

Wirtschaft

S. 29 – 36 im vollständigen CSR-Bericht 2016

CSR-Berichterstattung in Orientierung an den Standards (2016) der Global Reporting Initiative (GRI)

→ **GRI 102: General Disclosures**

GRI 102-2: Activities, brands, products, and services

GRI 102-3: Location of headquarters

GRI 102-4: Location of operations

GRI 102-5: Ownership and legal form

GRI 102-6: Markets served

GRI 102-7: Scale of the organization

GRI 102-9: Supply chain

GRI 102-10: Significant changes to the organization and its supply chain

→ **GRI 103-1, -2, -3: Management approach**

→ **GRI 201: Economic Performance**

GRI 201-1: Direct economic value generated and distributed

GRI 201-4: Financial assistance received from government

→ **GRI 416: Customer Health and Safety**

GRI 416-1: Assessment of the health and safety impacts of product and service categories

GRI 416-2: Incidents of non-compliance concerning the health and safety impacts of products and services

→ **GRI 418: Customer Privacy**

GRI 418-1: Substantiated complaints concerning breaches of customer privacy and losses of customer data

Wirtschaft

Mit unseren digitalen Plattformen verbinden wir Menschen und ihr neues Zuhause oder Auto. Wir bieten ihnen Inspiration und nützliche Hilfestellung, die ihren individuellen Bedürfnissen gerecht werden. Kunden- und Datensicherheit sind für uns selbstverständlich und eine wichtige Grundlage für unseren Erfolg als verantwortungsbewusster Marktplatz.

Geschäftsmodell

Mit seinen professionellen digitalen Plattformen schafft Scout24 einen Mehrwert für private und gewerbliche Kunden. Wir betreiben unsere Marktplätze hauptsächlich unter den bekannten Marken ImmobilienScout24 (IS24) und AutoScout24 (AS24). Die Produkte und Dienstleistungen auf unseren Plattformen sind speziell auf die Bedürfnisse unserer Zielgruppen abgestimmt – ob sie nach Immobilien oder Automobilen suchen, diese anbieten oder auf unseren Plattformen werben.

GRI 102-2, -6

Wir bieten Interessenten und Anbietern nützliche Zusatzinformationen, Dienstleistungen und Produkte, die ihnen helfen, die passende Immobilie oder das richtige Auto zu finden, sich umfangreich darüber zu informieren und die richtige Entscheidung zu treffen. Mit unserer fast zwanzigjährigen Erfahrung und unseren breit aufgestellten Produkten und Services sind wir vor allem eines: ein verlässlicher Partner, der Anbieter und Nachfrager erfolgreich zusammenbringt. Dabei wollen wir uns vom Kleinanzeigen-geschäft hin zu einem echt datenbasierten und prognoseorientierten Geschäft stetig weiterentwickeln. Uns ist wichtig, ein Höchstmaß an Transparenz zu schaffen und gleichzeitig unseren Kunden und Nutzern maximale Sicherheit zu bieten.

Den gewerblichen und privaten Anzeigenkunden bietet Scout24 effiziente Instrumente an, mit denen Immobilien- oder Automobilinserate auf unseren Portalen optimal präsentiert und eine große, relevante sowie interessierte Zielgruppe erreicht werden kann. Wir generieren Umsatz sowohl mit Kleinanzeigen als auch weiteren Dienstleistungen, wie zusätzlichen Angeboten für professionelle Anbieter in den Bereichen Werbung, Generierung von Leads sowie weiteren Produkten entlang der Wertschöpfungskette. Im Bereich der Anzeigenprodukte bieten wir unseren

gewerblichen Kunden drei verschiedene Modelle an: ein Mitgliedschaftsmodell, ein Paketmodell sowie ein nutzungsbasiertes Modell (sogenanntes Pay-Per-Ad-Modell). Nutzer können unser Angebot kostenlos über verschiedene Kanäle verwenden: per Desktop-PC, über mobile Applikationen (Apps) und über unsere mobilen Webseiten.

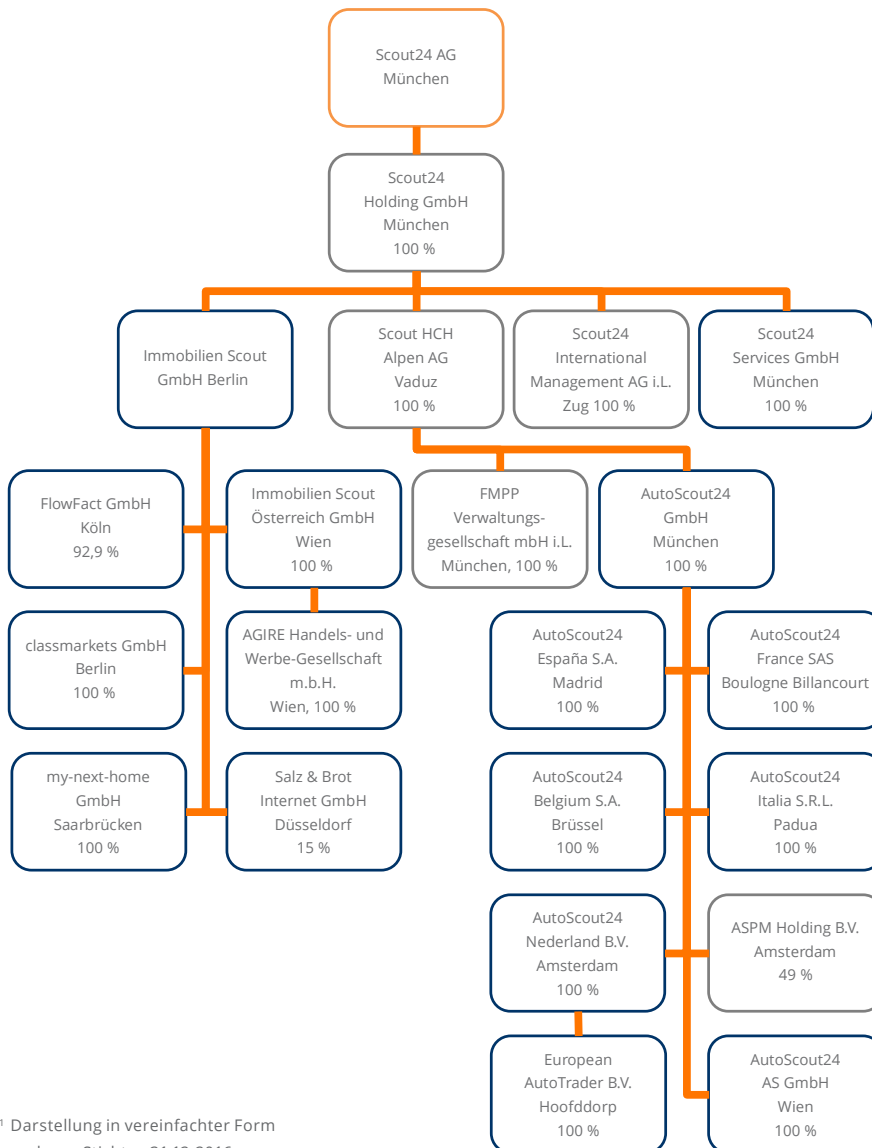
Unternehmensstruktur

Die Scout24 AG, mit Hauptsitz in München, bündelt Beteiligungen an 17 operativ tätigen Tochterunternehmen. Unsere Geschäftsstruktur wird anhand des nachstehenden Organigramms ersichtlich.

GRI 102-3

Überblick der direkten und indirekten Beteiligungen der Scout24 AG¹

GRI 102-2, -5, -10, -45



¹ Darstellung in vereinfachter Form und zum Stichtag 31.12.2016.

2016 fanden folgende Veränderungen in der organisatorischen Konzernstruktur statt:

GRI 102-10

- Am 1. Februar 2016 hat die AutoScout24 Nederland B.V., Amsterdam, 100 Prozent der Eigenkapitalanteile an der European Auto Trader B.V., Hoofddorp erworben.
- Am 1. Juni 2016 hat die Immobilien Scout Österreich GmbH in Wien, 100 Prozent der Eigenkapitalanteile an der AGIRE Handels- und Werbe-Gesellschaft m.b.H., Wien, erworben.
- Zum selben Datum hat die Immobilien Scout GmbH, Berlin, 100 Prozent der Eigenkapitalanteile an der my-next-home GmbH, Saarbrücken erworben.
- Am 6. Dezember 2016 verkaufte die Immobilien Scout GmbH, Berlin, ihre gesamte Eigenkapitalbeteiligung an Stuffle GmbH, Berlin.
- Zur Verschlinkung der Konzernstruktur erfolgte am 11. August 2016 die Verschmelzung der easyautosale GmbH, München, auf die AutoScout24 GmbH, München, zum Buchwert.
- Ebenfalls in 2016 hat die Scout24 HCH Alpen AG ihren Sitz von Zug, Schweiz, nach Vaduz, Liechtenstein, verlagert.

Zum 10. September 2015 wurde die damalige ASA NewCo GmbH in eine Aktiengesellschaft umgewandelt und zeitgleich in Scout24 AG umbenannt. Seit dem 1. Oktober 2015 ist unser Unternehmen an der Frankfurter Wertpapierbörse notiert und im Dezember desselben Jahres in den SDAX aufgenommen. Einen Überblick zur Aktionärsstruktur bietet die folgende Tabelle.

GRI 102-5

Überblick über die Aktionärsstruktur¹

Aktionäre	Aktien	In Prozent
Willis Lux Holdings 2 S.à r.l. in Liquidation	24.723.517	22,98 %
Deutsche Telekom AG	9.968.954	9,26 %
MEP Ord GmbH & Co. KG	2.988.938	2,78 %
German BMEP Ord GmbH & Co. KG	125.930	0,12 %
Scout Lux Management Equity Co S.à r.l.	2.982.787	2,77 %
Streubesitz	66.809.872	62,09 %
Gesamt	107.600.000	100 %

¹ Darstellung aus Aktualitätsgründen vom Januar 2017.

Seitens der Regierung stehen Scout24 keine finanziellen Ressourcen zur Verfügung.

GRI 201-4

Unternehmensgröße

Unser Fokus liegt auf nachhaltigem und profitabilem Wachstum sowie der nachhaltigen Steigerung unseres Unternehmenswertes. 2016 konnten wir diesen Weg weiter erfolgreich fortsetzen. Scout24 konnte nicht nur den Konzernumsatz um 12,3 Prozent gegenüber dem Vorjahr steigern, sondern auch ein überproportionales Wachstum des EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit auf 224,5 Millionen Euro erzielen.

GRI 102-7

Im Geschäftsjahr 2016 waren 1.135 Mitarbeiter in neun europäischen Ländern bei Scout24 angestellt. Scout24 ist im Immobilienbereich in Deutschland und Österreich, im Automobilbereich in Deutschland, Italien, Belgien (inklusive Luxemburg), den Niederlanden, Spanien, Frankreich und Österreich, also innerhalb der Eurozone, aktiv. Deutschland ist mit 83 Prozent Umsatzanteil im Geschäftsjahr 2016 der Hauptmarkt von Scout24.

GRI 102-4

Anzahl Standorte

GRI 102-7

	2016	2015
Standorte AS24	8	7
davon AS24 (AT)	1	1
AS24 (BE ¹)	1	1
AS24 (DE)	1	1
AS24 (ES)	1	1
AS24 (FR)	1	1
AS24 (IT)	1	1
AS24 (NL)	2	1
Standorte IS24	4	4
davon IS24 (AT)	1	1
IS24 (DE)	3	3
Standort FinanceScout24 (DE)	1	1
Standorte	23	22

¹ Im Standort Belgien wird Luxemburg miteingefasst, der als nicht operativ agierender Standpunkt in dieser Auflistung nicht extra berücksichtigt wird.

Finanzkennzahlen

GRI 102-7, 201-1

In Mio. Euro	2016	2015
Außenumsätze	442,1	393,6
davon AS24	152,0	120,7
IS24	284,6	266,7
EBITDA (gewöhnliche Geschäftstätigkeit)¹	224,5	189,6
davon AS24	64,2	43,8
IS24	179,2	159,2
Investitionen	19,5	19,3
Ertragssteuer	43,0	31,4
Betriebliche Leistungen	112,0	99,5
davon Löhne und Gehälter	93,2	83,1
soziale Abgaben	13,1	12,1
Altersversorgung	1,1	0,8
anteilsbasierte Vergütung	4,6	3,6
Eigenkapital	990,8	921,3
Gesamtkapitalisierung	2.130	2.172

¹ EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit entspricht dem EBITDA bereinigt um nicht-operative und Sondereffekte.

Produktverantwortung

GRI 103-1, -2, -3

Scout24 will den Nutzern die Suche nach einer neuen Wohnung oder einem neuen Auto so leicht wie möglich gestalten. Darüber hinaus geben wir ihnen eine Vielzahl an Informationen zu unseren zusätzlichen Services an die Hand, die sie befähigen, die für sie richtige Entscheidung zu treffen. In unserem sich schnell verändernden Marktumfeld sind Innovationen der Antrieb zu ständiger Weiterentwicklung. Agilität ist dabei maßgebend. Dies schaffen wir unter anderem mit der konsequenten Verfolgung des OneScout24-Ansatzes. Dieser ermöglicht es uns, das operative Geschäft unserer Segmente ImmobilienScout24 und AutoScout24 weiterzuentwickeln, Synergien zu heben sowie den Erfahrungsaustausch innerhalb der Gruppe zu fördern.

Um den ständigen Wandel und den Fortschritt unserer Branche mit anzuführen, hat Scout24 im Berichtsjahr 28,7 Millionen Euro in die Produktentwicklung investiert (2015: 24,1 Millionen Euro). Die Notwendigkeit, Bestehendes kontinuierlich zu verbessern, gehört zu unserer Grundhaltung. Wir verstehen es als unsere unternehmerische Verantwortung,

so gut wie möglich, auf die Bedürfnisse unserer Kunden und Nutzer einzugehen. Im Sinne unseres Purpose „inspiring your best decisions“ unterstützen wir sie bei wichtigen Entscheidungen rund um Immobilien und Autos. Mit dem Ausbau von Dienstleistungen entlang der Wertschöpfungskette folgen wir konsequent unserer Ausrichtung auf die Bedürfnisse unserer Nutzer.

Dazu gehört auch, dass wir mit Leidenschaft daran arbeiten, mit unseren Produkten gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen. Beispielsweise möchten wir die Nutzerfreundlichkeit von ImmobilienScout24 für Menschen mit Behinderung verbessern. Dafür kooperieren wir seit 2011 eng mit dem Sozialhelden e. V.. Gemeinsam diskutieren wir Verbesserungspotenziale und setzen Ideen um – wie die Integration der Wheelmap auf ImmobilienScout24 und die Anpassung von Suchkriterien (mehr Informationen auf S. 13).

Bei AutoScout24 unterstützen wir unsere Kunden und Nutzer beim Kauf und Verkauf von Hybrid- oder Elektrofahrzeugen und informieren sie gezielt zu alternativen Antrieben. Damit wollen wir einen Beitrag zur Förderung klimafreundlicher Mobilität leisten (mehr Informationen auf S. 14).

Kundensicherheit

Die Kundensicherheit hat besonders hohe Relevanz für Scout24. Wir sind uns im Klaren, dass der Schutz vor Betrug maßgeblich ist und unsere Reputationen beeinflusst.

GRI 103-1, -2, -3;
GRI 416-1, -2

Die Anzahl der Betrugsobjekte auf unseren Scout24-Plattformen befindet sich im sehr niedrigen einstelligen Prozentbereich im Vergleich zu unserem aktiven Objektbestand. Monatliche Betrugsfälle sind nur von geringer Anzahl, die Wahrnehmung bei Nutzern ist dagegen wesentlich höher, weil die verfälschten Angebote aufgrund ihrer hohen Attraktivität eine hohe Nachfrage generieren. Auch betrügerisch angelegte Konten befinden sich, im Vergleich zu neu registrierten Kunden, lediglich im unteren zweistelligen prozentualen Bereich.

Wir gehen aktiv gegen Betrug und Datendiebstahl vor. Dafür entwickelt u. a. ein eigenes Team bei ImmobilienScout24 ständig neue Maßnahmen gegen betrügerische Tätigkeiten. Dieses Entwicklerteam ist auf frühzeitige Erkennung und systematische Maßnahmen gegen Betrug spezialisiert. Denn für uns gilt: Jeder Betrugsfall ist einer zu viel. Wir geben unser Bestes,

Betrug zu vermeiden und informieren gezielt unsere Nutzer. Immobilien-Scout24 und AutoScout24 haben eigens Webseiten (sicherheit.immobilienscout24.de; www.sicherer-autokauf.de) eingerichtet, die den Nutzern Fragen beantworten, über Betrugsmaschen aufklären und Ansprechpartner aufzeigen. In dedizierten Kundengesprächen durch unsere Call Center Mitarbeiter suchen wir das Gespräch mit unseren Nutzern. Des Weiteren versenden wir Aufklärungsmaterial per Mail und informieren mit Interviews der PR-Mitarbeiter die Öffentlichkeit.

Sicherheitstechnisch setzen wir verschiedene präventive Maßnahmen um. So werden potenziell betrügerische Anzeigen durch ein selbstlernendes Filtersystem angezeigt und Inserate zusätzlich durch das Qualitätssicherungsteam gescannt und unseriöse Angebote gelöscht. Auch unsere Nutzer rufen wir aktiv dazu auf, tätig zu werden und uns durch Meldung verdächtiger Anzeigen zu unterstützen.

Datenschutz

Der verantwortungsvolle Umgang mit Kundendaten ist ein wesentlicher Teil des Geschäfts der Scout24-Gruppe. Die Nutzer unserer Plattformen vertrauen uns nicht nur ihre für die Registrierung notwendigen Daten an, sondern darüber hinaus Informationen über ihre persönlichen Lebensverhältnisse. Es gilt das Vertrauen der Kunden in die Sicherheit auf unseren Plattformen zu bestätigen. Der Schutz ihrer Daten hat höchste Priorität. Compliance in Datenschutz und Datensicherheit sind daher im Selbstverständnis der Scout24-Gruppe verankert. Wir regeln den Umgang mit personenbezogenen und vertraulichen Daten in unserem [Code of Conduct](#) sowie in konkreten Arbeitsanweisungen zum Umgang mit Personal- und Kundendaten. Die Konzerndatenschutzbeauftragte berät den Vorstand bei der Umsetzung der Maßnahmen zum Datenschutz.

GRI 103-1, -2, -3

Unsere Produkte werden mit Blick auf den Datenschutz und die IT-Sicherheit in Bezug auf die Daten entwickelt und aufgesetzt. Neue Mitarbeiter erhalten eine Einführung in den Datenschutz und es finden Schulungen in unseren Abteilungen statt, die den Umgang mit personenbezogenen Daten lehren. Dies stellt sicher, dass Datenschutz fest im Bewusstsein der Mitarbeiter verankert ist. Neue Produkte und Verfahren werden in definierten Prozessen auf ihre Vereinbarkeit mit dem Datenschutz und der Datensicherheit geprüft.

Im Berichtsjahr gab es eine Beschwerde der Wettbewerbszentrale zur Abfrage von Daten in Formularen auf der Webseite. Diese haben wir umgehend geprüft und daraufhin Änderungen an den Formularen zur Datensparsamkeit vorgenommen. Des Weiteren gab es einen Hinweis des Berliner Beauftragten für Datenschutz und Informationsfreiheit zur Gestaltung der Einwilligungserklärung bei ImmobilienScout24. Diese wurde daraufhin entsprechend angepasst. Weitere Anfragen des Berliner Beauftragten für Datenschutz wurden den Anforderungen gemäß beantwortet.

GRI 418-1

Lieferantenmanagement

Als nicht-produzierendes Digital-Unternehmen beschränken sich unsere Lieferanten auf folgende Hauptgruppen:

GRI 102-9

- Dienstleister (Consulting, Strategie, Recruiting, Arbeitnehmerüberlassung)
- Offline Marketing Provider
- Hard- und Software-Provider (Reseller, Systemhäuser)

2016 hatte die Scout24-Gruppe ein Beschaffungsvolumen von rund 120 Millionen Euro. Unsere Procurement Policy dient gruppenweit als zentrale Richtlinie für ein verantwortungsvolles Lieferantenmanagement. Insgesamt beziehen wir von circa 1.800 Lieferanten Produkte und Dienstleistungen.