

GRI-Kapitel Geschäft ◀

S. 28-44 im GRI-Bericht 2018

Berichterstattung in Übereinstimmung mit den Standards (2016) der Global Reporting Initiative (GRI) nach Option „Core“ inklusive Nichtfinanzieller Bericht.

▶ **GRI 102: Allgemeine Angaben**

GRI 102-2: Aktivitäten, Marken, Produkte und Dienstleistungen

GRI 102-3: Ort des Hauptsitzes

GRI 102-4: Betriebsstätten

GRI 102-5: Eigentum und Rechtsform

GRI 102-6: Bediente Märkte

GRI 102-7: Größenordnung der Organisation

GRI 102-10: Signifikante Änderungen in der Organisation und ihrer Lieferkette

GRI 102-45: Im Konzernabschluss enthaltene Entitäten

▶ **GRI 103-1, -2, -3: Managementansatz**

▶ **GRI 201: Wirtschaftliche Leistung**

GRI 201-1: Direkt erwirtschafteter und verteilter wirtschaftlicher Wert

GRI 201-4: Finanzielle Unterstützung von Seiten der Regierung

▶ **GRI 406: Nichtdiskriminierung**

GRI 406-1: Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Maßnahmen

▶ **GRI 416: Kundengesundheit und -sicherheit**

GRI 416-2: Verstöße im Zusammenhang mit den Gesundheits- und Sicherheitsauswirkungen von Produkten und Dienstleistungen

▶ **GRI 418: Schutz der Kundendaten**

GRI 418-1: Begründete Beschwerden in Bezug auf die Verletzung des Schutzes und den Verlust von Kundendaten

GESCHÄFT

Mit unseren digitalen Plattformen verbinden wir Menschen mit Immobilien und Autos. Wir bieten ihnen Inspiration und Hilfeleistung, die ihren individuellen Bedürfnissen gerecht werden. Um genau zu verstehen, was sie brauchen, tauschen wir uns eng mit unseren Kundinnen und Kunden aus. Der verantwortungsvolle Umgang mit ihren Daten ist für uns selbstverständlich.

12,5%

Konzernumsatzsteigerung (inklusive des Beitrags von FINANZCHECK.de) von Scout24 gegenüber dem Vorjahr.

S. 33



15 Händlerinnen und Händler beraten AutoScout24 regelmäßig bei der Produktoptimierung.

S. 36

1.549

Beschäftigte hatte Scout24 im Jahr 2018 in Deutschland und ausgewählten europäischen Ländern.

S. 48

850

Stunden arbeiteten unsere Beschäftigten an sozialen Produktlösungen.

S. 39



10 Schlüssel-Forderungen für einen besseren Wohnungsmarkt veröffentlichte ImmobilienScout24.

S. 40



WISSENSCHATZ TEILEN


Beim großen Wohngipfel im September 2018 im Kanzleramt war bezahlbares Wohnen zentrales Thema. ImmobilienScout24 informierte vor Ort mit der Aktion „Baut, was gesucht wird!“, wie Deutschland wirklich wohnen will, und rief dazu auf, Neubauaktivitäten an diesen realen Bedürfnissen auszurichten. Dafür hatten wir 40.000 Mietwohnungs-inserate auf ImmobilienScout24 daraufhin analysiert, welche Wohnungen in Deutschland am häufigsten gesucht werden.

Konzernstruktur

GRI 102-2, 102-3, 102-5,
102-6, 102-45

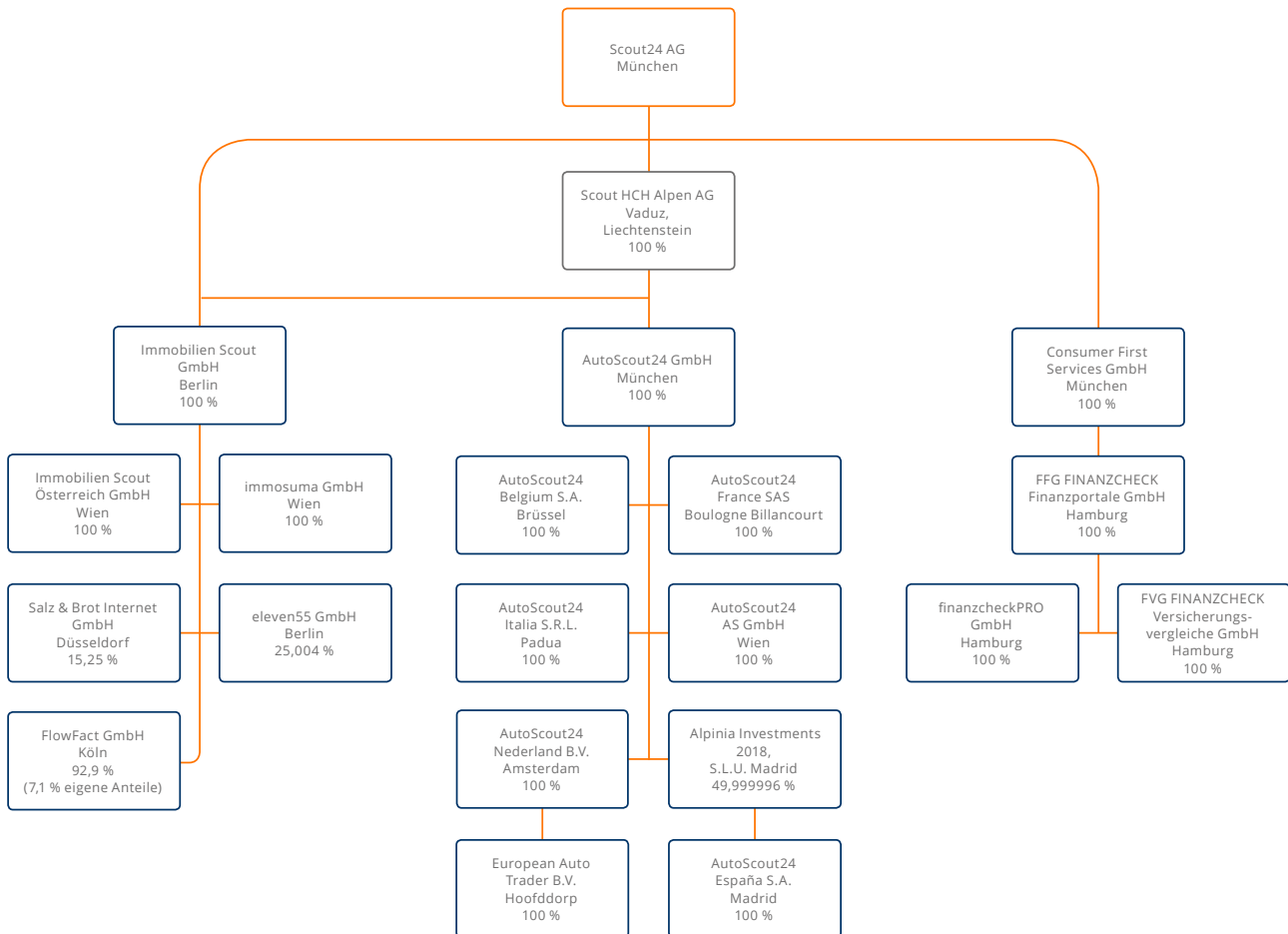
Die Scout24 AG mit Hauptsitz in München ist ein führender digitaler Marktplatz mit Fokus auf Immobilien und Automobile. Über unsere beiden zentralen Marken ImmobilienScout24 (IS24) und AutoScout24 (AS24) bringen wir seit fast 20 Jahren Angebot und Nachfrage in Deutschland und ausgewählten europäischen Ländern zusammen. Das am 1. Januar 2018 neu etablierte Segment Scout24 Consumer Services (CS) bildet unser drittes operatives Segment (siehe auch Geschäftsbericht 2018, Konzernanhang, Kapitel 5.7).

Die Scout24-Gruppe wird durch die Scout24 AG gesteuert. Die Scout24 AG ist eine Holding-Gesellschaft mit Konzernleitungsfunktion und betätigt sich auf dem Gebiet des Online- und Internetgeschäfts. Die Scout24 AG hält zum Bilanzstichtag mittelbar Beteiligungen an 15 operativ tätigen Tochterunternehmen, die im Konzernabschluss voll konsolidiert werden, sowie an drei at-Equity konsolidierten Unternehmen und an einer Minderheitsbeteiligung. Die nachfolgende Darstellung gibt (in vereinfachter Form) einen Überblick zu direkten und indirekten Beteiligungen der Scout24 AG zum 31.12.2018.



Scout24 hält zum Bilanzstichtag mittelbar Beteiligungen an 15 operativ tätigen Tochterunternehmen.

Direkte und indirekte Beteiligungen der Scout24 AG



GRI 102-10

Im Berichtszeitraum fanden folgende Veränderungen in der organisatorischen Konzernstruktur statt:

- Im Juli 2018 hat die Scout24 AG, München, 100 Prozent der Eigenkapitalanteile an der Blitz Erste Gründungs GmbH, München, erworben und diese in Consumer First Services GmbH, München, umbenannt. Die Consumer First Services GmbH hat im August 2018 wiederum 100 Prozent der Eigenkapitalanteile an der FFG FINANZCHECK Finanzportale GmbH, Hamburg, erworben, die ihrerseits zu 100 Prozent an der FVG FINANZCHECK Versicherungsvergleiche GmbH, Hamburg, und der finanzcheckPRO GmbH, Hamburg, beteiligt ist.
- Im August 2018 hat die Immobilien Scout GmbH, Berlin, 100 Prozent der Eigenkapitalanteile an der immosuma GmbH, Wien, Österreich erworben.

- Am 21. Dezember 2018 brachte die AutoScout24 GmbH, München 100 Prozent der Anteile an der AutoScout24 España S.A., Madrid, Spanien in die Alpinia Investments 2018, S.L.U., Madrid, Spanien ein. Im Gegenzug erhielt die AutoScout24 GmbH 49,999 Prozent der Anteile.
- Am 31. Dezember 2018 wurden ferner die Anteile an der classmarkets GmbH, Berlin veräußert, an der die Immobilien Scout GmbH, Berlin mit 100 Prozent beteiligt war. Die Veräußerung erfolgte durch Übertragung sämtlicher zuvor von der Gesellschaft gehaltener Anteile an den Käufer.

Weiterhin wurden während des Geschäftsjahres 2018 zwei Verschmelzungen durchgeführt:

Übertragende Gesellschaft	Aufnehmende Gesellschaft
Deutschland: Scout24 Services GmbH, München Scout24 Holding GmbH, München	Scout24 Holding GmbH, München Scout24 AG, München

Eine vollständige Aufstellung des Anteilsbesitzes der Scout24 findet sich im Kapitel 2 „Veränderungen im Konsolidierungskreis“ als Teil des Konzernanhangs des Geschäftsberichts 2018 der Scout24 AG (als Teil des Kapitels 2.1).

Aktienentwicklung

Scout24 ist seit dem 10. September 2015 eine Aktiengesellschaft. Seit dem 1. Oktober 2015 ist unser Unternehmen an der Frankfurter Wertpapierbörse notiert. Seit dem 18. Juni 2018 ist die Scout24 Aktie Teil des MDAX. In diesem wechselhaften Umfeld setzte sich die Aktie deutlich vom Gesamtmarkt ab und verbuchte vor allem in der ersten Jahreshälfte 2018 einen starken Kurszuwachs mit einem neuen Allzeithoch von 47,66 Euro am 17. Juli 2018. Die Marktreaktion nach der Übernahme von FINANZCHECK.de, die leichte Verunsicherung durch den vorzeitigen Wechsel an der Unternehmensspitze sowie die potenzielle regulatorische Änderung bei der Bestellung von Maklerleistungen beim Immobilienkauf setzten den Aktienkurs im Spätsommer stark unter Druck. Bis zum Jahresende erholte sich der Kurs entgegen der allgemeinen Marktentwicklung jedoch wieder und schloss mit 40,16 Euro und einem Kurszuwachs von 17,9 Prozent gegenüber dem Vorjahresschlusskurs ab. Eine detaillierte Aufstellung der Aktionärsstruktur und der Finanzkennzahlen für das Geschäftsjahr 2018 befinden sich im Geschäftsbericht 2018, ab S. 24.

Geschäftsmodell

GRI 102-2, 102-6

Die Produkte und Dienstleistungen unserer Plattformen sind speziell auf die Anforderungen unserer Zielgruppen abgestimmt – ob sie nach Immobilien oder Automobilen suchen, diese anbieten oder auf unseren Plattformen werben. Mit dem Ausbau von Produkten und Dienstleistungen entlang der Wertschöpfungskette folgen wir dieser Ausrichtung sowie unserer Strategie, unser Marktnetzwerk über das reine Inserat hinaus weiter auszubauen. So begleiten wir die gesamte „consumer journey“ von der funktionalen und intuitiven Suche bis hin zu individuellen Zusatzleistungen: von der Vermittlung geeigneter Umzugsunternehmen, der Anzeige beispielhafter monatlicher Finanzierungsraten bis hin zur Möglichkeit eines direkten Express-Verkaufs des inserierten Automobils an einen Händler oder der Hilfe bei der Erstellung der Bewerbungsunterlagen für eine neue Wohnung.

Infolgedessen generieren wir Umsatz mit Kleinanzeigen und mit weiteren Dienstleistungen, wie zusätzlichen Produktlösungen für Makler und den Autohandel, Werbung und der Generierung von Leads sowie Produkten und Dienstleistungen für unsere Consumer entlang der Wertschöpfungskette. Im Bereich der Anzeigenprodukte bieten wir unseren gewerblichen Maklerkundinnen und -kunden drei verschiedene Modelle an: ein Mitgliedschaftsmodell, ein Paket- bzw. Projektmodell sowie ein nutzungsbasiertes Modell (sogenanntes Pay-per-Ad-Modell).

Unternehmensgröße

GRI 102-7

Unser Fokus liegt auf nachhaltigem und profitablen Wachstum sowie der nachhaltigen Steigerung unseres Unternehmenswertes. Auch 2018 konnten wir diesen Weg weiter erfolgreich fortsetzen. Scout24 konnte – inklusive des Beitrags von FINANZCHECK.de – nicht nur den Konzernumsatz um 12,5 Prozent gegenüber dem Vorjahr steigern (2018: 531,7 Millionen Euro; 2017¹: 472,6 Millionen Euro), sondern auch ein überproportionales Wachstum des EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit auf 291,5 Millionen Euro erzielen (2017¹: 252,8 Millionen Euro).

Im Geschäftsjahr 2018 waren zum Bilanzstichtag 1.519 Beschäftigte (FTE) in Deutschland und ausgewählten europäischen Ländern bei Scout24 angestellt. Scout24 ist im Immobilienbereich in Deutschland und Österreich,

¹ Die folgende Änderung wurde im Vergleich zu den berichteten Zahlen für 2017 vorgenommen: IFRS 15 wurde per 1. Januar 2018 angewendet und die Zahlen für 2017 wurden rückwirkend angepasst.

im Automobilbereich in Deutschland, Italien, Belgien (inklusive Luxemburg), den Niederlanden, Spanien, Frankreich und Österreich, also innerhalb der Eurozone, aktiv. Deutschland ist mit 82 Prozent Umsatzanteil wie bereits im Vorjahr der Hauptmarkt von Scout24.

Konzernumsatzsteigerung von Scout24 gegenüber dem Vorjahr (inklusive FINANZCHECK.de).

GRI 102-4

Anzahl Gesellschaften und Standort¹

	2018
Standorte AS24	8
davon AS24 (AT)	1
davon AS24 (BE)	1
davon AS24 (DE)	1
davon AS24 (ES)	1
davon AS24 (FR)	1
davon AS24 (IT)	1
davon AS24 (NL)	2
Standorte IS24	2
davon IS24 (AT)	1
davon IS24 (DE)	1
Consumer First Services GmbH	1
FlowFact GmbH	2
davon FF (DE)	1
davon FF (CH)	1
classmarkets GmbH (DE)²	1
Standorte	14

¹ Nicht operativ agierende Standorte werden in dieser Auflistung nicht miterfasst.

² Bis zum Verkauf zum 31.12.2018.

GRI 201-1

Finanzkennzahlen

In Mio. Euro	2018	2017 ¹	2016 ²
Außenumsätze	531,7	472,6	442,1
davon AS24	181,5	158,7	152,0
IS24	250,00	235,9	284,6
CS ³	100,1	77,6	
EBITDA⁴ (gewöhnliche Geschäftstätigkeit)	291,5	252,8	224,5
davon AS24	97,2	76,6	64,2
IS24	170,3	157,6	179,2
CS	31,6	28,4	
Investitionen (bereinigt)⁵	28,8	22,8	19,5
Ertragsteuer	54,0	54,6	31,6
Betriebliche Leistungen	133,6	116,9	112,0
davon Löhne und Gehälter	102,4	97,1	93,2
soziale Abgaben	14,9	14,0	13,1
Altersversorgung	1,1	1,0	1,1
anteilsbasierte Vergütung	15,3	4,8	4,6
Eigenkapital	1.172,8	1.065,5	990,8
Bilanzsumme	2.464,7	2.140,5	2.130,9

¹ Die folgende Änderung wurde im Vergleich zu den berichteten Zahlen für 2017 vorgenommen:
IFRS 15 wurde per 1. Januar 2018 angewendet und die Zahlen für 2017 wurden rückwirkend angepasst.

² Die Finanzkennzahlen für das Geschäftsjahr 2016 auf Basis alter Segmentstruktur.
Daher keine Vergleichbarkeit zu den Finanzkennzahlen 2017 und 2018.

³ Ab dem 1. September ist das Ergebnis der FINANZCHECK.de in den Finanzzahlen der Scout24 AG enthalten.
FINANZCHECK.de wird dem Segment Scout24 Consumer Services zugerechnet.

⁴ EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit entspricht dem EBITDA bereinigt um nicht-operative Effekte.
Hierunter fallen im Wesentlichen Aufwendungen für Reorganisation, Aufwendungen im Zusammenhang mit der Kapitalstruktur des Unternehmens und Unternehmenserwerben (realisiert und unrealisiert), Kosten für strategische Projekte sowie ergebniswirksame Effekte aus anteilsbasierten Vergütungsprogrammen. Die EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit eines Segments ist definiert als das EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit im Verhältnis zu den externen Umsatzerlösen des jeweiligen Segments.

⁵ Die Investitionen (bereinigt) beinhalten nicht die Investitionen (bereinigt), die aufgrund der Anwendung von IFRS 16 im Geschäftsjahr 2018 angefallen sind.

Unsere Tochterunternehmen

Neben den zwei Online-Marktplätzen ImmobilienScout24 und AutoScout24 gehören die FinanceScout24, FlowFact GmbH, classmarkets GmbH¹, die FFG FINANZCHECK Finanzportale GmbH sowie die immosuma GmbH zu den vollkonsolidierten Unternehmen des Scout24-Konzerns.

Das Finanzportal FinanceScout24 bietet Verbrauchern online Informationen und einen kostenlosen Vergleich von Versicherungen, Geldanlage- und Bankprodukten, Produkten zur Altersvorsorge, Baufinanzierungen, Ratenkrediten sowie Strom- und Gaskтарifen.

FlowFact zählt zu den führenden Immobiliensoftware-Anbietern in Deutschland. Das Unternehmen wurde 1985 gegründet und 2014 von ImmobilienScout24 erworben. Es beschäftigt 106 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Deutschland und der Schweiz.

Die classmarkets GmbH war von 2015 bis zur Veräußerung der Anteile am 31.12.2018 im Besitz von ImmobilienScout24. Das Berliner Technologie-Start-up bietet für Verlage und Medienhäuser Online-Rubrikenmärkte zu Immobilien, Jobmarkt und Kraftfahrzeugen an. Ferner stellt classmarkets mit immobilo.de eine Immobilien-Suchmaschine in Deutschland zur Verfügung. Das Unternehmen beschäftigt an seinem Standort in Berlin 17 Mitarbeiter.

Die FFG FINANZCHECK Finanzportale GmbH ist ein Finanzdienstleistungsunternehmen, das sich auf den Online-Vergleich und die Vermittlung von Ratenkrediten und privaten Finanzprodukten in Deutschland spezialisiert hat. Mit der Übernahme von FFG FINANZCHECK Finanzportale GmbH baut der Konzern sein Geschäftsfeld Scout24 Consumer Services aus. Durch das Bereitstellen von Finanzprodukten für Auto- und Immobiliensuchende sowie –anbieter innerhalb der Scout24 Gruppe will der Konzern Synergien heben. Das Unternehmen mit Sitz in Hamburg zählt 289 Beschäftigte.

Die immosuma GmbH betreibt eine Meta-Suchmaschine für Immobilienanzeigen in Österreich. Zusammen mit der Immobilien Scout Österreich GmbH will der Konzern seine Stellung auf dem Markt für Online – Immobilienanzeigen in Österreich weiter ausbauen. Die Gesellschaft wird dem Segment Immobilienscout24 zugeordnet.

¹ Bis zur Veräußerung am 31.12.2018.

Produktverantwortung und nachhaltige Produktentwicklung

GRI 103

Produktverantwortung bedeutet für uns in erster Linie, bestmöglich auf die speziellen Bedürfnisse unserer Kundinnen und Kunden (v.a. Händler und Makler) sowie Nutzerinnen und Nutzer (Consumer) einzugehen. Diese Grundhaltung haben wir in unserem Code of Conduct für alle Beschäftigten verbindlich festgelegt.

Die Abteilungen „Customer Care“ und „Sales“ sind für die Kundenbetreuung und -zufriedenheit verantwortlich. Zudem haben unsere Auslandsstandorte und Tochtergesellschaften eigene Zuständigkeiten für die Kundenbetreuung definiert, die den individuellen Anforderungen ihrer Märkte gerecht werden. Die Kundenzufriedenheit ermitteln wir über eine kontinuierliche Online-Umfrage auf der Website und den Apps.

Im Kundenaustausch

Mit unseren Kundinnen und Kunden stehen wir im engen Austausch, um gemeinsam Produkte und Dienstleistungen zu optimieren. Dieser partnerschaftliche Ansatz kommt zum Beispiel durch den Händlerbeirat von AutoScout24 zum Ausdruck, der 2017 ins Leben gerufen wurde. Das Gremium setzt sich aus einer repräsentativen Gruppe von ca. 15 Händlerinnen und Händlern zusammen. Er tagt zweimal im Jahr und tauscht sich darüber hinaus zweimal jährlich telefonisch zur Produktentwicklung und -optimierung aus. Wie wertvoll diese Impulse sind, zeigt sich zum Beispiel an der „Preisbewertung“ – ein 2017 eingeführter Service, der für Consumer mehr Transparenz hinsichtlich des Preis-Leistungs-Verhältnisses der angebotenen Fahrzeuge schafft. Hier hat der Beirat unter anderem an den Benennungen der Preisstufen mitgewirkt und seine Erfahrungen aus dem Kundenkontakt eingebracht.

Bei ImmobilienScout24 nutzen wir das Kundenfeedback aus Umfragen, Usertests und den direkten Kundenkontakt unserer Sales-Mitarbeiter zur Optimierung unserer Produkte und Dienstleistungen.



Händlerinnen und Händler beraten AutoScout24 regelmäßig bei der Produktoptimierung.

Zugang für Nutzerinnen und Nutzer

Im Jahr 2018 haben monatlich rund 14 Millionen Nutzerinnen und Nutzer unser Portal ImmobilienScout24 besucht. Viele dieser User sind Menschen auf der Suche nach bezahlbarem Wohnraum. Aufgrund des Mangels an Mietwohnungen in den Metropolen sind die Bewerberzahlen pro Inserat häufig zwei- bis dreistellig, oder Inserate sind nur wenige Stunden online verfügbar. Für ImmobilienScout24 ist es das erklärte Ziel, für einen funktionierenden Immobilienmarkt zu sorgen, indem wir Angebot und Nachfrage effizient zusammenführen.

Da die Nachfrage das knappe Wohnungsangebot in den meisten Metropolen übersteigt, verläuft der Suchprozess für viele User unbefriedigend. Mit der Premium-Mitgliedschaft stellen wir den Suchenden eine Hilfestellung zur Seite. Die in der Premium-Mitgliedschaft enthaltene digitale Bewerbermappe bündelt alle für den User notwendigen Bewerbungsunterlagen, sodass der Bewerbungsprozess effizienter gestaltet wird. Zudem schützt die Bewerbermappe die persönlichen Daten des Suchenden, sodass er diese nicht unnötig preisgeben muss.

Barrieren abbauen

ImmobilienScout24 hat sich zum Ziel gesetzt, die Immobiliensuche visuell eingeschränkten Personen besser zugänglich zu machen. Das zuständige Plattformteam aus dem Bereich „Consumer Experience“ prüft kontinuierlich, ob sich Anforderungen der internationalen „Web Content Accessibility Guidelines“ (WCAG) im Rahmen der regulären Roadmaps umsetzen lassen. Zusätzliche Anforderungen werden auf freiwilliger Basis im Rahmen der Scout24 Social Days und Hackweeks von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern des Plattformteams umgesetzt.

Mit der Umstellung der Suche auf ein responsives Webdesign haben wir 2016 bereits einen Meilenstein in Richtung Barrierefreiheit erreicht. 2017 wurde ein Projekt zur Optimierung der Immobiliensuche für Screenreader (Vorlese-Anwendungen) gestartet, um auch blinden Menschen die Nutzung zu erleichtern. An unserem Ziel, die komplette Homepage uneingeschränkt für Screenreader nutzbar zu machen, arbeiten wir weiterhin. Beim Social Day 2018 (siehe auch Kapitel Gesellschaft, S. 62) hat ein sechsköpfiges Team größere Hindernisse für die Screenreader-Nutzung aus dem Weg geräumt, die im Lauf des Jahres auf dem Exposé und in der Ergebnisliste sichtbar wurden. So wurden Filter- und Blätterfunktion sowie das Markieren von Objekten in der Ergebnisliste optimiert. Im Exposé haben wir das Kontaktformular verbessert.


ImmobilienScout24 arbeitete 2018 außerdem daran, die Wohnungssuche über Sprachsteuerung zu ermöglichen. Im Juli 2018 haben wir unseren Alexa-Skill in den Skill Store gestellt. Mithilfe des Skills können unsere Nutzerinnen und Nutzer die von der Website oder App gewohnte Immobiliensuche komplett über Sprache steuern. Weiterführende Informationen sind auf unserem [Blog](#) zu finden.

Kooperation mit Sozialhelden e.V.

Ein wichtiger externer Partner für mehr Barrierefreiheit auf unseren digitalen Plattformen ist der Berliner Sozialhelden e.V., mit dem ImmobilienScout24 schon seit 2011 eng kooperiert. Gemeinsam diskutieren wir Verbesserungspotenziale und setzen Ideen für einen besseren Zugang für Menschen mit Behinderung um – wie zum Beispiel die Integration der sogenannten „[Wheelmap](#)“ und die Anpassung von Suchkriterien auf ImmobilienScout24.de (siehe auch Kapitel Gesellschaft, S. 62). 2018 haben wir die Wheelmap auch in der Ergebnisliste eingebunden. Somit steht sie jetzt nicht nur im Exposé in Bezug auf ein Objekt zur Verfügung, sondern kann schon früher bei der Kartensuche aktiviert werden und damit zur schnelleren Identifizierung von barrierefreien Objekten beitragen.

Impact durch Hackweeks

2017 haben wir erstmals am Standort Berlin die sogenannten Social Hackdays veranstaltet. 2018 haben wir das Format weiterentwickelt, indem wir den Bereich „Social Impact“ als feste Kategorie bei den Hackweeks von ImmobilienScout24 und AutoScout24 eingeführt haben. Bei diesem zweimal jährlich stattfindenden Format haben unsere Beschäftigten die Möglichkeit, gemeinsam mit anderen Scouts innovative Technologie- und Produktlösungen zu entwickeln. 2018 wurden insgesamt rund 850 Arbeitsstunden in soziale Produktlösungen investiert.



Rund 850 Stunden arbeiteten unsere Beschäftigten während der Hackweeks und am Social Day an sozialen Produktlösungen.

Wissen teilen

Produktverantwortung bedeutet für uns, nicht nur unser IT-Know-how, sondern auch unser Wissen, das wir auf unseren Plattformen generieren, zu nutzen, um gesellschaftlichen Herausforderungen zu begegnen. Mit unseren einzigartigen Daten zu Immobilien und Mobilität können wir die interessierte Öffentlichkeit über aktuelle Entwicklungen informieren.

Bei ImmobilienScout24 nutzen wir unseren Datenbestand gezielt, um auf das gesellschaftlich relevante Thema „Wohnen“ aufmerksam zu machen. So erstellen wir bereits für sechs Städte sogenannte Miet-Maps, die eine Übersicht über die durchschnittlichen Mietpreise einer 70 m²-Wohnung bieten. Darüber hinaus finden die Nutzer auf unseren Ratgeberseiten Büro-Mietmaps für vier Städte sowie Neubaukaufmaps für Wohnungen und Häuser für drei Städte. Mitte Februar 2019 veröffentlichen wir 14 Neubaukaufmaps. Sie zeigen die durchschnittlichen Kaufpreise von Neubauwohnungen in den sieben Metropolen und von Neubauhäusern in den sieben Metropolen plus Umgebung.

Anlässlich des Wohngipfels der Bundesregierung am 21. September 2018 initiierten wir die umfassende Kommunikationskampagne „Baut, was gesucht wird!“. Mit der Kampagne verfolgen wir das Ziel, die Wahrnehmung auf den realen Engpass auf dem Wohnungsmarkt zu lenken, damit sich Neubauaktivitäten hierauf konzentrieren. ImmobilienScout24 analysierte hierzu, welche Wohnungen in Deutschland am häufigsten gesucht werden. Im Dezember 2018 präsentierte ImmobilienScout24 zudem zehn Schlüssel-Forderungen für einen besseren Wohnungsmarkt. Ziel der Maßnahmen ist es, zur Entwicklung eines funktionierenden Immobilienmarktes durch das Bereitstellen von Daten und Expertise beizutragen.

AutoScout24 informiert seine Nutzer auf der Seite www.autoscout24.de/auto/elektroauto gezielt über alternative Antriebe. So unterstützen wir unsere Kunden und Nutzer beim Kauf und Verkauf von Hybrid- oder Elektrofahrzeugen und leisten damit einen Beitrag zur Förderung klimafreundlicher Mobilität.



10 Schlüssel-Forderungen für einen besseren Wohnungsmarkt veröffentlichte ImmobilienScout24.

Produktsicherheit

GRI 103

Als Unternehmen, dessen digitale Produkte über webbasierte Plattformen wie ImmobilienScout24 und AutoScout24 ausschließlich im Internet angeboten werden, haben Online-Sicherheit und Betrugsbekämpfung für Scout24 einen besonders hohen Stellenwert. Denn Cyberkriminalität wie etwa Datenphishing oder betrügerische Anzeigen kann unseren Kunden und Nutzern – und damit auch unserer Reputation – schaden. So könnten beispielsweise für Nutzer durch gefälschte Immobilien-Inserate und den sogenannten „Vorkasse-Betrug“ monetäre

Verluste entstehen. Deswegen gehen wir aktiv gegen Betrug und Daten-diebstahl vor. Produktsicherheit bedeutet für Scout24 zum einen, die Webseiten technisch so sicher zu gestalten, dass Missbrauch von Informationen von vornherein so gut wie möglich verhindert werden kann. Zum anderen bekämpfen wir kontinuierlich Betrugsversuche, wie zum Beispiel gefälschte Anzeigen, indem wir sie schnellstmöglich aufdecken und von den Seiten entfernen.

Wir aktualisieren ständig unsere internen Prozesse und Richtlinien. Informationssicherheit ist weiterhin ein „Kernwert“ des Unternehmens und unsere internen Richtlinien sind gemäß Industriestandard (ISO 27001) definiert und beschreiben das interne Informationssicherheitsmanagementsystem (ISMS). Enthalten sind unter anderem definierte Rollen und Verantwortlichkeiten aller Teilaspekte des ISMS. 2018 haben wir zusätzlich eine sogenannte Cloud Security Baseline verabschiedet und umgesetzt, die einen sicheren Betrieb unserer Systeme in der Cloud gewährleistet. Dies umfasst unter anderem die Zugriffsregelung, Verschlüsselung und kontinuierliche Prüfung aller Cloud-Ressourcen.

Ein internes Team verantwortet bei Scout24 das Thema Betrugsprävention. Dieses Entwicklerteam ist auf frühzeitige Erkennung und systematische Maßnahmen gegen Betrug spezialisiert. Zusätzlich überprüft die Abteilung „Customer Care“ die Webseiten in Bezug auf verdächtige Anzeigen.

Betrug vermeiden

Für Scout24 gilt: Jeder Betrugsfall ist einer zu viel. Wir geben unser Bestes, Betrug zu vermeiden, und informieren gezielt unsere Nutzer.

ImmobilienScout24 und AutoScout24 haben eigens Webseiten (<https://sicherheit.immobilienscout24.de>; www.sicherer-autokauf.de) eingerichtet, die den Nutzern Fragen beantworten, über Betrugs-maschen aufklären und Ansprechpartner aufzeigen. In dezidierten Kundengesprächen durch unsere Customer Care Mitarbeiter suchen wir das Gespräch mit unseren Nutzern. Des Weiteren versenden wir Aufklärungsmaterial per Mail und informieren über Presse-Interviews die Öffentlichkeit. Sicherheitstechnisch setzen wir verschiedene präventive Maßnahmen um: So werden potenziell betrügerische Anzeigen durch ein selbstlernendes Filtersystem angezeigt, Inserate zusätzlich durch das Qualitätssicherungsteam gescannt und unseriöse Angebote gelöscht. Auch unsere Nutzer rufen wir dazu auf, tätig zu werden und uns durch Meldung verdächtiger Anzeigen zu unterstützen.

Firmenintern erzeugen wir Transparenz durch die Integration des Themas Informationssicherheit in das Risikomanagement und gewährleisten darüber hinaus auch Konsistenz in der Bewertung von potenziellen Sicherheitsrisiken. Wir sehen Informationssicherheit als einen kontinuierlichen Verbesserungsprozess. Alle IT-Systeme und Prozesse werden durch kontinuierlich stattfindende Sicherheitstests (z.B. Penetrationstests) durch unabhängige Dritte geprüft und potenziell notwendige Verbesserungen gemäß einem definierten Risikomanagementprozess an die Verantwortlichen weitergeleitet und eingearbeitet.

Die Effizienz und Effektivität definierter Sicherheitsmaßnahmen messen wir über branchenübliche Kennzahlen, welche die Wahrscheinlichkeit und den potenziellen Schaden bei Eintritt aufzeigen. Diese sind zusammengefasst die Einschätzung der Angreifbarkeit des Unternehmens von außen und von innen unter Zuhilfenahme aller verfügbaren Informationen. Diese Auswertung steht allen Verantwortlichen über marktsegmentspezifische, sogenannte Security-Dashboards zur Verfügung und wird monatlich aggregiert an die Führungsebene kommuniziert.

Betrugsfälle

GRI 416-2

Die Anzahl der Betrugsobjekte auf unseren Scout24 Plattformen befindet sich im Vergleich zu unserem aktiven Objektbestand im sehr niedrigen einstelligen Prozentbereich. Entgegen der Wahrnehmung der Nutzer verzeichnen wir eine geringe Anzahl monatlicher Betrugsfälle. Diese Diskrepanz ist der hohen Nachfrage geschuldet, die verfälschte Angebote ihrer vermeintlichen Attraktivität wegen (Preis, Lage etc.) oftmals generieren. Auch die Zahl der betrügerisch angelegten Konten bewegt sich im Vergleich zu neu registrierten Kundenaccounts lediglich im unteren zweistelligen prozentualen Bereich.

Datenschutz

GRI 103

Der verantwortungsvolle Umgang mit personenbezogenen Daten im Sinne der EU Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) ist ein wesentlicher Teil des Geschäfts der Scout24-Gruppe. Die Nutzer unserer Plattformen vertrauen uns nicht nur ihre für die Registrierung notwendigen Daten, sondern darüber hinaus Informationen über ihre persönlichen Lebensverhältnisse an. Es gilt, das Vertrauen in die Sicherheit auf unseren Plattformen zu bestätigen. Nur wenn der Schutz (sensibler) Daten höchste Priorität hat, können mögliche Gefahren missbräuchlicher Datenverarbeitung ausgeschlossen und das Recht auf informationelle Selbstbestimmung für unsere Kunden, Nutzer und Mitarbeiter aufrechterhalten werden.

Compliance in Datenschutz und Datensicherheit sind daher im Selbstverständnis der Scout24-Gruppe verankert. Die Konzerndatenschutzbeauftragte berät den Vorstand bei der Umsetzung der Maßnahmen zum Datenschutz. Zusätzlich haben unsere Tochtergesellschaften, sofern rechtlich erforderlich, Datenschutzbeauftragte benannt.

Konform mit der DSGVO

Ergänzend zu den Vorgaben der Datenschutz-Grundverordnung und den jeweils einschlägigen nationalen Vorgaben wie das Bundesdatenschutzgesetz regeln wir den Umgang mit personenbezogenen und vertraulichen Daten in unserem Code of Conduct sowie in konkreten Arbeitsanweisungen zum Umgang mit Personal- und Kundendaten. Darüber hinaus haben wir im Berichtsjahr das Datenschutzprojekt „GDPR Ready“ abgeschlossen, um in den Gesellschaften der Scout24-Gruppe auf die Anforderungen der ab Mai 2018 europaweit geltenden Datenschutz-Grundverordnung vorbereitet zu sein. In diesem Zusammenhang wurden neue oder geänderte Anforderungen aus der DSGVO umgesetzt. Unter anderem wurden auch Maßnahmen zur Rechenschaftspflicht und dem Datenschutz-Management, zur Dokumentation, den Informationspflichten und den Betroffenenrechten getroffen. Zudem wurden die Unternehmen der Scout24-Gruppe durch eine externe Wirtschaftsprüfungsgesellschaft zur Datenschutz-Compliance auditiert. Der finale Report zum Audit war zur Zeit der Berichtserstellung noch nicht verfügbar.

Bei der Entwicklung unserer Produkte haben wir die IT-Sicherheit von Anfang an im Blick – neue Produkte und Verfahren werden daher in definierten Prozessen auf ihre Vereinbarkeit mit Datenschutz und -sicherheit geprüft. Neue Mitarbeiter erhalten im Rahmen der monatlichen Welcome Days eine Einführung zum Datenschutz und es finden abteilungs- und themenspezifische Schulungen zum Umgang mit personenbezogenen Daten statt. Darüber hinaus arbeiten wir mit einem Anbieter von digitalen Schulungsplattformen zusammen, um jährliche, für die Mitarbeiter verpflichtende Onlineschulungen anzubieten. Dies stellt sicher, dass Datenschutz fest im Bewusstsein der Mitarbeiter verankert ist.

Beschwerden hinsichtlich des Datenschutzes

GRI 418-1

Hinsichtlich der Verletzung des Datenschutzes oder des Verlustes von Kundendaten zählen folgende begründete Beschwerden im Berichtsjahr 2018 zu den relevantesten:

- Die Berliner Datenschutzaufsicht hat ImmobilienScout24 eine Verwarnung ausgesprochen, da ImmobilienScout24 einen Kunden fehlerhaft über den Einsatz eines automatisierten Filters bei der Freischaltung von Immobilien-Inseraten informiert habe. Wir werden gegen die Beschwerde vorgehen, da diese nach unserer rechtlichen Bewertung auf einer fehlerhaften Würdigung des Sachverhalts und der anwendbaren Vorschrift der Datenschutz-Grundverordnung beruht.
- Am 8. Oktober 2018 wurden zwei Angriffe auf die Website der ImmobilienScout24 festgestellt, bei denen die Angreifer auf rund 8.600 Nutzerkonten zugreifen konnten. Beide Angriffe wurden gemäß Art. 33 DSGVO der Datenschutzbehörde Berlin gemeldet. Wir haben keine Hinweise darauf, dass Daten von unserem System abgezogen wurden. Andere Schäden sind nicht bekannt und werden nicht erwartet. Die betroffenen Nutzer wurden aufgefordert, ihre Passwörter zu ändern. Eine Benachrichtigung der Nutzer gemäß Art. 34 DSGVO war nicht erforderlich.
- Am 23. Oktober 2018 wurde ein sicherheitsrelevantes Ereignis bei der classmarkets GmbH festgestellt, von dem etwa 52.500 versandte standardisierte E-Mails betroffen waren. Der Vorfall wurde der Datenschutzbehörde Berlin gemeldet. Wir haben keine Hinweise darauf, dass Dritte auf diese Daten zugegriffen haben. Eine Benachrichtigung der Nutzer unterblieb vor diesem Hintergrund (Art. 34 DSGVO).