


Moving to the  
next level



Quartals-  
mitteilung  
Q3/9M 2022



Scout24

# Inhalt

Quartalsverlauf im Überblick	3
Wichtige Ereignisse des dritten Quartals	4
Geschäftsentwicklung Konzern	5
Geschäftsentwicklung Segmente	10
Ausblick Gesamtjahr 2022	12
Impressum	13

## Hinweise

Die Scout24 SE als Mutterunternehmen bildet gemeinsam mit ihren direkten und indirekten Tochtergesellschaften die Scout24-Gruppe. Soweit sich Angaben in der folgenden Mitteilung ausschließlich auf die Scout24 SE beziehen, ist die Gesellschaft dort entsprechend bezeichnet („Scout24 SE“). Die Bezeichnungen „Scout24-Gruppe“, „Scout24“, „Scout24-Konzern“ beziehen sich jeweils auf die gesamte Gruppe.

Die in diesem Dokument enthaltenen Informationen sind sorgfältig ermittelt worden. Es wird jedoch keine Haftung irgendeiner Art übernommen für die hierin enthaltenen Informationen und/oder ihre Vollständigkeit. Die Gesellschaft, ihre Organmitglieder, Führungskräfte und Mitarbeiter und sonstige Personen geben keine Garantie oder Zusicherung, weder ausdrücklich noch konkludent, für die Richtigkeit und/oder Vollständigkeit der hierin enthaltenen Informationen ab und jegliche Haftung für jeglichen Schaden oder Verlust, der direkt oder indirekt aus dem Gebrauch dieser Informationen oder daraus in anderer Weise abgeleiteter Meinungen resultiert, ist ausgeschlossen.

Dieses Dokument kann zukunftsgerichtete Aussagen über das Geschäft, die Finanz- und Ertragslage und Gewinnprognosen der Scout24-Gruppe enthalten. Begriffe wie „können“, „werden“, „erwarten“, „rechnen mit“, „erwägen“, „beabsichtigen“, „planen“, „glauben“, „fortdauern“ und „schätzen“, Abwandlungen solcher Begriffe oder ähnliche Ausdrücke kennzeichnen diese zukunftsgerichteten Aussagen. Solche zukunftsgerichteten Aussagen basieren auf den gegenwärtigen Einschätzungen, Erwartungen, Annahmen und Informationen des Scout24 Vorstands. Die Aussagen unterliegen einer Vielzahl bekannter und unbekannter Risiken und Unsicherheiten. Sie bieten keine Garantie dafür, dass die erwarteten Ergebnisse und Entwicklungen tatsächlich eintreten. Die tatsächlichen Ergebnisse und Entwicklungen können daher wesentlich von diesen zukunftsgerichteten Aussagen abweichen. Gründe hierfür können unter anderem Veränderungen der allgemeinen wirtschaftlichen Lage und des Wettbewerbsumfelds, Kapitalmarktrisiken, Wechselkursschwankungen, Änderungen internationaler und nationaler Gesetze und Vorschriften, insbesondere im Hinblick auf Steuergesetze und -vorschriften, die Scout24 betreffen, sowie weitere Faktoren sein. Die Gesellschaft übernimmt keine Verpflichtung zur Aktualisierung oder Überprüfung zukunftsgerichteter Aussagen aufgrund neuer Informationen, künftiger Ereignisse oder aus sonstigen Gründen, soweit keine ausdrückliche rechtliche Verpflichtung besteht.

Scout24 verwendet zur Erläuterung der Ertragskennzahlen auch alternative Leistungskennzahlen, die nicht nach IFRS definiert sind. Diese sollten nicht isoliert, sondern als ergänzende Information betrachtet werden. Die von Scout24 verwendeten alternativen Leistungskennzahlen sind jeweils an entsprechender Stelle im Bericht definiert. Sondereinflüsse, die für die Ermittlung einiger alternativer Leistungskennzahlen verwendet werden, resultieren aus der Integration erworbener Unternehmen, Reorganisationen, außerplanmäßigen Abschreibungen, dem Veräußerungsergebnis bei Devestitionen und Beteiligungsverkäufen sowie sonstigen Aufwendungen und Erträgen außerhalb des gewöhnlichen Geschäftsbetriebs von Scout24.

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

Die in dieser Mitteilung enthaltenen Q3- oder Neunmonatszahlen wurden weder gemäß § 317 HGB geprüft noch einer prüferischen Durchsicht durch einen Abschlussprüfer unterzogen.

## Quartalsverlauf im Überblick

Mit einem **Konzern-Umsatzwachstum** um 17,7 % im dritten Quartal 2022 und um 15,7 % in der Neunmonatsperiode konnten wir die starke Umsatzdynamik der ersten beiden Quartale, sowohl auf Gruppen- als auch auf Segmentebene, fortsetzen. Im Zuge unserer strategischen Weiterentwicklung hin zu einer digitalen Immobilien-Transaktionsplattform bieten wir neben Anzeigen zur Vermarktung von Immobilien auch Produkte an, die Immobilientransaktionen digitaler und effizienter machen. Durch unsere breit diversifizierte Produktpalette generieren wir eine attraktive, nachhaltige Wachstumsdynamik. Die inflations- und zinsbedingten strukturellen Verschiebungen im Markt führen zu einem erhöhten Vermarktungs- und Dienstleistungsbedarf und wirken sich damit positiv auf die Produktnachfrage von Makler:innen und Privatpersonen aus.

Dies zeigte sich in einem abermals gesteigerten Wachstum innerhalb unseres Kerngeschäfts mit Makler:innen-Mitgliedschaften. Unser größtes Segment, das **Professional**-Geschäft, erzielte dabei eine Umsatzsteigerung im zweistelligen Prozentbereich (Q3 2022: +13,0 %; 9M 2022: +11,5 %). Hauptwachstumstreiber war im dritten Quartal 2022 aber unser **Private**-Segment, in dem aufgrund einer starken Nachfrage nach Plus-Produkten der Umsatz um 34,2 % anstieg. Bereits in den vergangenen Quartalen konnten wir ein marktbedingt anziehendes Einzel-Listing-Geschäft und damit verbunden steigende Pay-per-ad-Listing-Umsätze (PPA-Umsätze) im Bereich Professional wie auch im Private Segment beobachten. Diese Entwicklung setzte sich im dritten Quartal weiter fort. Der Umsatz im **Media & Other**-Segment stieg mit einem starken Österreich-Geschäft um 7,5 %.

Aufgrund der erfreulichen Umsatzentwicklung in Verbindung mit einer verlangsamten Kostensteigerung stieg das **EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit** in Q3 2022 mit 17,3 % (9M 2022: +12,1 %) proportional zum Umsatz und damit stärker als in H1 2022, wo es um 9,5 % gegenüber 2021 zulegte. Die **EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit** betrug demnach im dritten Quartal 55,7 % und in der Neunmonatsperiode 55,6 %. Vor dem Hintergrund der angekündigten Zukunftsinvestitionen lag die Marge in der Neunmonatsbetrachtung aber 1,8 Prozentpunkte unter der Vorjahresmarge. Das **(unbereinigte) Konzern-EBITDA** stieg im Neunmonatsvergleich um 8,8 % auf 166,8 Millionen Euro (Q3 2022: +3,2 %).

Das negative **Finanzergebnis** hat sich im Vorjahresvergleich von -7,5 Millionen Euro in der Neunmonatsperiode auf -20,5 Millionen Euro erhöht. Dies hängt im Wesentlichen mit der Verwaltung unserer Liquidität zusammen, die aufgrund rückläufiger Kursentwicklungen auf den Aktien- und Zinsmärkten im ersten Halbjahr eine negative Rendite erzielt hat. Aufgrund der Liquidierung des Wertpapierspezialfonds im Juni 2022 sind diese Finanzaufwendungen nunmehr realisiert. Durch die gleichzeitig niedrigeren Abschreibungen konnten wir im Neunmonatsvergleich dennoch ein steigendes **Ergebnis nach Steuern** in Höhe von 79,6 Millionen Euro erzielen. Das **Ergebnis je Aktie** stieg aufgrund dessen und signifikanter Aktienrückkäufe seit April 2021 um 28,4 % auf 1,01 Euro in den ersten neun Monaten 2022.

### WICHTIGE FINANZKENNZAHLEN

in Millionen Euro	Q3 2022	Q3 2021	Änderung	9M 2022	9M 2021	Änderung
<b>Konzernumsatzerlöse</b>	<b>114,7</b>	<b>97,5</b>	<b>+17,7 %</b>	<b>332,3</b>	<b>287,2</b>	<b>+15,7 %</b>
davon Professional	74,5	66,0	+13,0 %	217,4	195,0	+11,5 %
davon Private	31,6	23,5	+34,2 %	89,3	68,7	+29,9 %
davon Media & Other	8,6	8,0	+7,5 %	25,6	23,4	+9,4 %
<b>Konzern-EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit<sup>1</sup></b>	<b>63,9</b>	<b>54,5</b>	<b>+17,3 %</b>	<b>184,6</b>	<b>164,7</b>	<b>+12,1 %</b>
<i>Konzern-EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit<sup>2</sup> (in %)</i>	<i>55,7 %</i>	<i>55,9 %</i>	<i>-0,2 Pp</i>	<i>55,6 %</i>	<i>57,4 %</i>	<i>-1,8 Pp</i>
Konzern-EBITDA <sup>3</sup>	53,8	52,1	+3,2 %	166,8	153,4	+8,8 %
Ergebnis nach Steuern	32,7	24,0	+36,6 %	79,6	70,5	+13,0 %
<i>Ergebnis je Aktie (unverwässert, in Euro)</i>	<i>0,42</i>	<i>0,29</i>	<i>+47,7 %</i>	<i>1,01</i>	<i>0,79</i>	<i>+28,4 %</i>

<sup>1</sup> Das EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit entspricht dem EBITDA bereinigt um nicht operative Effekte, im Wesentlichen Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütung, M&A-Aktivitäten (realisiert und unrealisiert), Reorganisation sowie sonstige nicht operative Effekte.

<sup>2</sup> Die EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit ist definiert als das EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit im Verhältnis zum Umsatz.

<sup>3</sup> Das EBITDA (unbereinigt) ist definiert als das Ergebnis vor Finanzergebnis, Ertragsteuern, Abschreibungen sowie ggf. vorhandenen Wertminderungen und Wertaufholungen.

## Wichtige Ereignisse des dritten Quartals

- **Geschäftsmodell zeigt sich widerstandsfähig in aktuellem Marktumfeld**  
Steigende Zinsen, höhere Gestehungskosten sowie das unsichere geopolitische und makroökonomische Umfeld beeinflussen den deutschen Immobilienmarkt. Durch die Vermarktungsstärke unserer ImmoScout24-Plattform und den Mehrwert unserer diversifizierten Produktpalette gewinnen wir in diesem Umfeld noch mehr an Bedeutung, besonders in unserem Kerngeschäft mit Makler:innen. Wir konnten dabei auch im dritten Quartal neue Maklerkund:innen für uns gewinnen (Q3: +3,3 %; 9M: +2,9 %).
- **Rekordabonnements für Plus-Produkte und starke Nachfrage nach Einzel-Listings (Pay-per-ad)**  
Die strukturellen Marktverschiebungen ließen auch die Nachfrage nach unseren Plus-Produkten und Einzel-Listings steigen. Unsere Plus-Produkte erreichten im Juni erstmals die Rekordzahl von 300.000 Abonnent:innen (Q3 2022: 315.734). Die Umsätze des privaten Einzel-Listing-Geschäfts stiegen im dritten Quartal im Vorjahresvergleich um rund 36 %.
- **Aktienrückkäufe erreichen per Quartalsende rund 61 % des Zielvolumens**  
Im März dieses Jahres startete das aktuelle Aktienrückkaufprogramm von Scout24, das mit einem Volumen von bis zu 350 Millionen Euro umgesetzt werden soll. Bis zum 30. September 2022 wurden 3.918.339 Aktien im Wert von 212,8 Millionen Euro zurückgekauft. Zum Ende des dritten Quartals hielten wir insgesamt 4.043.146 eigene Aktien, was einem Anteil von 5,0 % am Grundkapital (80.200.000 Aktien) entsprach. Das März-Programm wird spätestens am 7. April 2023 enden. Weitere Informationen zu den Aktienrückkaufprogrammen finden sich unter: [www.scout24.com/investor-relations/aktie/aktienrueckkaufprogramm](http://www.scout24.com/investor-relations/aktie/aktienrueckkaufprogramm)
- **Höhere Dividende je Aktie ausgeschüttet als im vergangenen Jahr**  
Am 5. Juli 2022 zahlte die Gesellschaft auf Basis des entsprechenden Hauptversammlungsbeschlusses vom 30. Juni 2022 eine Dividende in Höhe von 66,4 Millionen Euro (Vorjahr: 68,5 Millionen Euro) an die dividendenberechtigten Aktionär:innen aus, das heißt 0,85 Euro (Vorjahr: 0,82 Euro) je dividendenberechtigter Stückaktie.
- **Scout24 startet Mitarbeiteraktienprogramm**  
Seit September 2022 können Scout24-Mitarbeiter:innen im Rahmen eines neu aufgelegten Aktienprogramms (ESPP) an der Wertentwicklung der Scout24-Aktie teilhaben. Wir ermöglichen unseren Mitarbeiter:innen damit zu attraktiven Konditionen Miteigentümer:innen unseres Unternehmens zu werden und langfristig am Unternehmenserfolg zu partizipieren. Insgesamt haben sich 35 % der berechtigten Mitarbeiter:innen am Aktienprogramm beteiligt.
- **Scout24 erhält verbessertes MSCI-Rating**  
Der Ratingdienstleister MSCI hat in diesem Quartal eine aktualisierte ESG-Bewertung für Scout24 veröffentlicht. Das Rating der Scout24 SE verbesserte sich von 'BBB' auf die nächsthöhere Stufe 'A', wobei wir ein besonders gutes Ergebnis im Bereich Governance und Umwelt erzielen konnten. In Bezug auf unsere Corporate-Governance-Praktiken sind wir führend in der Gruppe unserer Vergleichsunternehmen. Eine Aktualisierung des Bloomberg Gender-Equality-Index wird gegen Jahresende erwartet.
- **ImmoScout24 lässt in neuer TV-Kampagne Immobilien zu Wort kommen**  
Im September 2022 startete ImmoScout24 eine neue TV-Kampagne, in der Immobilien selbst zu Wort kommen. „Ich bin hier“ lautet ihre Botschaft, mit der sie erklären, was für Möglichkeiten sie potenziellen Mieter:innen oder Käufer:innen bieten. Die Spots werden bis in das Jahr 2023 hinein medial gespielt und über Mailings, Push-Nachrichten und in Printmedien verlängert. Eine weitere Kampagne mit Fokus auf Eigentümer:innen wird in den kommenden Monaten die TV-Präsenz weiter verstärken.

## Geschäftsentwicklung Konzern

### Entwicklung von Listings und Traffic

#### NICHT-FINANZIELLE KENNZAHLEN

	Q3 2022	Q3 2021	Änderung	9M 2022	9M 2021	Änderung
ImmoScout24.de (IS24) Listings <sup>1</sup>	404.801	351.834	+15,1 %	371.880	374.007	-0,6 %
IS24 monatliche Nutzer:innen Webseite (in Millionen) <sup>2</sup>	14,5	14,9	-3,0 %	15,0	16,2	-7,6 %
IS24 monatliche Nutzer:innen App (in Millionen) <sup>2</sup>	4,5	4,5	-0,6 %	4,6	4,6	+1,3 %
IS24 monatliche Sessions (in Millionen) <sup>3</sup>	98,9	96,7	+2,3 %	104,4	103,7	+0,8 %

<sup>1</sup> Quelle: ImmoScout24.de; Listings in Deutschland (Durchschnitt der Monatsend-Stichtage der Periode).

<sup>2</sup> Monatliche Einzelbesucher:innen auf ImmoScout24.de (Durchschnitt der einzelnen Monate), unabhängig davon, wie oft sie den Marktplatz in einem Monat besuchen. Quelle: interne Messung mit Hilfe von Google Analytics.

<sup>3</sup> Anzahl aller monatlichen Besuche (Durchschnitt der einzelnen Monate), in denen einzelne Nutzer:innen über ein Endgerät aktiv mit dem Web- oder App-Angebot interagieren, wobei ein Besuch als abgeschlossen gilt, wenn der:die Nutzer:in mindestens 30 Minuten inaktiv ist. Quelle: interne Messung mit Hilfe von Google Analytics.

Die zum Monatsende ermittelten Listing-Zahlen haben sich, wie aus der obenstehenden Tabelle ersichtlich, im Q3-Jahresvergleich um 15,1 % verbessert. Wie in Q2 konnten wir eine Zunahme von Verkaufsinseraten bei gleichzeitig rückläufigen Mietinseraten beobachten. Die Verschiebung der Nachfrage von Kauf zu Miete hat sich damit im dritten Quartal weiter manifestiert. Für das steigende Angebot an Verkaufsobjekten sowie die Zunahme von Mietsuchenden ist Scout24 mit einer vermarktungsstarken Plattform und einem breiten Produktangebot für Immobiliensuchende hervorragend gerüstet, weswegen sich das aktuelle Marktumfeld seither positiv auf die finanziellen Kennzahlen von Scout24 auswirkt.

Infolge des Ukraine-Krieges und seiner zunehmend spürbaren wirtschaftlichen Auswirkungen war die Nutzung unseres Marktplatzes (Traffic gemessen in monatlichen Nutzer:innen) im dritten Quartal insgesamt leicht rückläufig. Der Traffic gemessen in monatlichen Besuchen (Sessions) entwickelte sich im Quartalsvergleich mit +2,3 % positiv.

### Ertragslage

#### Umsatz und Gesamtleistung

In Millionen Euro	Q3 2022	Q3 2021	Änderung	9M 2022	9M 2021	Änderung
Konzernumsatzerlöse	114,7	97,5	+17,7 %	332,3	287,2	+15,7 %
Aktivierte Eigenleistungen	7,3	7,2	+1,0 %	21,8	19,5	+11,5 %
Aktivierte Eigenleistungen in % vom Umsatz	6,3 %	7,4 %	-1,1 Pp	6,5 %	6,8 %	-0,3 Pp

Unsere Konzern-Umsatzerlöse sind im dritten Quartal 2022 um 17,7 % auf 114,7 Millionen Euro und in der Neunmonatsperiode um 15,7 % auf 332,3 Millionen Euro gewachsen. Alle fünf am Kapitalmarkttag 2021 vorgestellten Wachstumstreiber haben hierzu beigetragen.

- Durch Listenpreisanpassungen und Upgrades der Mitgliedschaften mit mehr Vermarktungskapazität in Verbindung mit weiterhin steigenden Kund:innenzahlen konnten wir den Umsatz des Kerngeschäfts mit **Makler:innen-Mitgliedschaften** um 11,1 % auf 56,6 Millionen Euro (9M 2022: 163,5 Millionen Euro) steigern.
- Trotz der marktbedingt leicht abgeschwächten Dynamik des **Verkäufer-Leads-Geschäfts** im Jahresverlauf konnte der Wachstumstreiber wesentlich zum Umsatzwachstum beitragen. Insgesamt legte das Geschäft mit den Verkäufer-Leads in Q3 um 17,5 % auf 9,7 Millionen Euro (9M 2022: +26,7 %) zu. Davon entfielen unter anderem 6,5 Millionen Euro auf das ImmoScout24 Realtor

Lead Engine (RLE)-Geschäft und 3,1 Millionen Euro auf das provisionsbasierte ImmoScout24-Mandatsgeschäft.

- Inflations- und zinsbedingt entwickelte sich das **Baufinanzierungs-Geschäft** leicht abgeschwächt. (Q3 2022: +5,6 %; 9M 2022: +15,6 %). Demgegenüber steigt im aktuellen Zinsumfeld der Bedarf an vorqualifizierten Finanzierungs-Mandaten sowie an entsprechender Beratungskompetenz. Das provisionsbasierte Geschäft ist in Q3 2022 nach wie vor von untergeordneter Bedeutung.
- Unser stärkster Wachstumstreiber war auch im dritten Quartal das Geschäft mit **Plus-Produkt-Abos**, das mit 15,3 Millionen Euro (Q3 2021: 9,6 Millionen Euro) zum Q3-Umsatz beitrug. Neben einer stark steigenden Kund:innen-Zahl (Q3 2022: +43,1 %; 9M 2022: +59,1 %) profitiert das Geschäft von verlängerten Laufzeiten für MieterPlus und KäuferPlus sowie von einer besseren Paywall-Effizienz.
- Während die Umsätze noch geplant niedrig waren, konnte **Vermietet.de** die Anzahl der registrierten Einheiten von rund 505.000 zum 31. Dezember 2021 um 78 % auf fast 900.000 Einheiten zum Quartalsende erhöhen. Hier wirkte sich die fortschreitende Integration mit ImmoScout24 positiv aus.

Die **aktivierten Eigenleistungen** stiegen im Neunmonatsvergleich um 11,5 %, was vor allem mit geplanten Entwicklungs- und Integrationsprojekten bei Vermietet.de, FLOWFACT und ImmoScout24 zu tun hatte. Das Verhältnis der aktivierten Eigenleistungen zu den Umsätzen ging um 0,3 Prozentpunkte leicht zurück.

Die Unternehmen Zenhomes GmbH (Vermietet.de) und Propstack GmbH (Propstack), deren mehrheitliche Anteile im vergangenen Jahr erworben wurden, sind in den Q3- bzw. 9M-Zahlen des Vorjahres gar nicht oder nur teilweise enthalten. Im Mai 2022 wurden darüber hinaus die mehrheitlichen Anteile an der BaufiTeam GmbH erworben.

### Kostenentwicklung

In Millionen Euro	Q3 2022	Q3 2021	Änderung	9M 2022	9M 2021	Änderung
<b>Operative Effekte aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit</b>	<b>-58,1</b>	-50,2	+15,7 %	<b>-169,5</b>	-142,0	+19,3 %
davon Personalaufwand	-25,1	-21,7	+15,9 %	-70,7	-63,0	+12,2 %
davon Marketingaufwand	-12,3	-10,0	+23,4 %	-38,7	-27,8	+39,4 %
davon IT-Aufwand	-5,3	-4,6	+13,8 %	-15,9	-12,7	+25,2 %
davon Einkaufskosten	-7,7	-7,0	+10,1 %	-20,8	-18,3	+13,6 %
davon sonstige betriebliche Aufwendungen	-7,7	-7,0	+10,4 %	-23,3	-20,2	+15,5 %

Die Summe der **operativen Effekte**, die zum EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit der Scout24-Gruppe überleiten, stiegen im dritten Quartal mit 15,7 % geringer als in der ersten Jahreshälfte (H1 2022: 21,3 %). Dies hat einerseits mit dem erfreulichen Wachstum des Kerngeschäfts mit Makler:innen-Mitgliedschaften und andererseits mit gedrosselten Zukunftsinvestitionen zu tun, die rund 5,9 % der operativen Effekte ausmachten (Q1 2022: 11,5%; Q2 2022: 12,0%). Insgesamt entfielen im bisherigen Jahresverlauf 13,7 Millionen Euro der Zusatzkosten auf geplante Zukunftsinvestitionen in die Wachstumstreiber, wobei diese in Q3 mit geringeren Aufwendungen verbunden waren (rund 3,4 Millionen Euro) als in Q1 2022 (rund 6,6 Millionen Euro) und in Q2 2022 (rund 3,7 Millionen Euro).

- So wurden rund 2,1 Millionen Euro zur beschleunigten Akquise von Verkäufer-Leads, also dem Zukauf von Verkäufer:innenkontakten, verwendet, um unseren Maklerkund:innen so viele digitale Mandate wie möglich anbieten zu können.
- Zusätzliche 0,1 Millionen Euro an Marketingaufwand - ebenfalls zur Generierung von Leads - wurden in die Erweiterung des Baufinanzierungs-Geschäfts investiert.
- Die Zunahme von Plus-Produkt-Abonnements konnten wir auch durch zusätzliche Investitionen von rund 0,4 Millionen Euro erreichen.
- Zur Erhöhung der Vermietet.de-Einheiten wurden zusätzlich rund 0,7 Millionen Euro investiert. Der Fokus lag hier in der personellen Aufstockung von Vermietet.de sowie im Marketingaufwand.

Der den operativen Effekten zugeordnete **Personalaufwand** stieg insgesamt um 15,9 % auf 25,1 Millionen Euro in Q3 2022. Dieser Anstieg ist hauptsächlich mit den oben genannten personellen Aufstockungen innerhalb von Vermietet.de sowie mit Vertriebsprovisionen und regulären Gehaltssteigerungen zu erklären.

Unser **Marketingaufwand**, der ebenfalls den operativen Effekten zugeordnet wird, stieg im dritten Quartal um 23,4 % im Wesentlichen aufgrund der genannten Wachstumsinvestitionen in das Leads-Geschäft und die übrigen Wachstumstreiber sowie aufgrund einer in Q3 2022 gestarteten TV-Kampagne und Online-Marketingmaßnahmen. Dabei lagen die absoluten Marketingaufwendungen des dritten Quartals leicht unter denen der ersten beiden Quartale, was primär mit dem gedrosselten Kauf von Verkäufer-Leads im aktuellen Marktumfeld zu tun hat.

Der **IT-Aufwand** stieg im Quartalsvergleich um 13,8 %, was sich durch die Integration von Vermietet.de sowie durch höhere AWS-Kosten erklären lässt. Letztere stiegen infolge von Währungseffekten sowie aufgrund eines höheren Leistungsspektrums. Die **Einkaufskosten** stiegen um 10,1 % und die **sonstigen betrieblichen Aufwendungen** um 10,4 % jeweils auf 7,7 Millionen Euro in Q3 2022. Auch diese Aufwände sind den operativen Effekten zuzuordnen.

### Ergebnisentwicklung

In Millionen Euro	Q3 2022	Q3 2021	Änderung	9M 2022	9M 2021	Änderung
<b>EBITDA (unbereinigt)</b>	<b>53,8</b>	52,1	+3,2 %	<b>166,8</b>	153,4	+8,8 %
Abschreibungen und Wertminderungen	-8,3	-14,9	-44,1 %	-31,1	-42,7	-27,2 %
<b>Betriebsergebnis – EBIT</b>	<b>45,4</b>	37,2	+22,2 %	<b>135,7</b>	110,6	+22,7 %
Finanzergebnis	0,3	-1,9	+116,5 %	-20,5	-7,5	-171,6 %
Ertragsteuern	-13,0	-11,3	+14,8 %	-35,6	-32,6	+9,2 %
<b>Nettoergebnis</b>	<b>32,7</b>	24,0	+36,6 %	<b>79,6</b>	70,5	+13,0 %

Das (unbereinigte) **EBITDA** des Konzerns nahm, wie in obenstehender Tabelle dargestellt, trotz Kostensteigerungen sowohl auf operativer als auch auf nicht-operativer Seite leicht zu.

Die Position **Abschreibungen und Wertminderungen** verminderte sich gleichzeitig um 44,1 %, was hauptsächlich mit dem Wegfall der Abschreibung des ImmoScout24-Kundenstamms zu tun hat. Insgesamt entfielen in Q3 2022 1,1 Millionen Euro (Q3 2021: 8,5 Millionen Euro) auf Abschreibungen immaterieller Vermögenswerte, die im Rahmen von Kaufpreisallokationen identifiziert und bilanziert wurden (PPA-Abschreibungen). 7,2 Millionen Euro (Q3 2021: 6,4 Millionen Euro) entfielen auf reguläre Abschreibungen (inklusive Abschreibungen aus Leasing nach IFRS 16), deren Anstieg sich im Wesentlichen durch die in der Vergangenheit erhöhte Kapitalisierung selbst erstellter Software erklären lässt.

Somit verbesserte sich das **Betriebsergebnis (EBIT)** um 22,2 % im Quartalsvergleich und 22,7 % innerhalb der Neunmonatsperiode.

Das negative **Finanzergebnis** hat sich bezogen auf den Neunmonatszeitraum im Vergleich zum Vorjahr verschlechtert. Dies hängt im Wesentlichen mit der Verwaltung unserer Liquidität zusammen, die aufgrund rückläufiger Kursentwicklungen auf den Aktien- und Zinsmärkten erstmals eine negative Rendite erzielt hat. Aufgrund der Liquidierung des Wertpapierspezialfonds im Juni 2022 sind diese Finanzaufwendungen nunmehr realisiert. Durch die gleichzeitig niedrigeren Abschreibungen konnten wir im Neunmonatsvergleich dennoch ein steigendes **Nettoergebnis** erzielen (9M 2022: +13,0 %) wobei der **Steueraufwand** um 9,2 % anstieg.

Aufgrund der im Jahr 2022 durchgeführten Aktienrückkäufe hat sich die zur Ermittlung des **Ergebnisses je Aktie** verwendete durchschnittliche Aktienanzahl im Jahresvergleich signifikant reduziert. Der Berechnung des Ergebnisses je Aktie für Q3 2022 liegen 77.243.178 Aktien (9M 2022: 78.924.457) zugrunde. Die Vorjahreszahl für Q3 2021 wurde noch mit 83.513.538 Stück Aktien (9M 2021: 89.714.885) berechnet. Das **Ergebnis je Aktie** stieg daher im Neunmonatsvergleich um 28,4 % auf 1,01 Euro - trotz der zuvor beschriebenen erhöhten Investitionen und des negativen **Finanzergebnisses**.

**EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit**

Das **EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit** ergibt sich aus der Bereinigung des EBITDA um nicht-operative Effekte, wie Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütung (LTIP), M&A-Aktivitäten und Reorganisation. Im dritten Quartal waren diese – primär aufgrund von erhöhten anteilsbasierten Vergütungen und M&A-Kosten – deutlich höher als im Vorjahr. Die jeweiligen Entwicklungen der Einzelpositionen sind der nachstehenden Tabelle zu entnehmen.

In Millionen Euro	Q3 2022	Q3 2021	Änderung	9M 2022	9M 2021	Änderung
<b>EBITDA (unbereinigt)</b>	<b>53,8</b>	<b>52,1</b>	<b>+3,2 %</b>	<b>166,8</b>	<b>153,4</b>	<b>+8,8 %</b>
Nicht-operative Effekte	10,2	2,4	+326,9 %	17,8	11,3	+57,1 %
davon anteilsbasierte Vergütung	6,2	-0,1	-	9,2	5,5	+66,9 %
davon M&A Aktivitäten	2,6	1,5	-69,9 %	5,5	3,6	+50,6 %
davon Reorganisation	1,3	0,9	-48,7 %	3,1	2,1	+44,4 %
davon sonstige nicht operative Effekte	0,0	0,0	68,6 %	0,0	0,0	-5,1 %
<b>EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit</b>	<b>63,9</b>	<b>54,5</b>	<b>17,3 %</b>	<b>184,6</b>	<b>164,7</b>	<b>12,1 %</b>
<i>Konzern-EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit* (in %)</i>	<i>55,7 %</i>	<i>55,9 %</i>	<i>-0,2 Pp</i>	<i>55,6 %</i>	<i>57,4 %</i>	<i>-1,8 Pp</i>
Operative Effekte aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit	58,1	50,2	+15,7 %	169,5	142,0	+19,3 %
Aktivierte Eigenleistungen	-7,3	-7,2	+1,0 %	-21,8	-19,5	+11,5 %
<b>Konzernumsatzerlöse</b>	<b>114,7</b>	<b>97,5</b>	<b>+17,7 %</b>	<b>332,3</b>	<b>287,2</b>	<b>+15,7 %</b>

Die verbleibenden operativen Effekte aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit (siehe Tabelle auf Seite 7) sind in Q3 2022 um 15,7 % gegenüber dem Vorjahr gestiegen (9M 2022: +19,3 %). Im Laufe des Jahres nahm die Dynamik aufgrund von Skaleneffekten sowie den oben erwähnten gedrosselten Zukunftsinvestitionen ab. (H1 2022: 21,3 %). An dieser Stelle stiegen die operativen Kosten unterproportional zu den Umsatzerlösen, so dass sich die **EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit** von H1 2022 (55,5 %) zur Neunmonatsperiode 2022 (55,7 %) verbesserte. Gleichmaßen profitiert die Marge von einem vorteilhaften Produktmix. Auf die ersten neun Monate gerechnet und im Vorjahresvergleich sank die EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit um 1,8 Prozentpunkte auf 55,6 % (9M 2021: 57,4 %), was auf die verstärkten Zukunftsinvestitionen im Jahr 2022 zurückzuführen ist. Bereinigt um die genannten Akquisitionen ergibt sich damit eine **organische EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit** von 55,7 % für die Neunmonatsperiode 2022.



## Vermögens- und Finanzlage

### Kapitalstruktur

BILANZ AKTIVA (VERKÜRZT)			
In Millionen Euro	30.09.2022	31.12.2021	Änderung
<b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>	<b>129,2</b>	<b>619,5</b>	<b>-79,1 %</b>
davon Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	82,5	120,0	-31,3 %
davon Finanzielle Vermögenswerte	4,8	468,1	-99,0 %
<b>Langfristige Vermögenswerte</b>	<b>1.802,9</b>	<b>1.801,9</b>	<b>+0,1 %</b>
davon Finanzielle Vermögenswerte	11,9	10,9	+9,5 %
<b>Bilanzsumme</b>	<b>1.932,1</b>	<b>2.421,4</b>	<b>-20,2 %</b>

Die Reduzierung unserer Konzern-Bilanzsumme in den ersten neun Monaten 2022 hängt weitgehend mit den in diesem Zeitraum durchgeführten Aktienrückkäufen im Gegenwert von 357,0 Millionen Euro sowie Schuldentilgungen zusammen. Diese wurden größtenteils durch Mittel finanziert, die zuvor in einem Wertpapierspezialfonds angelegt (31. Dezember 2021: 491,9 Millionen Euro) und unter den liquiden Mitteln sowie den **kurz- und langfristigen finanziellen Vermögenswerten** verbucht waren.

BILANZ PASSIVA (VERKÜRZT)			
In Millionen Euro	30.09.2022	31.12.2021	Änderung
<b>Kurzfristige Verbindlichkeiten</b>	<b>119,9</b>	<b>141,1</b>	<b>-15,0 %</b>
davon Finanzielle Verbindlichkeiten	50,9	65,2	-22,0 %
davon Leasingverbindlichkeiten	9,6	9,0	+6,5 %
<b>Langfristige Verbindlichkeiten</b>	<b>371,0</b>	<b>506,8</b>	<b>-26,8 %</b>
davon Finanzielle Verbindlichkeiten	31,1	164,9	-81,1 %
davon Leasingverbindlichkeiten	50,7	54,2	-6,5 %
<b>Eigenkapital</b>	<b>1.441,2</b>	<b>1.773,5</b>	<b>-18,7 %</b>
<b>Bilanzsumme</b>	<b>1.932,1</b>	<b>2.421,4</b>	<b>-20,2 %</b>

Durch die teilweise Tilgung des Schuldscheindarlehens um 57 Millionen Euro reduzierten sich die **kurzfristigen finanziellen Verbindlichkeiten**. Die komplette Rückzahlung des Term Loans mit 100 Millionen Euro führte zu einer zusätzlichen Reduktion der **langfristigen finanziellen Verbindlichkeiten**. Die Summe der **kurz- und langfristigen Finanzverbindlichkeiten** inklusive Leasingverbindlichkeiten betrug zum 30. September 2022 142,3 Millionen Euro, im Vergleich zu 293,3 Millionen Euro zum 31. Dezember 2021.

Bereinigt um die Position Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente belief sich die Nettoverschuldung<sup>1</sup> zum 30. September 2022 auf 59,9 Millionen Euro (31. Dezember 2021: 173,3 Millionen Euro). Hieraus ergibt sich ein Verschuldungsgrad<sup>2</sup> zum 30. September 2022 von 0,25 : 1 (31. Dezember 2021: 0,78 : 1).

<sup>1</sup> Summe der kurz- und langfristigen Finanzverbindlichkeiten (inklusive Leasingverbindlichkeiten) vermindert um liquide Mittel.

<sup>2</sup> Verhältnis von Nettoverschuldung zu EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit der letzten zwölf Monate.

## Geschäftsentwicklung Segmente

Gemäß der am Kapitalmarkttag im Dezember 2021 vorgestellten Wachstumsstrategie berichten wir ab dem Geschäftsjahr 2022 in den drei Segmenten: „Professional“, „Private“ und „Media & Other“ (anstelle von „Residential Real Estate“, „Business Real Estate“ und „Media & Other“). Die bisher separat berichteten Holding-Umsätze werden dem Segment „Media & Other“ zugeordnet, die Kosten werden auf alle neuen Segmente umsatzbasiert umgelegt. Geschäfte zwischen den Segmenten finden in unwesentlichem Umfang statt. Die Vorjahres-Vergleichszahlen für Q3 2021 und 9M 2021 werden weiter unten in der neuen Segmentstruktur entsprechend dargestellt.

### Professional Segment

Das Professional Segment ist mit einem Anteil von 65 % in der Neunmonatsperiode unser umsatzstärkstes Segment (9M 2021: 68 %). Die Umsatzzusammensetzung und -entwicklung innerhalb des Professional Segments, also unseres Geschäfts mit gewerblichen Kund:innen, ist in nachstehender Tabelle dargestellt.

#### KENNZAHLEN PROFESSIONAL

In Millionen Euro	Q3 2022	Q3 2021	Änderung	9M 2022	9M 2021	Änderung
Professional Umsatz gesamt	74,5	66,0	+13,0 %	217,4	195,0	+11,5 %
• Subscription Umsatz	66,3	59,2	+12,0 %	193,8	175,0	+10,7 %
davon aus Mitgliedschaften	56,6	50,9	+11,1 %	163,5	151,1	+8,2 %
davon aus Verkäufer-Leads	9,7	8,2	+17,5 %	30,3	23,9	+26,7 %
Anzahl Kund:innen <sup>1</sup> (Periodendurchschnitt)	21.234	20.556	+3,3 %	21.012	20.417	+2,9 %
Professional ARPU <sup>2</sup> (Euro/Monat)	1.040	959	+8,4 %	1.025	953	+7,6 %
• Pay-per-Ad-Umsatz	4,2	3,0	+42,2 %	10,8	9,0	+20,8 %
• Sonstiger Umsatz	4,0	3,8	+5,6 %	12,8	11,1	+15,6 %
Professional EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit	44,8	41,9	+6,9 %	131,3	125,8	+4,3 %
Professional EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit (in %)	60,2 %	63,6 %	-3,4 Pp	60,4 %	64,5 %	-4,1 Pp

<sup>4</sup> ImmoScout24-Kund:innen mit einem über die Berichtsperiode hinauslaufenden kostenpflichtigen Vertrag, der zur Vermarktung von mehr als einem Objekt berechtigt sowie Immoverkauf24-Kund:innen (dedupliziert), die in der Berichtsperiode eine Verkaufstransaktion abgeschlossen haben (Monatsendstände geteilt durch Anzahl Perioden-Monate).

<sup>5</sup> Perioden-Umsatz dividiert durch durchschnittliche Kund:innen-Anzahl weiterhin dividiert durch die Anzahl der Perioden-Monate.

Der **Subscription-Umsatz**, der mit unseren gewerblichen Kern-Kund:innen erzielt wird, stieg um 12,0 % auf 66,3 Millionen Euro. Davon entfielen 56,6 Millionen Euro auf unser Kerngeschäft mit Makler:innen-Mitgliedschaften, das um 11,1 % im Jahresvergleich gewachsen ist. Dies ist primär auf eine weiterhin steigende Kund:innenzahl sowie Listenpreisanpassungen und laufende Upgrades in höherwertige Mitgliedschaften sowohl bei Residential als auch Commercial Makler:innen zurückzuführen. Trotz der marktbedingt abgeschwächten Dynamik des Verkäufer-Leads-Geschäfts im Jahresverlauf konnte der Wachstumstreiber wesentlich zum Umsatzwachstum beitragen. Insgesamt legte das Geschäft mit den Verkäufer-Leads im dritten Quartal um 17,5 % auf 9,7 Millionen Euro (9M 2022: +26,7 %) zu. Davon entfielen 6,5 Millionen Euro auf das ImmoScout24 Realtor Lead Engine (RLE)-Geschäft und 3,1 Millionen Euro auf das provisionsbasierte Immoverkauf24-Mandatsgeschäft. Die geringere Wachstumsdynamik in Q3 geht mit dem gedrosselten Kauf von Verkäufer-Leads vor dem Hintergrund der zuvor beschriebenen sinkenden Nachfrage nach Kaufobjekten einher. Insbesondere in diesem Marktumfeld gewinnt unsere ImmoScout24-Plattform und unsere diversifizierte Produktpalette noch mehr an Bedeutung, weswegen wir damit auch im dritten Quartal neue Maklerkund:innen für uns gewinnen konnten (Q3: +3,3 %; 9M: +2,9%). Der **Professional ARPU** stieg etwas weniger stark als der gesamte Subscription-Umsatz, da wir auch neue Kund:innen mit niedrigerem Umsatzvolumen gewinnen konnten.

Bereits in den vergangenen Quartalen konnten wir ein anziehendes Einzel-Listing-Geschäft und damit verbunden steigende **Pay-per-ad-Listing-Umsätze** verzeichnen. Diese Entwicklung setzte sich im vergangenen Quartal fort. Die höheren (bezahlten) Buchungen in Q3 2022 sind ein weiteres Zeichen dafür, dass unsere Vermarktungslösungen für Makler:innen im aktuellen Marktumfeld an Attraktivität zunehmen.

Der **Sonstige Umsatz** des Professional Segments, der aus der Vermittlung von Baufinanzierungs-Leads stammt, stieg einerseits aufgrund unserer Maßnahmen zur Verbesserung der Lead-Qualität, andererseits aufgrund des anlaufenden Transaktions- und Beratungsgeschäfts. Die aktuelle Zinsentwicklung führte jedoch zu einer leicht nachlassenden Wachstumsdynamik im Geschäft mit dem direkten Verkauf von Finanzierungs-Leads (Mortgage Lead Engine – MLE).

Das in der Tabelle dargestellte **EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit** des Professional Segments entwickelte sich wie erwartet unterproportional zum Umsatz, was mit den geplanten Wachstumsinvestitionen zu tun hat.

## Private Segment

Das Private Segment trug in der Neunmonatsbetrachtung mit 27 % zum Gesamtumsatz der Scout24-Gruppe bei (9M 2021: 24 %). Größter Wachstumstreiber des Gesamtumsatzes des Private Segments war das Plus-Produkt-Abogeschäft. Die genaue Umsatzzusammensetzung des Segments ist untenstehender Tabelle zu entnehmen.

### KENNZAHLEN PRIVATE

In Millionen Euro	Q3 2022	Q3 2021	Änderung	9M 2022	9M 2021	Änderung
Private Umsatz gesamt	31,6	23,5	+34,2 %	89,3	68,7	+29,9 %
• Subscription Umsatz	15,4	9,8	+58,2 %	44,0	26,8	+63,7 %
Anzahl Kund:innen <sup>1</sup> (Periodendurchschnitt)	315.734	220.678	+43,1 %	298.856	187.833	+59,1 %
Private ARPU <sup>2</sup> (Euro/Monat)	16,3	14,7	+10,5 %	16,3	15,9	+2,9 %
• Pay-per-Ad-Umsatz	11,6	8,6	+35,8 %	30,7	25,8	+18,8 %
• Sonstiger Umsatz	4,5	5,2	-13,1 %	14,7	16,1	-8,7 %
Private EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit	16,2	10,0	+61,8 %	45,0	30,7	+46,4 %
Private EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit (in %)	51,3 %	42,6 %	+8,8 Pp	50,4 %	44,7 %	+5,7 Pp

<sup>1</sup> Plus-Produkt-Abonnent:innen sowie zahlende Vermietet.de Kund:innen (Monatsendstände geteilt durch Anzahl Perioden-Monate).

<sup>2</sup> Perioden-Umsatz dividiert durch durchschnittliche Kund:innen-Anzahl weiterhin dividiert durch die Anzahl der Perioden-Monate.

Grund für die signifikante Zunahme des **Subscription-Umsatzes** in Q3 und 9M ist die starke Erhöhung der zahlenden Abo-Kund:innen bei verbesserter Paywall-Effizienz der Plus-Produkte. Der **Private ARPU** stieg um 10,5 %, was auf eine steigende Zahl an Abo-Kund:innen bei einem proportional höheren Umsatz zurückzuführen ist. Auch im Private Segment konnten wir in Q3 2022 einen starken Anstieg der **Pay-per-Ad-Umsätze** beobachten. Gründe hierfür waren, dass private Inserent:innen im aktuellen Marktumfeld von Anfang an die Bezahl-Lösung zur schnelleren Vermarktung wählten und länger laufende Anzeigen von der kostenfreien auf die bezahlte Variante umgebucht wurden.

Der **Sonstige Umsatz** des Private Segments, der aus der Vermittlung von Umzugsmandaten sowie dem Verkauf von Bonitätsprüfungen stammt, ging im Vorjahresvergleich zurück.

Das **EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit** des Private Segments stieg – trotz der fortgesetzten Wachstumsinvestitionen in Vermietet.de – überproportional zum Segment-Umsatz. Dies hat mit Skaleneffekten im Plus-Produkt-Abogeschäft sowie mit dem Wachstum des hoch profitablen Pay-per-Ad-Geschäfts zu tun.

## Media & Other Segment

Unser kleinstes Segment, Media & Other, trug, ähnlich wie im Jahr zuvor etwa 8 % zum Gruppenumsatz bei.

KENNZAHLEN MEDIA & OTHER						
In Millionen Euro	Q3 2022	Q3 2021	Änderung	9M 2022	9M 2021	Änderung
Media & Other Umsatz gesamt	8,6	8,0	+7,5 %	25,6	23,4	+9,4 %
Media & Other EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit	2,9	2,5	+13,9 %	8,4	8,2	+2,4 %
Media & Other EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit (in %)	33,3 %	31,4 %	+1,9 Pp	32,7 %	34,9 %	-2,2 Pp

Die **Media & Other** Segmentumsätze konnten im Vorjahresvergleich primär aufgrund des starken ImmoScout24 Österreich-Geschäfts, das im Quartalsvergleich um 16,4 % wuchs, zulegen. Ebenso stieg das Werbebusiness mit Dritten in der Quartalsbetrachtung um 12,7 %. Das CRM-Software-Geschäft mit FLOWFACT und Propstack entwickelte sich leicht abgeschwächt mit -2,4 % (9M 2022: +6,8 %).

Das **EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit** des Segments Media & Other stieg um 13,9 % in der Quartalsbetrachtung wieder stärker. Das Neunmonats-EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit erhöhten sich dagegen nur leicht um 2,4 % aufgrund anorganischer Effekte im Zusammenhang mit der Propstack-Akquisition in H1. Aufgrund der guten Umsatzentwicklung des Werbebusiness und von ImmoScout24 Österreich im dritten Quartal entwickelte sich die Media & Other EBITDA-Marge aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit seit diesem Quartal wieder positiv.

## Ausblick Gesamtjahr 2022

Die aktuellen Entwicklungen im deutschen Immobilienmarkt wirken sich weiterhin positiv auf die Scout24-Produktnachfrage und damit die Umsatzentwicklung aus. Die Relevanz der ImmoScout24-Plattform und die Vermarktungskapazitäten des Produktangebots haben im aktuellen Marktumfeld an Bedeutung gewonnen. So konnten wir, nach einer umsatzstarken ersten Jahreshälfte, die gute Umsatzdynamik auch im dritten Quartal fortsetzen.

Trotz der sich eintrübenden gesamtwirtschaftlichen Entwicklung geht der Vorstand davon aus, dass sich die Wachstumsdynamik im weiteren Jahresverlauf innerhalb der gegebenen Prognose für das Gesamtjahr fortsetzt. Der Vorstand präzisiert mit Blick auf das Gesamtjahr die Konzern-Umsatzwachstumsprognose am oberen Ende der Bandbreite von 14 % bis 15 %. Aufgrund der guten Umsatzdynamik sowie dem vorteilhaften Umsatz- und Produktmix ist der Vorstand auch zuversichtlich in Bezug auf das Ertragsziel. Unter Berücksichtigung der oben beschriebenen Zukunftsinvestitionen war im August eine Steigerung des Konzern-EBITDA aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit für das Gesamtjahr 2022 in Aussicht gestellt worden. An dieser Stelle kann der Vorstand ebenfalls die Wachstumserwartung am oberen Ende der prognostizierten Bandbreite von 11 % bis 12 % bestätigen.

# Impressum

## **Investor Relations**

Filip Lindvall

Telefon +49 30 243 011 917

E-Mail [ir@scout24.com](mailto:ir@scout24.com)

## **Scout24 SE**

Bothestraße 13–15

81675 München

Deutschland

Telefon +49 89 262 024 920

E-Mail [info@scout24.com](mailto:info@scout24.com)

[www.scout24.com](http://www.scout24.com)