



Sehr geehrte Aktionäre und Aktionärinnen,

mit der Aufnahme von rund 750 Mio. EUR Wachstumskapital im Rahmen unseres Börsengangs im Februar letzten Jahres haben wir uns vorgenommen unsere Stärken in den Bereichen Technologie, Logistik und Markenbildung zu nutzen und in ein großes Ziel zu investieren: den Marktführer in einem 600 Mrd. EUR schweren Gebrauchtwagenmarkt in Europa aufzubauen, in dem der Online-Kauf unserer Meinung nach in Zukunft der dominierende Transaktionskanal sein wird.

Die Aktienmärkte waren in den letzten Monaten für Technologieunternehmen und sicherlich auch für die Aktionäre und Aktionärinnen der AUTO1-Gruppe turbulent. Dennoch befindet sich AUTO1 heute in einer stärkeren Position als jemals zuvor:

- **Die Gesamtzahl der verkauften Fahrzeuge stieg auf 597.000, ein Plus von 30,5% im Vergleich zum Vorjahr**
- **Der Gesamtumsatz stieg auf 4,775 Mrd. EUR, 68,7% mehr als im Vorjahr**
- **Das Rohergebnis stieg auf 430,9 Mio. EUR, 50,7% mehr als im Vorjahr**
- **Die Zahl der verkauften Retail-Fahrzeuge stieg auf 41.400, ein Plus von 307,6% im Jahresvergleich**
- **Der NPS für Autohero stieg um 16 Punkte auf 69, von 53 Punkten im März 2021**
- **Das Merchant Segment hat 125 Mio. EUR beigetragen**
- **Bargeld und -einlagen beliefen sich auf 721 Mio. EUR und lagen damit um 564 Mio. EUR höher als im Vorjahr, was auf unseren erfolgreichen Börsengang im Februar 2021 zurückzuführen ist**

Da dies mein erster Brief an Sie ist, lassen Sie uns einen Schritt zurückgehen. Als wir 2012 AUTO1 gründeten, waren wir schnell fasziniert von der Chance, die wir vor uns hatten: Die Digitalisierung der 600 Milliarden Euro schweren europäischen Gebrauchtwagenbranche. Alles, was wir über diesen Markt lernten, schien altmodisch zu sein: Transaktionen waren fast immer mit Telefonaten und E-Mails verbunden, der Zeitaufwand auf der Käufer- und Verkäuferseite war enorm und die Unsicherheit über den Preis und die Qualität war allgegenwärtig. Dies führte überall zu schlechten Kundenerfahrungen: Die Händler hatten Schwierigkeiten, das richtige Angebot in der richtigen Qualität und Menge zu finden. Die Kunden hatten keine Freude am Autokauf, da sie oft mit langen Anfahrtswegen, erheblichen Unterschieden zwischen dem beworbenen und dem tatsächlichen Zustand des Fahrzeugs sowie allgemeinem Misstrauen gegenüber den Händlern konfrontiert waren. Wir waren davon überzeugt (und sind es heute umso mehr), dass das Denken in digitalen Systemen, die mit dem Ziel aufgebaut wurden, ein hervorragendes Kundenerlebnis zu bieten, die derzeit fragmentierte Marktstruktur radikal verändern kann und eine bedeutende wirtschaftliche Chance darstellt.

Angefangen hat alles mit der Verkaufsseite, dem Merchant-Segment. Wir haben eine einfache und kostenlose Möglichkeit für Kunden geschaffen, den aktuellen Marktpreis ihres Autos online zu ermitteln und dies dann an einem Ort in ihrer Nähe abzugeben. Diese Autos aus Privatbesitz wurden zum Ankaufskanal unserer AUTO1.com Marktplattform. Wir begannen unser Inventar einer steigenden Anzahl an Händlern in ganz Europa zu zeigen und waren schnell von der starken Nachfrage überrascht. Wir hatten ein Fahrzeugsegment gefunden, das die Händler im Gegensatz zu Ex-Leasing- und Mietfahrzeugen nur schwer in skalierbaren Mengen finden konnten.

Bis heute haben wir mehr als 3 Millionen Autos von Privatkunden gekauft und verkauft und sind die Nummer eins unter den Autohändlern in der Europäischen Union. War es einfach dieses Geschäft aufzubauen? Nein. Um an die Spitze dieses Marktes zu gelangen, mussten wir unzählige Herausforderungen meistern und im Laufe der Jahre zahlreiche Fähigkeiten lernen:

Die größten Learnings gab es sicherlich auf der Preisseite. Da wir AUTO1 als ein digitales (Handels-) System betrachten, haben wir unsere Daten und Preismodelle mit dem Ziel entwickelt, die Preise vollautomatisch zu ermitteln. Nach 10 Jahren können wir mehr als 60% aller uns angebotenen Fahrzeuge automatisch bepreisen. Wir glauben, dass es weniger als 3 Jahre dauern wird, bis wir bei 95% angelangt sind. Wir sind überzeugt, dass unsere Fähigkeit zur automatischen Preisgestaltung dazu beiträgt schneller zu wachsen als unsere Konkurrenten und wir weniger Fehler bei der Preisgestaltung machen. Das führt wiederum zu einer höheren zukünftigen Rentabilität.

Unser unermüdlicher Fokus auf das Kundenerlebnis unterscheidet uns von vielen unserer Wettbewerber. Wir glauben, dass wir durch ein hervorragendes Kundenerlebnis eine der stärksten Marken in der Branche aufbauen können, in der die Bedeutung von Kundenzufriedenheit und einer etablierten Marke traditionell unterschätzt wird. Wir sind der Meinung, dass das Fehlen bekannter Marken in unserer Branche zu einem großen Teil die Fragmentierung des Gebrauchtwagengeschäfts erklärt. Wir sind überzeugt, dass unser Geschäft umso größer und rentabler wird, je stärker unsere Marke ist.

Um unsere Kunden kontinuierlich zufrieden zu stellen, mussten wir eine kosteneffiziente und skalierbare logistische Infrastruktur entwickeln. Autos sind besondere Güter - sie sind groß und werden mit einer Reihe von Dokumenten geliefert, die zusammen mit ihnen ankommen müssen. Wir haben ein Netz von mehr als 530 Niederlassungen, Logistikzentren und Auslieferungszentren aufgebaut, das es uns ermöglicht, Autos schnell in ganz Europa zu transportieren. Derzeit holt unser Netzwerk jährlich fast eine Million Fahrzeuge ab und liefert sie aus, dabei beträgt die durchschnittliche Lieferzeit für unsere Händlerpartner 9 Arbeitstage. Wir sind davon überzeugt, dass wir umso mehr Marktanteile gewinnen können, je günstiger und schneller unser Transportnetz wird, und je besser wir die Preisunterschiede zwischen den Märkten ausnutzen können.

Um unser wachsendes Inventar zu finanzieren, haben wir 2015 unseren ersten Asset-Backed-Loan (ABL) abgeschlossen, der uns 35 Mio. EUR an Fremdkapital zur Verfügung stellte. 12 Monate später konnten wir den ABL auf 125 Mio. EUR und im Jahr 2019 auf 260 Mio. EUR erweitern. Ein Jahr später wurde dieser dann in eine regresslose, geratete Asset-Backed-Securitization (ABS) über 485 Mio. EUR umgewandelt. Anfang März schließlich haben wir unser ABS auf 1 Milliarde Euro

aufgestockt. Unsere Fremdfinanzierungsinstrumente betrachten wir als einen starken Wettbewerbsvorteil und als Schlüsselfaktor für profitables Wachstum.

Wir schätzen, dass unser Merchantgeschäft Ende des letzten Jahres fast 2% aller in der Europäischen Union verkauften Fahrzeuge an unsere Partnerhändler geliefert hat. Wir feiern in diesem Jahr unser 10-jähriges Bestehen glauben aber, dass wir erst am Anfang unserer Reise zur Digitalisierung dieser gigantischen Branche stehen. Wir sind davon überzeugt, dass ein höherer Anteil an automatisch bepreisten Fahrzeugen in unserem Merchantgeschäft ein erhebliches zukünftiges Wachstum in diesem Segment freisetzen wird. Gleichzeitig gehen wir davon aus, dass unser Geschäftsbereich Remarketing in Zukunft stark zu unserem Gesamtwachstum im Merchantgeschäft und zum EU-weiten Beschaffungspotenzial beitragen wird.

Wir sind stolz darauf, dass unser Merchantgeschäft im vergangenen Jahr 125 Millionen Euro an Segmentprofitabilität zu unserem Konzernergebnis vor allgemeinen Verwaltungskosten beigetragen hat. Es war wichtig für uns zu beweisen, dass das Geschäft, das wir in den letzten zehn Jahren aufgebaut haben, nach all den Jahren der Investitionen profitabel ist. Unser Gesamtgeschäft hat im ersten Quartal 2020 zum ersten Mal die Gewinnschwelle erreicht und konnte dann im dritten Quartal 2020 auch auf bereinigter EBITDA-Basis Profitabilität erzielen. Seitdem wurde die Rentabilität im Merchantgeschäft durch hohe Investitionen in unser Retailgeschäft aufgezehrt.

Unsere Beweggründe, in den Einzelhandel einzusteigen, sind dieselben wie vor 10 Jahren, als wir mit der Verkaufsseite begannen: Ein Auto offline zu kaufen ist keine angenehme Erfahrung.

Die meisten Kunden beginnen damit, mehrere Kleinanzeigen des Marktes, d. h. eine Online-Liste der zum Verkauf stehenden Autos, zu durchsuchen. Wenn sie eine Anzeige gefunden haben, die ihren Anforderungen entspricht, können sie den Händler entweder anrufen oder eine E-Mail schreiben. Sie müssen erklären, an welchem Auto sie interessiert sind, fragen, ob es noch verfügbar ist, und einen Besichtigungstermin vereinbaren. Als nächstes müssen sie zu dem Auto fahren, das sie interessiert, um dessen Zustand zu beurteilen. Oft sind die Autohändler nicht in der Nähe des Kundenstandorts, so dass die Reisezeit erheblich ist. Dort angekommen, haben sie in der Regel 10-15 Minuten Zeit, um die Qualität des Autos zu beurteilen. Selbst für einen professionellen Autokäufer ist das nicht sehr viel Zeit. Sollte ihnen der tatsächliche Zustand des Fahrzeugs im Vergleich zu den Werbebildern, die sie online gesehen haben, nicht gefallen, war der Besuch umsonst. Dann müssen sie noch einmal von vorne anfangen. Wenn sie sich vor Ort für ein Auto entscheiden, heißt das jedoch nicht, dass sie es mitnehmen können. Das Auto muss auf ihren Namen zugelassen werden, oft wird es neu gewartet, sie müssen sich eine vorläufige Versicherungsnummer besorgen und natürlich für das Auto bezahlen, dabei bevorzugen einige Händler Bargeld gegenüber elektronischen Überweisungen. Mit anderen Worten: Nachdem sie sich für ihr nächstes Auto entschieden haben, müssen sie nach Hause zurückkehren, warten, bis alles erledigt ist, und dann erneut zum Händler fahren, um ihr Auto endlich abzuholen.

Wir glauben, dass die Zukunft des Autokaufs anders aussieht. Wir glauben, dass wir unseren Kunden mit der Möglichkeit, ihr nächstes Auto online zu kaufen, ein größeres, wünschenswertes Erlebnis bieten, das dem Offline-Kauf in jeder Hinsicht überlegen ist.

Unser Autohero-Store bietet schon heute fast 15.000 Autos zur Auswahl. Das ist ein weitaus größeres Sortiment als bei einem durchschnittlichen europäischen Offline-Händler, der nach unseren Schätzungen etwa 150 Fahrzeuge anbietet. Wir können unseren Kunden eine so große Anzahl von Fahrzeugen anbieten, ohne offline präsent zu sein, weil wir sie in den riesigen Lagerhallen unseres Logistiknetzes aufbewahren. Dies ist ein entscheidender Vorteil bei der Skalierung unseres Angebots und der Steigerung der Rentabilität im Laufe der Zeit: Wir sind nicht an teure Einzelhandelsstandorte in der Nähe von Städten gebunden, die leicht zu erreichen sein müssen.

Wir glauben, dass ein wesentliches Merkmal unseres Angebots darin besteht, dass alle Autos auf die gleiche Weise inspiziert und fotografiert wurden und dass die Fotos den Zustand des Fahrzeugs bis ins kleinste Detail zeigen. In unserem Geschäft können Kunden die Autos so besichtigen, als wären sie zu uns gereist: Sie können das Interieur und Exterieur des Fahrzeugs aus allen Blickwinkeln und unter den gleichen Lichtverhältnissen (ohne Witterungseinflüsse) betrachten. Mit einer Funktion namens „Gebrauchsspuren“ zeigt unser Shop Mängel (z.B. Steinschläge, Kratzer), die typisch für Gebrauchtwagen sind und die beim Offline-Kauf normalerweise nur zu Hause gefunden werden. Wir investieren viel in die Präsentation unserer Autos, weil wir glauben, dass die Erfüllung der Kundenerwartungen mit dem Auto, das wir liefern, ein Schlüsselement für unsere hohe Kundenzufriedenheit ist.

In unserem Geschäft können Kunden rund um die Uhr Autos kaufen. Wir glauben, dass dies ein zentrales Element für unser zukünftiges Wachstum und unsere Rentabilität im Einzelhandel ist. Offline-Händler sind an Öffnungszeiten gebunden, sie sind also nicht in der Lage die gesamte Nachfrage zu jeder Zeit zu bedienen. Sie werden Nachfrage verlieren, wenn Mitarbeiter in der Mittagspause oder krank sind und werden weniger von der eingehenden Nachfrage umsetzen, wenn Mitarbeiter nicht voll motiviert sind. Offline-Händler werden auch Nachfrage verlieren, wenn die Reisezeit des Kunden zum Standort des Händlers zu weit ist oder es keine bequeme Möglichkeit gibt, schnell dorthin zu gelangen. Wenn dem Kunden ein Auto in unserem Autohero-Store gefällt, fügt dieser es einfach an der Kasse hinzu und bezahlt (natürlich elektronisch).

Wir liefern die Autos dann zu unseren Kunden nach Hause, wo die Fahrzeuge sicher, sauber und vor Witterungseinflüssen geschützt in einem unserer einzigartigen Glastrucks ankommen. Für jedes Auto gilt ein 14-tägiges Rückgaberecht oder anders ausgedrückt: Kunden können ihr neues Auto zwei Wochen lang Probe fahren und es trotzdem zurückgeben. Unsere Retourenquoten liegen unter 3%. Unserer Meinung nach ist dies die bequemste Art ein Auto zu kaufen und sie ist dem Offline-Kauf in jeder Hinsicht überlegen. Unsere Kunden haben den Autohero-Store und die Lieferung im Februar 2022 mit einem Net Promoter Score von 69 bewertet.

Wir sind davon überzeugt, dass der Online-Kauf in Zukunft die vorherrschende Art des Kaufs sein wird. Rund 35% der Europäer in unseren 9 Autohero-Märkten erwägen bereits, ihr nächstes Auto online zu kaufen, wie eine Marktforschung ergab, die wir zusammen mit unserem Partner YouGov im dritten Quartal des vergangenen Jahres durchgeführt haben. In einer internen Umfrage unter mehr als 6.000 aktuellen Autohero-Kunden gaben 75% an, dass sie ihr nächstes Auto wahrscheinlich oder sehr wahrscheinlich wieder online kaufen werden.

Infolge des Übergangs zur Online-Welt wird sich die Wettbewerbslandschaft verändern. Ein erfolgreicher Online-Händler wird in der Lage sein, einen viel größeren Marktanteil als ein traditioneller Offline-Händler zu erobern und gleichzeitig eine hohe Rentabilität zu erzielen. Wir wollen dieses Unternehmen sein und nutzen daher die Möglichkeiten des Onlinehandels in vollem Umfang.

Wir glauben, dass die AUTO1 Group im Laufe der Zeit einen großen Anteil an diesem Markt erobern kann und zwar aus den folgenden Gründen:

- Unser Geschäft ist 365 Tage im Jahr, 24 Stunden am Tag geöffnet und kann immer alle eingehenden Anfragen bedienen
- Unser Geschäft hat keine physischen Beschränkungen für den Bestand, weil wir unsere Autos nicht in teuren Ausstellungsräumen präsentieren müssen
- Unser Shop verkauft Autos schneller als ein menschlicher Verkäufer, denn er hilft Kunden, schnell das richtige Auto zu finden und hält sie immer auf dem Laufenden über ihre Transaktion
- Unser Geschäft wird sich im Laufe der Zeit einer wachsenden Nachfrage erfreuen, da das Auto zu Kunden nach Hause geliefert wird und sie nicht anreisen müssen

Wir sind davon überzeugt, dass wir aus den folgenden Gründen eine überdurchschnittlich hohe Rentabilität erzielen können:

- Durch den Einsatz unserer automatischen Preisfindungstechnologie im Einzelhandel werden wir weniger Fehler bei der Preisgestaltung machen als ein durchschnittlicher Händler, was zu einem höheren Bruttogewinn pro Fahrzeug führt
- Die Stärke unserer Marke wird es uns ermöglichen, im Laufe der Zeit einen Aufschlag auf den Marktpreis eines Fahrzeugs zu erzielen
- Unsere Verkaufskosten pro Auto werden niedriger sein als bei einem traditionellen Händler, weil unser Geschäft Autos ohne menschliche Hilfe verkaufen kann
- Unsere kombinierten Logistikkosten pro Fahrzeug werden niedriger sein als die Kosten eines traditionellen Händlers für seinen Standort pro Fahrzeug
- Unsere Aufbereitungskosten pro Fahrzeug werden niedriger sein als bei traditionellen Händlern, da wir im Laufe der Zeit Größenvorteile in unseren großen Aufbereitungszentren haben werden

Unsere Reise Europas führende digitale Plattform für den Online-Kauf und -Verkauf von Gebrauchtwagen aufzubauen haben wir gerade erst begonnen. Im letzten Jahr haben wir unglaublich viel über unser Geschäft und unsere Kunden im Einzelhandel gelernt - aber es fühlt sich so an, als gäbe es noch viel mehr zu lernen. Auf unserem Weg zum großen, profitablen Einzelhändler investiert die AUTO1 Group in 2022 daher stark in die folgenden Bereiche:

- Die Auswahl an Autos in unserem Geschäft muss perfekt auf die Nachfrage unserer Kunden abgestimmt sein, um die Anzahl der verkauften Autos bei einer gleichbleibenden Zahl von Web-Sessions zu erhöhen
- Für den Einzelhandel ausgewählte Fahrzeuge müssen vollautomatisch bepreist werden
- Der prozentuale Anteil des Marketings am Umsatz muss im Laufe der Zeit sinken, während der Anteil des organischen Verkehrs kontinuierlich steigen muss
- Der NPS muss auf dem bereits erreichten hohen Niveau bleiben und weiter steigen
- Unsere Kosten für die Aufbereitung müssen Schritt für Schritt weiter gesenkt werden und der Anteil der eigenen Fahrzeugaufbereitung muss steigen
- Die Lieferzeiten für die Kunden müssen schrittweise verbessert werden, um den Umsatz zu steigern
- Die Anzahl der menschlichen Berührungspunkte pro ausgeliefertem Auto muss im Laufe der Zeit reduziert werden

Heute ist die AUTO1 Group ein einzigartiges Unternehmen. Unser Team ist unglaublich talentiert und arbeitet hart daran, unseren Weg zur Marktführerschaft und Profitabilität zu realisieren. Wir haben die Daten, die Systeme, die Marke, die Kundenbeziehungen, das Fulfillment-Netzwerk, die Finanzkraft, die Erfahrung und das Engagement, um unsere Vision von AUTO1, einem profitablen Marktführer, zu verwirklichen.

Wir danken all unseren Kunden für das Vertrauen, das sie in uns setzen, allen Mitarbeitern für die harte Arbeit, die sie leisten, und unseren Investoren für ihre kontinuierliche Unterstützung und Begleitung.

Christian Bertermann  
Mitgründer und CEO  
AUTO1 Group SE