen die verfügbaren Zahlungsmittel im Geschäftsjahr 2017 um 13,2 Millionen Euro auf 56,7 Millionen Euro zum 31. Dezember 2017 von 43,4 Millionen Euro am 31. Dezember 2016.

Scout24 verfügte im Geschäftsjahr 2017 jederzeit über genügend Liquidität, um ihren fälligen finanziellen Verpflichtungen nachzukommen.

Vermögenslage

Die Bilanzsumme des Konzerns belief sich zum 31. Dezember 2017 auf 2.140,5 Millionen Euro und blieb damit nahezu unverändert (zum 31. Dezember 2016: 2.130,9 Millionen Euro).

Die langfristigen Vermögenswerte gingen um 9,5 Millionen Euro auf 2.025,2 Millionen Euro zurück (31. Dezember 2016 2.034,7 Millionen Euro). Dies ist im Wesentlichen auf den Rückgang der sonstigen immateriellen Vermögenswerte um 13,2% bzw. 28,7 Millionen Euro auf 188,9 Millionen Euro durch Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte, die aus Kaufpreisallokationen entstanden sind, zurückzuführen. Gegenläufig wirkte der Anstieg des Geschäfts- bzw. Firmenwerts um 20,4 Millionen Euro, ausschließlich bedingt durch die Akquisition der Gebrauchtwagen.at.

Die kurzfristigen Vermögenswerte stiegen von 96,2 Millionen Euro auf 115,3 Millionen Euro, im Wesentlichen bedingt durch den höheren Zahlungsmittelbestand von 56,7 Millionen Euro am 31. Dezember 2017 gegenüber 43,4 Millionen Euro am 31. Dezember 2016.

Die kurzfristigen Verbindlichkeiten sind im Berichtszeitraum um 46,9 Millionen Euro auf 159,2 Millionen Euro gegenüber 112,3 Millionen Euro im Vorjahr gestiegen, hauptsächlich bedingt durch die Umgliederung der gezogenen revolving Kreditlinie in Höhe von 50,0 Millionen Euro in kurzfristige Verbindlichkeiten.

Die langfristigen Verbindlichkeiten gingen um 112,0 Millionen Euro auf 915,8 Millionen Euro zum 31. Dezember 2017 zurück (31. Dezember 2016: 1.027,8 Millionen Euro). Dies ist im Wesentlichen zurückzuführen auf dem Ausweis der Pflichttilgung für das Jahr 2018 in Höhe von 30,0 Millionen Euro in den kurzfristigen Verbindlichkeiten sowie Ausweis der gezogenen revolving Kreditlinie in kurzfristigen Verbindlichkeiten (50,0 Millionen Euro) aufgrund der geänderten Einschätzung zum Tilgungszeitpunkt gegenüber dem Vorjahr sowie eine Tilgung in Höhe von 30,0 Millionen Euro auf die gezogene revolving Kreditlinie im Jahr 2017. Die passiven latenten Steuern, die überwiegend auf temporäre Differenzen aus Kaufpreisallokationen gebildet wurden, verringerten sich im Einklang mit den rückläufigen immateriellen Vermögenswerten.

Das Eigenkapital stieg von 990,8 Millionen Euro auf 1.065,5 Millionen Euro. Entsprechend beträgt die Eigenkapitalquote zum 31. Dezember 2017 nun 49,8% nach 46,5% zum 31. Dezember 2016.

Mitarbeiter

Da Scout24 sich 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 beruflichen 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 2017 beschäftigte Scout24 1.244 Mitarbeiter (berechnet als Vollzeitäquivalente, „FTE“), verglichen mit 1.135 FTE zum 31. Dezember 2016, ohne Praktikanten, Auszubildende, Aushilfen, Werkstudenten, Leiharbeitnehmer und freie Mitarbeiter.

Die nachstehenden Tabellen zeigen die Mitarbeiterzahl (FTE) - inklusive Vorständen und Geschäftsführung - jeweils zum 31. Dezember 2017 und 31. Dezember 2016 gegliedert nach Segmenten und Regionen:

FTE (zum Periodenende)	31.12.2017	31.12.2016
Gruppe	1.244	1.135
IS24	656	653
AS24	367	378
Corporate	222	95
Sonstige	0	9

FTE (zum Periodenende)	31.12.2017	31.12.2016
Gruppe	1.244	1.135
Inland	1.086	994
Ausland	158	141

Gesamtaussage

Die Scout24 Gruppe hat mit der insgesamt sehr positiven Geschäftsentwicklung in der Berichtsperiode ihren Fokus auf nachhaltiges und profitables Wachstums erneut unter Beweis gestellt. Wir haben unser Wachstum im Wesentlichen organisch, aber auch durch gezielte, unsere Marktposition stärkende Akquisitionen, vorangetrieben. Darüber hinaus haben wir die Neuausrichtung unserer Organisation auch im Jahr 2017 zielstrebig vorangetrieben und die Nutzung von Synergien gefördert.

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

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

Risiko- und Chancenbericht

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

Gesamtaussage zur Risikolage aus Sicht der Unternehmensleitung

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

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

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

Wir bewerten daher die Risiken zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Lageberichts als begrenzt, die Gesamtrisikolage ist beherrschbar. Gegenüber der Berichterstattung zum Jahresabschluss am 31. Dezember 2016 hat sich keine (grundlegende) Änderung der Gesamtrisikolage ergeben. Es sind derzeit keine Risiken erkennbar, die einzeln oder zusammen mit anderen Risiken zu einer signifikanten oder dauerhaften Beeinträchtigung der Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage der Scout24 Gruppe führen könnten bzw. als bestandsgefährdend anzusehen wären.

Risikomanagementsystem, Compliance Management System und Internes Kontrollsystem

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

Das interne Kontrollsystem ist ein wesentlicher Bestandteil des Risikomanagementsystems und umfasst die Gesamtheit aller Regelungen und Maßnahmen, Grundsätze und Verfahren, um Unternehmensziele zu

erreichen. Es soll insbesondere die Sicherheit und Effizienz der Geschäftsabwicklung sowie die Zuverlässigkeit der Finanzberichterstattung gewährleisten.

Das Risikomanagement stellt auf die systematische Erfassung und Bewertung von Risiken 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 überwiegend auf diejenigen Aktivitäten konzentriert, die den zukünftigen Ertrag (EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit, EBITDA, EBIT) maßgeblich beeinflussen und für die Zukunftsperspektiven der Gesellschaft bedeutsam sind.

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

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

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

Grundlagen des Risiko- und Chancenmanagements der Scout24 Gruppe

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

Risikoausprägungen, die wir bereits in unserer finanziellen Planung berücksichtigt haben, werden konsequenterweise 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 quartalsweise aktualisierten Risikoinventars, welches sicherstellt, dass Risiken und Chancen unternehmensweit nach einer festgelegten Methode erhoben und bewertet werden. Die zum Zeitpunkt der Budgeterstellung punktuelle Einschätzung der Chancen und Risiken wird jeweils unterjährig in zusätzlichen Aktualisierungen der Planung und der Risikoberichterstattung erneut verifiziert, so dass eine quartalsweise Beurteilung der Chancen und Risiken für die Scout24 Gruppe erfolgt.

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

Organisatorische Verankerung des Risiko- und Chancenmanagements

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

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

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

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

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

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

Risikoprävention und Sicherstellung von Compliance

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

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

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

Entwicklung der Risikobeurteilung

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

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

Die identifizierten Risiken werden nach der Brutto-Netto-Methode bewertet. Bei der Bruttobetrachtung werden die Schadenshöhe und Eintrittswahrscheinlichkeit zunächst ohne Berücksichtigung der etablierten

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

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

Eintrittswahrscheinlichkeit (im folgenden Geschäftsjahr)				
wahrscheinlich (> 50 %)				
möglich (25-50 %)				
unwahrscheinlich (10-25 %)				
sehr gering (< 10 %)				
	niedrig (< 0,5 Mio. EUR)	moderat (0,5 – 4 Mio. EUR)	wesentlich (4 – 10 Mio. EUR)	signifikant (> 10 Mio. EUR)
	Erwartete Schadenshöhe			

 gering	 tolerierbar	 moderat	 wesentlich	 kritisch
--	--	--	---	---

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.

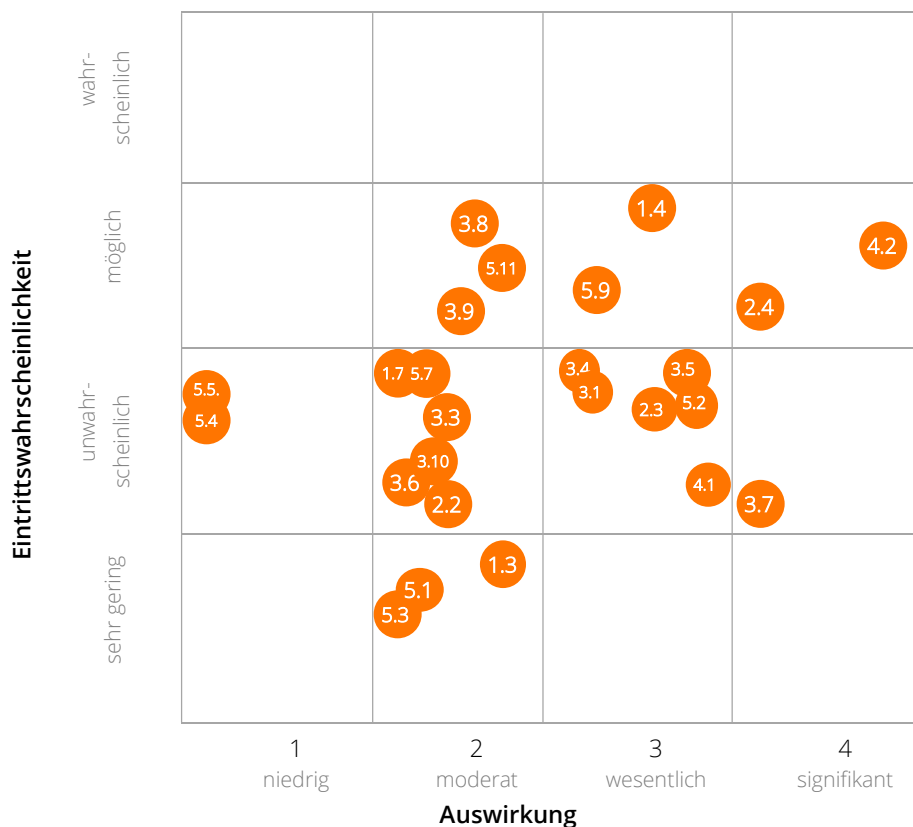
Der dritte Schritt umfasst schließlich die Risikosteuerung. Bei Vorliegen bestimmter Risikoindikatoren im Verhältnis zu den definierten Wesentlichkeitsgrenzen werden Gegenmaßnahmen entwickelt und eingeleitet. Die definierten Maßnahmen und Risiken werden im Rahmen unterjähriger Berichterstattungen an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

Gesamtrisikosituation, Risikocluster und Risikofelder

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

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



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

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

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

Externe Risiken

1.3 Rechtliches Umfeld

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

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

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

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

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

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

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

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

Am 1. Juni 2015 trat in Deutschland eine gesetzliche Neuregelung in Kraft, wonach nun der Immobilieneigentümer in seiner Eigenschaft als Vermieter die Kosten des von ihm beauftragten Maklers tragen muss („Bestellerprinzip“). Dies hat zu einer strukturellen Verschiebung von Vermietungen über Makler hin zu erhöhten privaten Vermietungen geführt sowie weiterhin die Maklerprovision für Mietobjekte erheblich reduziert. Unter anderem als Folge davon, hat sich die Anzahl der Makler in Deutschland verringert. Eine noch zu Beginn 2017 intensiv geführte Debatte über die Ausweitung des „Bestellerprinzips“ auf den Immobilienverkauf wird zwar derzeit nicht mehr öffentlich diskutiert, ob dies aber dennoch nicht umgesetzt wird bleibt bis auf weiteres offen. Eine derartige Neuregelung auch für Verkaufsobjekte könnte zu einer strukturellen Verschiebung von Inseraten von Maklern hin zu privaten Inseraten sowie einer Verringerung der Maklerprovision führen.

Die Bundesregierung hat am 31. August 2016 einen Gesetzentwurf beschlossen, wonach für Immobilienmakler und Wohnungseigentumsverwalter neue und qualitätssichernde Berufszulassungsregelungen geschaffen werden sollen. Der Gesetzentwurf sah ursprünglich die Einführung eines Sachkundenachweises für Immobilienmakler und Verwalter von Wohnungseigentum als Erlaubnisvoraussetzung vor. Darüber hinaus sollte für Verwalter eine Berufshaftpflichtversicherung eingeführt werden. Der Gesetzentwurf der Bundesregierung wurde am 22. Juni 2017 in einer auf Empfehlung des Wirtschaftsausschusses des Bundestages geänderten Fassung beschlossen. Der Bundestag hat dabei die für Wohnungseigentumsverwalter vorgesehene Erlaubnispflicht auf die Verwalter von Wohnimmobilien (Mietverwalter) ausgeweitet. Der ursprünglich vorgesehene Sachkundenachweis als Erlaubnisvoraussetzung für Immobilienmakler und Verwalter von Wohnungseigentum ist im Rahmen des Gesetzgebungsverfahrens hingegen entfallen. An Stelle des Sachkundenachweises sieht das Gesetz jetzt eine Verpflichtung der Gewerbetreibenden zu regelmäßigen Weiterbildungsmaßnahmen vor. Wohnimmobilienverwalter müssen zudem eine Berufshaftpflichtversicherung abschließen. Ob diese Anforderung in der Folge Auswirkungen auf den Kundenstamm und die Anzahl der Inserate dieser Kunden bei der IS24 haben kann, ist ungewiss. Im unwahrscheinlichen Fall könnte dies negative Auswirkungen auf die Umsätze von gewerblichen Kunden haben, 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 Energieeinsparverordnung können auch künftig erheblich verschärft werden, wie bereits in 2014 geschehen. Strengere Regulierung kann Auswirkungen auf das Anzeigenvolumen haben, wie z.B. bei der Einführung der Energieeinsparverordnung, die einen temporären Einbruch der Inserate zur Folge hatte.

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

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

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

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

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

1.4 Wettbewerb & Markt

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

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

Gegenüber 2016 haben wir uns in diesem Umfeld unserer Risikoeinschätzung nach insgesamt verbessern können. Trotz des Markteintritts von neuen Wettbewerbern im deutschen Markt waren wir aufgrund eigener erfolgreicher Produktentwicklungen in der Lage, unsere Marktposition zu halten und auszubauen. Im Immobilien- und im Automobil-Sektor betrifft dies u.a. den Start der Kleinanzeigenplattform von Facebook „Marketplaces“, und im deutschen Online-Gebrauchtwagenmarkt zusätzlich den Start der US-basierten Plattform CarGurus.de. In den USA sind CarGurus insbesondere dank der integrierten Fahrzeugbewertung bereits erfolgreich etabliert, die wir auf der AutoScout24 Plattform als First-Mover im deutschen Markt etabliert haben.

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

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

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

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

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

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

Finanzielle Risiken

2.4 Rechnungslegung

Die Scout24 Gruppe hat zum Stichtag ca. 2,0 Milliarden Euro an Immateriellen Vermögenswerten aktiviert. Die Werthaltigkeit dieser Vermögenswerte unterliegt einer ständigen Prüfung auf potenzielle Impairments, d.h. Sachverhalte, die die Werthaltigkeit nachhaltig negativ beeinflussen und außerplanmäßige Abschreibungen erforderlich machen können. Vor diesem Hintergrund besteht das Risiko, dass die Bewertung von derartigen aktivierten Immateriellen Vermögenswerten, z.B. Kundenstämmen, aufgrund von durch gesetzliche Änderungen mitverursachten rückläufigen Kundenzahlen einer Abwertung unterzogen werden müssen. Unter Berücksichtigung von quantitativer Auswirkung und Eintrittswahrscheinlichkeit stufen wir dieses Risiko auf Einzelrisikoebene unverändert als kritisch ein.

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

Operationale Risiken

3.7. IT-Risiken

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, verfolgen wir die Strategie hoch verfügbare Cloud Dienstleister zu nutzen und Backups aller kritischen Daten und Systeme zu erstellen. Der Betrieb unserer Plattformen wird permanent überwacht, um im Störfall geeignete Maßnahmen mit kurzer Reaktionszeit einzuleiten. Eine umfangreiche, mehrstufige Absicherung unserer Systeme sowie personalisierte, rollenbasierte Zugänge bieten zudem Schutz vor unautorisierten Zugriffen sowie externen Attacken. Unsere Maßnahmen im Bereich der Cyber-Security werden zudem durch ständige, intensive, von IT-Sicherheitsexperten durchgeführten Penetrationstests ergänzt. Außerdem haben wir im Geschäftsjahr ein sogenanntes „Bug-Bounty“⁵⁵ Programm ins Leben gerufen, bei dem wir registrierte „White-Hat“-Hacker⁵⁶ für die Identifizierung und Meldung von potentiellen Angriffsvektoren prämiieren. Hieraus leiten wir konsequent neue, risikoreduzierende Maßnahmen ab, die sowohl unsere Plattform als auch den internen wie externen Zugang zu unseren geschäftlichen Daten gegen unbefugten Zugriff absichern.

Aufgrund der Bedeutung unserer Daten für unser Geschäft stufen wir dieses Risiko, trotz der bestehenden und wirksamen risikoreduzierenden Maßnahmen, als wesentlich ein.

Strategische Risiken

4.2. Verkauf, Marketing & Marke

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

⁵⁵ Begriffserläuterung: Sinngemäß „Kopfgeld-Programm für Programmfehler

⁵⁶ Begriffserläuterung: Sinngemäß Ausdruck für gutwillige Hacker

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

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

Insgesamt haben die strategischen Risiken für uns eine kritische Bedeutung, da sie die Ausrichtung unseres Geschäftsmodells mittel- bis langfristig prägen. Aufgrund unserer intensiven Marktforschung und detaillierten Analyse halten wir das Risiko allerdings für beherrschbar.

Compliance Risiken

5.9. Know-how-Abfluss

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

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

Chancenbericht

Gesamtaussage zur Chancenlage aus Sicht der Unternehmensleitung

Das Internetgeschäft ist nach wie vor auf Wachstumskurs in Deutschland, Europa und weltweit. Insbesondere im Anzeigengeschäft verschieben sich die Geschäftsmodelle weg von Offline-Angeboten (wie zum Beispiel Printmedien) hin zu Online-Angeboten. So lag der Anteil der Ausgaben für Onlinewerbung bei 31,6 % im Jahr 2016 und soll im Jahr 2020 39,8 % erreichen.⁵⁷ Gerade in dieser Veränderung besteht nach wie vor ein signifikantes Wachstumspotenzial für die Scout24-Geschäftsmodelle.

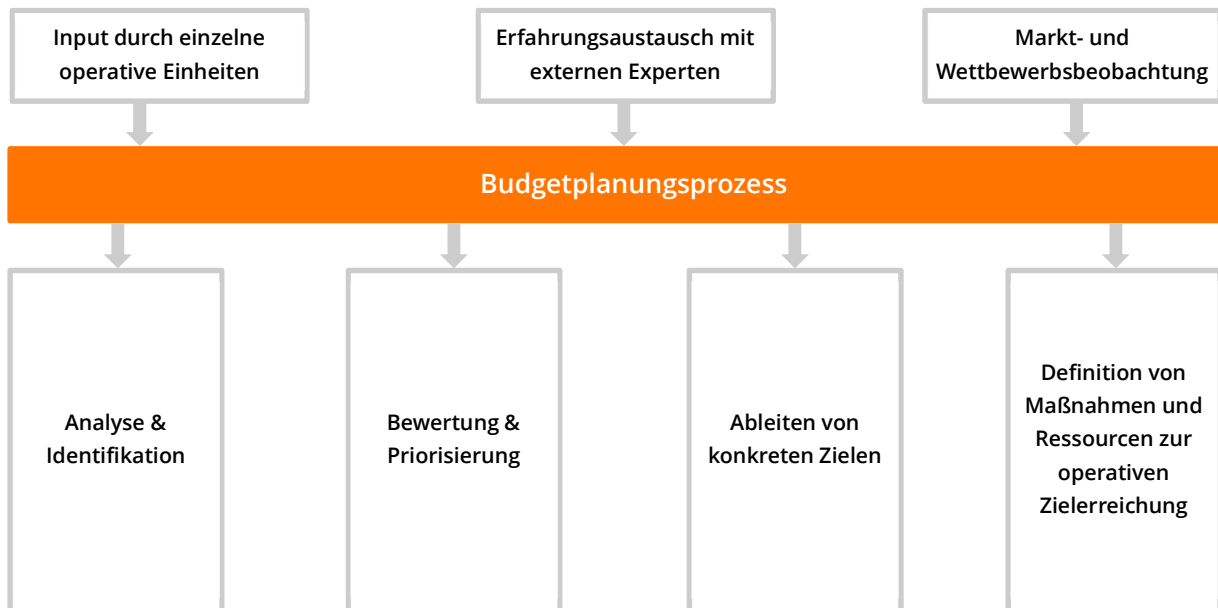
Die Scout24 Gruppe hat durch ihren hohen Markenbekanntheitsgrad und die hohen Nutzerzahlen eine hervorragende Positionierung in allen wesentlichen Geschäftsbereichen erreicht. Wir sehen daher insgesamt alle am Markt operierenden Scout24-Gesellschaften auf Wachstumskurs.

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

⁵⁷ ZenithOptimedia, Advertising Expenditure Forecasts, Dezember 2017

Chancenmanagement

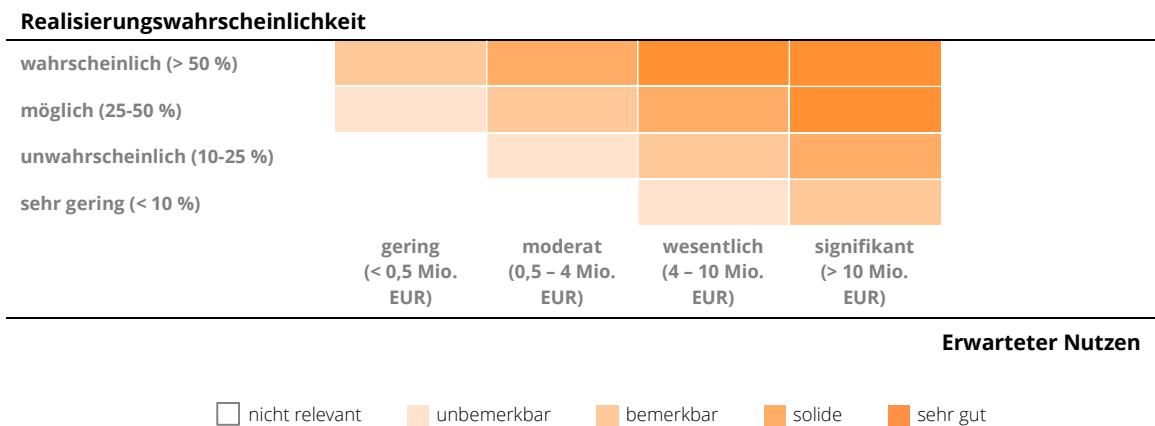
Unser Chancenmanagement ist Bestandteil des unternehmensinternen Steuerungssystems. Ziel ist es, Chancen möglichst frühzeitig zu erkennen und durch geeignete Maßnahmen zu nutzen. Das Management von Chancen ist in der Scout24 Gruppe dezentral in den Segmenten organisiert und wird von der Abteilung „Business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



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

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

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



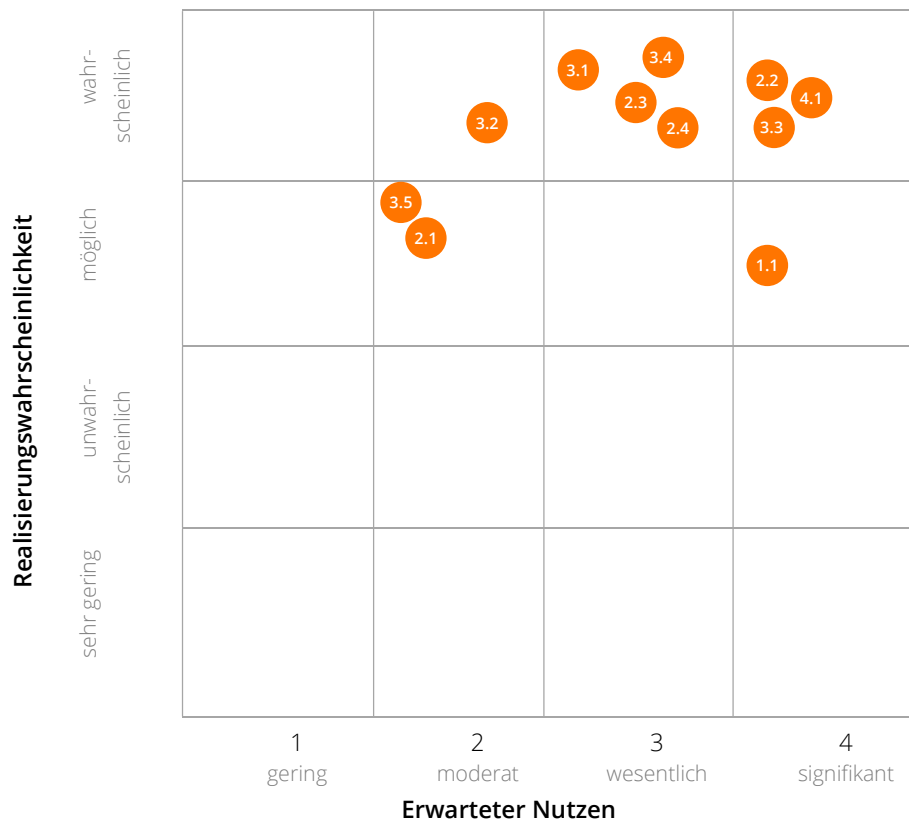
Chancen werden nicht – wie beim Risikomanagement – nach der Brutto-Netto-Methode bewertet. Maßnahmen zur Unterstützung der Verwirklichung von Chancen werden nicht gesondert inventarisiert oder berichtet.

Gesamtchancensituation, Chancencluster und Chancenfelder

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

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

*im Vergleich zu 2016



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

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

Chancen aus der Entwicklung der Rahmenbedingungen

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

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

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

⁵⁹ Managementeinschätzung

⁶⁰ Basierend auf Besucherzahlen (Unique Monthly Visitors, "UMV") und Nutzeraktivität, comScore Dezember 2017 (Desktop PC für Besucherzahlen, Desktop PC und mobile Endgeräte hinsichtlich Nutzeraktivität)

verankert. Die Scout24 Plattformen erreichen rund 17 Millionen Besucher im Monat⁶¹ und bereits heute greifen nahezu 71 % der Nutzer über mobile Endgeräte auf unsere Services zu, die geräteübergreifend nutzbar sind⁶². Die eigenen Apps wurden bereits mehr als 4,3 Millionen Mal heruntergeladen⁶³, was die Attraktivität unserer Plattformen unterstreicht.

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

Unternehmenstrategische Chancen

2.2 Wertsteigerung durch erfolgreiche Merger&Acquisition-Transaktionen

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

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

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

Wir bewerten diese Chance als sehr gut.

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

Die Ähnlichkeiten bei den Verkaufsprozessen und Anzeigenschaltungen für Automobile und Immobilien erlauben uns, unsere Expertise und unsere bewährten Praktiken für beide Bereiche zu nutzen, die Abläufe zu optimieren und operative Synergien zu nutzen. So können wir beispielsweise insbesondere mit unseren Neuentwicklungen für mobile Endgeräte den Zugriff auf unser Angebot beschleunigen und die

⁶¹ AGOF digital facts, 2017-03

⁶² Schätzung des Managements, basierend auf der Summe der Besuche der IS24 und AS24 Plattformen (nicht dedupliziert) über mobile Endgeräte, mobil-optimierte Webseite und Apps im Verhältnis zu der Summe der gesamten Besuche, gemessen mit dem eigenen Traffic Monitor (Ggoogle Analytics), Dezember 2017.

⁶³ Schätzung des Managements.

Benutzerfreundlichkeit für unsere Kunden und Nutzer in unserem AS24-Segment, insbesondere für unsere ausländischen Plattformen, verbessern. Parallel dazu versuchen wir, durch Produktinnovation unseren Händlerkunden beständig einen steigenden Mehrwert zu liefern und somit unsere Position im Vergleich zu unseren Hauptwettbewerbern zu verbessern. Eine konsequente Umsetzung dieser Strategie könnte mittelfristig zu einer weiteren Steigerung der EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit unseres AS24-Segments führen. Wir bewerten diese Chance als sehr gut.

2.4 Umsatzsteigerung der Scout24-Marktplätze durch Überschneidung von Nutzerinteressen

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

Leistungswirtschaftliche Chancen

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

Unsere Außenumsätze sind im Zeitraum von 2014 bis 2017 mit einer durchschnittlichen jährlichen Wachstumsrate von 12 % gestiegen und erreichten im Berichtszeitraum einen Betrag von 479,8 Millionen Euro. Unsere Umsatzerlöse sind nicht unmittelbar von den Marktpreisen von Immobilien und Automobilen oder der Anzahl der durchgeführten Immobilientransaktionen oder Autoverkäufe abhängig, sondern von der Anzahl und Anzeigedauer der von unseren Kunden geschalteten Anzeigen. Durch unsere zuletzt eingeführte individuellere Preisgestaltung, insbesondere durch die Einführung von individuell hinzubuchbaren Sichtbarkeitsprodukten, lösen wir unsere Preisgestaltung zudem zunehmend von konkreten Anzeigenkontingenten unserer Kunden.

Durch unser Marktplatzmodell und unsere führende Marktposition profitieren wir von einem hohen operativen Leverage und somit von unterproportionalem Kostenwachstum im Vergleich zum Umsatz. Unser Konzern erwirtschaftete im Berichtszeitraum ein EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit in Höhe von 252,8 Millionen Euro und damit eine EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit von 52,7 %. Wir glauben, dass unsere EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit noch weiter verbessert werden kann. Der vergleichsweise geringe Investitionsbedarf unseres Geschäftsmodells führt zu einer signifikanten Cashflow-Generierung. Wir bewerten diese Chance als sehr gut.

3.2 Wertsteigerung durch Leistungs-Verbesserung

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

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

⁶⁵ AGOF digital facts 2017-03

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

Die führende Position des IS24-Portals nach Zugriffszahlen und Nutzeraktivität⁶⁶ in Deutschland und des AS24-Portals auf europäischer Ebene geben uns einen starken und weitreichenden Zugang zu kaufbereiten Nutzern und sollten es uns ermöglichen, aus unserer Reichweite zusätzliche Erträge zu erzielen, zum Beispiel indem wir entlang der Wertschöpfungskette weitere kostenpflichtige Dienstleistungen anbieten. Wir haben bereits erfolgreich erste Mehrwert-Dienstleistungsangebote eingeführt, die dazu dienen sollen, Kunden und Konsumenten während des gesamten Immobilien- bzw. Kraftfahrzeug-An- und Verkaufsprozesses bzw. Immobilienvermietungsprozesses zu unterstützen. In 2015 wurde Scout24 Consumer Services, ehemals bekannt unter dem Namen „Scout24 Media“, als Bereich etabliert, welcher in beiden operativen Segmenten tätig ist und die Kompetenzen im Bereich Dienstleistungen entlang der Wertschöpfungskette im Immobilien- oder Automobilmarkt bündelt sowie die Generierung von Leads und den Verkauf von Werbeanzeigen vorantreibt. Dies trägt dazu bei, Scout24 als führenden Digitalvermarkter und als Marktnetzwerk rund um Immobilien und Automobile in Deutschland und Europa weiter zu positionieren. Ausgehend von der intensiven Nutzung unserer Marktplätze 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. Wir bewerten diese Chance als sehr gut. Diese Chance und somit die wachsende Bedeutung der Scout24 Consumer Services werden wir ab 2018 auch in unserer Berichterstattung widerspiegeln und diesen Bereich als eigenständiges operatives Segment berichten.

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

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

Sonstige Chancen

4.1 Weitere ARPU Steigerungen

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

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

⁶⁶ Basierend auf Besucherzahlen (Unique Monthly Visitors, "UMV") und Nutzeraktivität, comScore Dezember 2017 (Desktop PC für Besucherzahlen, Desktop PC und mobile Endgeräte hinsichtlich Nutzeraktivität)

Prognosebericht

Das folgende Kapitel gibt einen Überblick der Erwartungen für das Geschäftsjahr 2018. Die Unternehmenserwartungen für das Geschäftsjahr 2018 berücksichtigen die neuen IFRS 9, 15 und 16 Standards, die ab 2018 Anwendung finden, nicht. Nähere Informationen zu den neuen IFRS Standards befinden sich im Kapitel > Neue Rechnungslegungsstandards als Teil des Konzernanhangs erläutert (Kapitel 1.3). Für nicht-finanzielle Leistungsindikatoren erfolgt keine detaillierte Planung, über diese wird nicht gesondert in dem Prognosebericht berichtet.

Markt- und Branchenerwartungen

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

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

Unternehmenserwartungen

Scout24 hat das Geschäftsjahr 2017 mit einem Umsatzwachstum von 8,5% und einer EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit von 52,7% erfolgreich abgeschlossen. Damit haben wir auch in 2017 unsere Strategie des nachhaltigen und profitablen Umsatzwachstums weiter vorangetrieben.

Der Ausblick für den Online-Werbemarkt in Deutschland und Europa bleibt positiv, da private Nutzer und Kunden immer stärker auf digitale Kommunikation setzen. Scout24 ist mit den 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 der Online-Medien. Dieser Entwicklung sowie dem steigenden Anspruch der Partner und Nutzer von Scout24 nach Digitalisierung entlang des gesamten Prozesses des Kaufs oder Verkaufs von Immobilien und Automobilen trägt auch der Bereich Scout24 Consumer Services Rechnung. Scout24 ist auch in diesem Bereich aufgrund der intensiven Nutzung der Marktplätze IS24 und AS24 und der Synergien zwischen IS24 und AS24 hervorragend positioniert, dieses Potential weiter auszuschöpfen und Scout24 als Marktnetzwerk rund um Immobilien und Automobile in Deutschland und Europa weiter zu positionieren. Unser profitables Wachstum ist insbesondere durch die Umsätze mit unseren Makler- und Händlerkunden sowie durch die Umsätze aufgrund verstärkter Monetarisierung unseres Angebotes an Dienstleistungen für Nutzer entlang der Wertschöpfungskette des gesamten Immobilienverkaufs- und Vermietungsprozesses bzw. des Automobilmarktes geprägt.

Wir sind zuversichtlich, dass diese Dynamik auch in 2018 anhält und erwarten, dass die Konzernumsätze zwischen 9% und 11% wachsen werden. Infolge der Skalierbarkeit unseres Geschäftsmodells wird sich unsere Gesamtkostenbasis unterproportional zum Umsatz entwickeln. Wir gehen daher davon aus, eine EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit zwischen 54,0% und 55,5% zu erreichen.

Für das Geschäftsjahr 2018 rechnen wir derzeit mit nicht-operativen Kosten zwischen 8,0 Millionen Euro und 11,0 Millionen Euro. Hierin enthalten sind rund 1,0 Million Euro im Zusammenhang mit unserem Büroumzug in München. Wir erwarten nicht-wiederkehrende Aufwendungen im Wesentlichen im Rahmen von Post-Merger-Integration in Höhe von rund 3,5 Millionen Euro. Zusätzlich erwarten wir rund 3,0 Millionen Euro aus anteilsbasierten Vergütungen für die Programme 2014, 2015 und 2016. Einmalaufwendungen für Reorganisation sollten 3,0 Millionen Euro nicht überschreiten.

Schlussendlich gehen wir davon aus, dass sich die Investitionen auf etwa 34,0 Millionen Euro summieren werden. Dies enthält Einmalaufwendungen für den neuen Bürostandort in München von ungefähr 8,0 Millionen Euro. Der Anstieg der anderen Investitionen im Vergleich zu 2017 begründet sich im Wesentlichen in mehr Investitionen in die Produktentwicklung, welche unser zukünftiges Wachstum unterstützen werden.

Erwartungen für die Segmente

Aufgrund der wachsenden Bedeutung des Bereichs Scout24 Consumer Services hat der Vorstand, als Hauptentscheidungsträger, entschieden, die interne Steuerung sowie Berichtsstruktur und -system der Gruppe zu 2018 anzupassen. Somit bestehen ab Januar 2018 die operativen Segmente nach IRFS8 aus dem Segment "ImmobilienScout24", "AutoScout24" und "Scout24 Consumer Services". Das Scout24 Consumer Services Segment subsummiert alle Aktivitäten im Bereich der Dienstleistungen entlang der Wertschöpfungskette des Immobilien- oder Automobilmarktes und im Bereich der Werbeanzeigen von nicht-immobilien bzw. nicht-automobilbezogenen Dritten. Diese Aktivitäten wurden zuvor in den Segmenten ImmobilienScout24 und AutoScout24 und Sonstige ausgewiesen.

Die wichtigsten Steuerungsgrößen, welche der Vorstand zur Beurteilung der Leistung der Segmente heranzieht, sind Außenumsätze sowie EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit. Sofern die neue Berichtsstruktur bereits in 2017 angewandt worden wäre, hätten die Steuergrößen wie folgt ausgesehen:

(in Millionen Euro)	Außenumsätze	EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit	EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit
ImmobilienScout24	236,0	157,5	66,7%
AutoScout24	162,6	76,6	47,1%
Scout24 Consumer Services	80,6	28,4	35,2%
Summe berichtspflichtige Segmente	479,2	262,5	54,8%
Reconciling items	0,6	-9,7	n/a
Summe Konzern (unverändert)	479,8	252,8	52,7%

Für das Jahr 2018 erwarten wir, dass IS24 ein Umsatzwachstum zwischen 4% und 6% erzielt. Das Umsatzwachstum wird im Wesentlichen getrieben durch einen Anstieg des ARPU unserer Maklerkunden im Bereich Wohnimmobilien sowie gewerblichen Immobilien auf der Basis weiterhin geringer Kundenabwanderungs- sowie stabiler Kundenrück- und Neugewinnungsraten. Für das EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit wird aufgrund von unterproportionalem Kostenwachstum eine leicht höhere Wachstumsrate erwartet. Die EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit sollte somit mindestens 67,0% erreichen.

Für AS24 planen wir im Jahr 2018 Außenumsätze in Höhe von mindestens 185,0 Millionen Euro zu erreichen. Der wesentlichen Treiber des Umsatzwachstums ist auch für AS24 der Anstieg des ARPU unserer Händlerkunden, insbesondere in Deutschland, Belgien, Niederlande, Italien und Österreich. Aufgrund des operativen Leverage erwarten wir, dass das EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit ein höheres Wachstum ausweist. Somit erwarten wird, dass die EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit mindestens 50,0% erreicht.

Scout24 Consumer Services Außenumsätze sollten sich im Jahr 2018 auf etwa 90,0 Millionen Euro belaufen. Das Umsatzwachstum wird im Wesentlichen angetrieben durch eine verstärkte Nutzung unserer Angebote entlang der Wertschöpfungskette im Immobilien- als auch Automobilbereich, wie z.B. Bau- und Autofinanzierungsvermittlung, Bonitätsprüfung, Premium Mitgliedschaft, sowie durch den Verkauf von Werbeanzeigen. Wir erwarten auch für Scout24 Consumer Services eine steigende Profitabilität und somit ein Wachstum der EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit von mindestens einem Prozentpunkt.

Sonstige Angaben

Abhängigkeitsbericht

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

Die Scout24 AG war im Zeitraum vom 1. Januar bis 21. Juni 2017 ein von der Willis Lux Holdings 2 S.à r.l. i.L., Luxemburg, abhängiges Unternehmen, das wiederum von der H&F Corporate Investors VII, Ltd. als oberstes beherrschendes Unternehmen kontrolliert wird. Da kein Beherrschungsvertrag mit der Willis Lux Holdings 2 S.à r.l. i.L. 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 für den Zeitraum der Abhängigkeit.

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 nach den Umständen, die uns in dem Zeitpunkt bekannt waren, in dem die Rechtsgeschäfte vorgenommen wurden, eine angemessene Gegenleistung erhalten. Andere Maßnahmen auf Veranlassung oder im Interesse der verbundenen Unternehmen sind im Zeitraum vom 01. Januar bis zum 21. Juni 2017 nicht getroffen worden.“

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

Dargestellt werden die Angaben gemäß §289a Abs. 1, §315a Abs. 1 HGB zum 31. Dezember 2017.

Zusammensetzung des gezeichneten Kapitals

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

Direkte oder indirekte Kapitalbeteiligungen, die 10 % der Stimmrechte überschreiten

Zum 31. Dezember 2017 sind folgende Kapitalbeteiligungen in Höhe von mehr als 10 % der Stimmrechte am Grundkapital bekannt gewesen: Morgan Stanley, Wilmington, Delaware, Vereinigte Staaten von Amerika, 10,03 %.

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 Aktienausgabe, festzulegen.

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

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

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

Eine wesentliche Vereinbarung des Konzerns, die unter der Bedingung eines Kontrollwechsels steht, ist das zum 19. Dezember 2016 unterzeichnete Facility Agreement. Ein Kontrollwechsel liegt vor, wenn ein Anteilseigner 30% der Anteile erwirbt. Das Facility Agreement ermöglicht es den einzelnen Kreditgebern im Falle eines Kontrollwechsels unter zusätzlichen Voraussetzungen ihren Anteil an dem Kredit innerhalb einer vorgesehenen Frist von zehn Tagen nach Bekanntwerden des Sachverhalts geltend zu machen.

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

Derartige Entschädigungsvereinbarungen existieren nicht.

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

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

Nichtfinanzieller Bericht gemäß § 315b ff. HGB

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

Ergänzende Lageberichterstattung zum Jahresabschluss der Scout24 AG

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

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

Geschäftstätigkeit der Scout24 AG

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

Gegenstand des Unternehmens ist der Erwerb und das Halten von Beteiligungen an anderen Gesellschaften sowie die Erbringung von Managementleistungen für direkte und indirekte Tochtergesellschaften im Sinne des „OneScout24“-Ansatzes. 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, Risk Management & Compliance, Unternehmensentwicklung und -strategie, Kommunikation, Investor Relations, Personalwesen und Recht.

Des Weiteren erbringt die Scout24 AG Dienstleistungen im Rahmen des Scout24 Consumer Services Geschäfts. Scout24 Consumer Services, als gruppenübergreifender Bereich, unternimmt Aktivitäten im Werbeanzeigenverkauf und bündelt alle Aktivitäten im Bereich der Dienstleistungen für Nutzer. Letzteres bedeutet, es werden Dienstleistungen entlang der Wertschöpfungskette des gesamten Immobilienverkaufs- und Vermietungsprozesses bzw. des Automobilmarktes, wie beispielsweise Baufinanzierung, Immobilienbewertung, Schufa-Auskunft, Fahrzeugfinanzierung erbracht. Die Scout24 AG kombiniert im Rahmen der Scout24 Consumer Services konzernweite Vermarktungskompetenzen und Ressourcen mit Drittanbietern und Vertriebspartnern.

Die operative Steuerung obliegt den Vorständen der Scout24 AG.

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

Für die Scout24 AG erfolgt seitens des Managements keine wesentliche eigenständige Steuerung. Das Hauptaugenmerk liegt auf der Betrachtung der Tochtergesellschaften. Auch der Bereich Scout24 Consumer Services wird über die Steuerung der Tochtergesellschaften betrachtet.

Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage der Scout24 AG

Die wirtschaftliche Lage der Scout24 AG war im Geschäftsjahr insbesondere bestimmt durch das weitere Wachstum der Tochtergesellschaften sowie den Ausbau der Unterstützungsleistungen im Bereich Scout24 Consumer Services und kann insgesamt als sehr positiv bezeichnet werden.

Ertragslage

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

Gewinn- und Verlustrechnung (Kurzfassung)

(in Tausend Euro)	GJ 2017	GJ 2016	+/-	+/- in %
Umsatzerlöse	76.310	37.659	38.651	102,6
Sonstige betriebliche Erträge	3.802	3.065	737	24,0
Materialaufwand	-37.192	-18.664	-18.528	99,3
Personalaufwand	-30.583	-18.371	-12.212	66,5
Abschreibungen	-295	-57	-239	420,2
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-28.336	-14.068	-14.268	101,4
Erträge aus Gewinnabführungen	154.869	129.852	25.017	19,3
Erträge aus Ausleihungen des Finanzanlagevermögens	32.508	32.623	-116	-0,4
Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	1.200	2.211	-1.010	-45,7
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-11.814	-34.383	22.568	-65,6
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-50.606	-35.539	-15.067	42,4
Ergebnis nach Steuern	109.863	84.329	25.534	30,3
Sonstige Steuern	-5	135	-140	-103,7
Jahresüberschuss	109.858	84.464	25.393	30,1

Die Umsatzerlöse haben sich gegenüber dem Vorjahr um 38,7 Millionen Euro von 37,7 Millionen Euro auf 76,3 Millionen Euro erhöht. Dies resultiert zum einen aus den erstmalig das gesamte Geschäftsjahr enthaltenden, an Dritte berechneten Leistungen (Anstieg um 11,8 Millionen Euro), die die Scout24 AG im Rahmen des Scout24 Consumer Services Geschäfts von ihren Tochtergesellschaften bezieht, und zum anderen aus dem Anstieg von weiterverrechneten Managementleistungen an Tochtergesellschaften (Anstieg um 26,7 Millionen Euro).

Die sonstigen betrieblichen Erträge sind gegenüber dem Vorjahr um 24,0 % von 3,1 Millionen Euro auf 3,8 Millionen Euro gestiegen. Dies lässt sich im Wesentlichen auf die Auflösung von Rückstellungen in Höhe von 3,4 Millionen Euro (Anstieg um 2,6 Millionen Euro) zurückführen.

Der Materialaufwand hat sich im Geschäftsjahr von 18,7 Millionen Euro in 2016 auf 37,2 Millionen Euro erhöht. Der Grund für diesen Anstieg ist die Ausweitung der Dienstleistungen des Bereiches Scout24 Consumer Services.

Die Personalaufwendungen haben sich entsprechend zu den gestiegenen Mitarbeiterzahlen sowie der Mitarbeiterstruktur von 18,4 Millionen Euro in 2016 auf 30,6 Millionen Euro in 2017 erhöht. Erhöhend wirkte auch die Bildung von Rückstellungen für Abfindungen sowie für anteilsbasierte Vergütung. Die Scout24 AG beschäftigte im Geschäftsjahr 2017 ohne die Vorstandsmitglieder im Jahresdurchschnitt 228 Mitarbeiter (Vorjahr: 93).

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen haben sich um 101,4 % auf 28,3 Millionen Euro gegenüber dem Vorjahr (14,1 Millionen Euro) erhöht. Dies ist im Wesentlichen auf einen Anstieg der sonstigen personalbedingten Kosten in Höhe von 4,5 Millionen Euro (Vorjahr: 1,0 Millionen Euro), der Rechts- und Beratungskosten in Höhe von 5,4 Millionen Euro (Vorjahr: 3,8 Millionen Euro) und der EDV Dienstleistungen in Höhe von 4,5 Millionen Euro (Vorjahr: 0,6 Millionen Euro) zurückzuführen. Der Anstieg basiert auf der Umsetzung neuer strategischer Ausrichtungen im Konzern.

Die Erträge aus Gewinnabführungsverträgen betragen im Geschäftsjahr 154,9 Millionen Euro (Vorjahr: 129,9 Millionen Euro). Dies ist ein Anstieg von 19,3 %. Die Erträge resultieren aus dem Ergebnisabführungsvertrag mit der Scout24 Holding GmbH, München (im Folgenden „Scout24 Holding“).

Die Zinsen und ähnliche Aufwendungen haben sich um 65,6 % gegenüber dem Vorjahr (34,4 Millionen Euro) auf 11,8 Millionen Euro reduziert. Der Rückgang begründet sich im Wesentlichen durch ein niedrigeres Zinsniveau aufgrund der im Dezember 2016 durchgeführten Refinanzierung sowie den fortschreitenden Schuldenabbau und einen damit einhergehenden verringerten Finanzaufwand.

Aufgrund der verbesserten Ergebnissituation der Organgesellschaften und der Scout24 AG betragen die Steuern vom Einkommen und vom Ertrag im Geschäftsjahr 2017 50,6 Millionen Euro (Vorjahr: 35,5 Millionen Euro), was einen Anstieg um 15,1 Millionen Euro (42,4 %) bedeutet. Der überproportionale Anstieg im Vergleich zum Anstieg des Jahresergebnisses beruht auf weiteren innerbetrieblichen Effekten wie der geringeren Möglichkeit steuerlicher Kürzungen und der Übernahme von Verschmelzungsverlusten aus 2016.

Das Ergebnis nach Steuern erhöhte sich von 84,3 Millionen Euro um 30,3 % auf 109,9 Millionen Euro.

Der Jahresüberschuss erhöhte sich somit insgesamt um 30,1 % auf 109,9 Millionen Euro gegenüber 84,5 Millionen Euro im Vorjahr.

Finanz- und Vermögenslage

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

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

Bilanz (Kurzfassung)

(in Tausend Euro)	31.12.2017	31.12.2016	+/-	+/- in %
Immaterielle Vermögensgegenstände	1.122	865	258	29,8
Sachanlagen	800	283	517	182,7
Finanzanlagen	1.561.929	1.561.929	-	-
Anlagevermögen	1.563.852	1.563.077	774	0,0
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	7.428	5.022	2.406	47,9
Forderungen gegen verbundene Unternehmen	195.164	188.997	6.167	3,3
Sonstige Vermögensgegenstände	152	263	-111	-42,2
Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten	10.447	143	10.304	7.204,5
Umlaufvermögen	213.191	194.425	18.766	9,7
Rechnungsabgrenzungsposten	5.690	2.953	2.737	92,7
Summe Aktiva	1.782.733	1.760.456	22.278	1,3
Gezeichnetes Kapital	107.600	107.600	-	-
Nennbetrag eigener Anteile	-	-13	13	100,0
Kapitalrücklage	422.956	423.170	-214	-0,0
Rücklagen wegen eigener Anteile	-	13	-13	-100,0
Andere Gewinnrücklagen	53.800	53.800	-	-
Bilanzgewinn	532.186	454.609	77.578	17,1
Eigenkapital	1.116.542	1.039.178	77.364	7,4
Rückstellungen	32.785	33.512	-727	-2,2
Verbindlichkeiten	632.161	686.383	-54.222	-7,9
Rechnungsabgrenzungsposten	1.245	1.383	-137	-9,9
Summe Passiva	1.782.733	1.760.456	22.278	1,3

Die Finanzanlagen bestehen wie im Vorjahr im Wesentlichen aus der Beteiligung an der Scout24 Holding GmbH.

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen haben sich im Vergleich zum Vorjahr um 2,4 Millionen Euro auf 7,4 Millionen Euro erhöht. Dieser Anstieg korrespondiert mit den gestiegenen Umsätzen.

Die Forderungen gegen verbundene Unternehmen beinhalten im Wesentlichen Forderungen aus dem Ergebnisabführungsvertrag mit der Scout24 Holding sowie Forderungen aus dem Cash-Pooling. Der Anstieg der Forderungen in 2017 von 189,0 Millionen Euro auf 195,2 Millionen Euro resultiert vorrangig aus dem Anstieg der Forderungen aus Ergebnisübernahmen.

Das Eigenkapital veränderte sich von 1.039,2 Millionen Euro im Vorjahr um 77,4 Millionen Euro auf 1.116,5 Millionen Euro. Dieser Effekt ist im Wesentlichen auf den Jahresüberschuss zurückzuführen.

Außerdem hat sich die Kapitalrücklage um 0,2 Millionen Euro reduziert. Im Rahmen des Erwerbs eigener Anteile und der anschließenden Ausgabe der Anteile an Führungskräfte im Rahmen des Aktienoptionsprogrammes wurden 1,2 Millionen Euro (Vorjahr: 1,6 Millionen Euro) aus der Kapitalrücklage entnommen. Darüber hinaus wurden im Vorjahr 3,8 Millionen Euro zur Bildung einer Rückstellung für noch zurück zu erwerbende Anteile erfasst. Weiterhin wurde ein Personalaufwand in Höhe von 0,9 Millionen Euro (Vorjahr: 4,7 Millionen Euro) in Verbindung mit der **› anteilsbasierten Vergütung** in der Kapitalrücklage erfasst.

Die Eigenkapitalquote verbesserte sich um 3,6 Prozentpunkte auf 62,6 % (Vorjahr: 59,0 %).

Die Rückstellungen reduzierten sich von 33,5 Millionen Euro um 0,7 Millionen Euro auf 32,8 Millionen Euro. Dies ist im Wesentlichen bedingt durch die Reduktion der Steuerrückstellungen von 13,2 Millionen Euro auf 10,6 Millionen Euro aufgrund in 2017 höherer geleisteter Steuervorauszahlungen. Gegenläufig haben sich die sonstigen Rückstellungen von 20,3 Millionen Euro auf 22,2 Millionen Euro erhöht, was auf gestiegene personalbezogene Rückstellungen bei rückläufigen Rückstellungen für ausstehende Rechnungen zurückzuführen ist.

Die Verbindlichkeiten sind geprägt durch Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten in Höhe von 620,0 Millionen Euro (Vorjahr: 680,0 Millionen Euro). Die Reduktion der Bankverbindlichkeiten in Höhe von 60,0 Millionen Euro resultiert zum einen aus der Rückzahlung des Term Loan in Höhe von 30,0 Millionen Euro und zum anderen aus einer außerplanmäßigen Rückzahlung der revolving Kreditlinie in Höhe von 30,0 Millionen Euro. Bei den Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen, die sich um 3,2 Millionen Euro von 0,2 Millionen Euro im Vorjahr auf 3,4 Millionen Euro erhöht haben, handelt es sich im Wesentlichen um Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen. Der Anstieg resultiert im Wesentlichen daraus, dass in 2017 erstmalig die Scout24 Consumer Services Umsätze für das ganze Jahr weiterverrechnet wurden.

Risiko- und Chancenbericht der Scout24 AG

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

München, den 15.03.2018

Scout24 AG

Der Vorstand



Gregory Ellis



Christian Gisy