

## Ionos Group

## EINE WETTE AUF DIE DIGITALISIERUNG DER KMUS

Nach dem Börsengang haben die Börsianer offenbar ein bisschen gebraucht, bis sie die Story der Ionos Group SE verstanden haben. Mittlerweile ist der Kurs kräftig gestiegen. Das Geschäftsmodell scheint solide zu sein und für die kommenden Jahre kontinuierliches Wachstum zu versprechen. Jetzt stellt sich die Frage, wie hoch das Potenzial tatsächlich ist.

Der Börsengang der Ionos Group SE ist noch nicht lange her. Am 08.02.2023 wurde der Titel erstmals notiert. Der erste Schlusskurs im Xetra-Handel betrug € 17.54. Zunächst sah es so aus, als würde der Internet Service Provider nicht gerade zu einer Erfolgsgeschichte auf dem Parkett werden. Am 01.11.2023 verzeichnete das Unternehmen sein historisches Tief bei € 12.34. Doch von da an konnte sich der Kurs binnen weniger Monate verdoppeln. Am 15.08.2024 wurde mit € 27.05 der bisherige Höchstkurs erreicht, mit aktuell € 24.70 ist die Aktie nicht allzu weit davon entfernt.

Die Ionos Group SE bietet im Wesentlichen Webhosting und Cloud-Applikationen für kleine und mittlere Unternehmen an. Zu den Kunden gehören aber auch Einzelanwender, z. B. Freiberufler und größere Unternehmen. Im Bereich Web Presence & Productivity gehören Lösungen für Internetpräsenzen wie Domainregistrierung, Webhosting, Website-Baukästen und dedizierte Server zum Angebot. Hinzu kommen Produktivitätsprodukte wie E-Commerce-, E-Mail- und Marketing-Applikationen, Suchmaschinenoptimierung sowie Speicher- und Sicherungslösungen. Zu den Marken des Konzerns gehört z. B. Strato.

Das Cloud-Solutions-Angebot umfasst sowohl Public- als auch Private-Cloud-Lösungen mit einer breiten Palette von Diensten in den Bereichen Infrastructure-as-a-Service, Platform-as-a-Service und Software-as-a-Service. Darüber hinaus betreibt Ionos über die Tochtergesellschaft Sedo einen Online-Marktplatz für den Kauf, Verkauf und das Parken von Domains, der es Nutzern ermöglicht, Domains zu finden, zu bewerten und zu handeln. In diesem sogenannten Aftermarket-Geschäft werden die Erlöse in Form von Provisionen für Domainverkäufe und das Domain-Parking oder als Gebühren für zusätzliche Services erzielt.

**Führender Digitalisierungspartner**

Ionos sieht sich für die kommenden Jahre gut aufgestellt und will die Marktposition als führender europäischer Digitalisierungspartner für kleine und mittlere Unternehmen ausbauen.

Im ersten Halbjahr 2024 stieg der Umsatz um 6.1 % auf € 751.6 (708.6) Mio. und ist vor allem auf die positive Entwicklung im Neukundengeschäft sowie auf höhere Umsätze aus dem Cross- und Upselling bei Bestandskunden zurückzuführen. Dabei standen E-Mail-, Webhosting-, Onlinemarketing- und Website-Builder-Produkte im Vordergrund. Ohne das margenschwächere Aftermarket-Geschäft beträgt der Umsatzanstieg sogar 11.2 %. Das bereinigte EBITDA erhöhte sich leicht überproportional zum Umsatz um 8.6 % auf € 218 (200.8) Mio. Die bereinigte EBITDA-Marge kletterte auf 29 (28.3) %. Das EBIT wuchs um 1.6 % auf € 152.8 (150.4) Mio. Die EBIT-Marge blieb mit 20.3 (21.2) % leicht hinter dem Vorjahr zurück. Das Ergebnis je Aktie er-

höhte sich auf € 0.63 (0.56). Der Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit stieg um 12.7 % auf € 177.7 (157.7) Mio.

**Kundenzahl wächst weiter**

Die Anzahl der zahlenden Kunden erhöhte sich auf 6.28 (6.1) Mio., von denen 3.2 (3.16) Mio. auf das Inland und 3.08 (2.94) Mio. auf das Ausland entfielen. Obwohl die Zahl der Mitarbeiter leicht auf 4107 (4195) zurückging, stieg der Personalaufwand um 10.5 % auf € 147.7 (133.7) Mio., so dass die Personalaufwandsquote leicht auf 20.8 (18.9) % zulegte.

Im H1-Bericht wird erstmals ein positives Eigenkapital von € 66.7 (-2.8) Mio. ausgewiesen. Die Eigenkapitalquote stieg auf 4.1 (-4,5) %. Das negative Eigenkapital resultierte aus einer Sachdividende an den kontrollierenden Anteilseigner United Internet AG im Rahmen der Reorganisation der Gruppe, aus der Ionos 2017 entstanden ist. Finanziellen Verpflichtungen könne das Unternehmen jederzeit nachkommen, da es positive Ergebnisse erzielt und eine Finanzierung auch über die Hauptgesellschafterin United Internet AG jederzeit sichergestellt war und auch in Zukunft zu erwarten ist, wurde mitgeteilt. Zum 30.06.2024 betragen die liquiden Mittel € 30.8 (21.6) Mio.

Mit der Veröffentlichung der H1-Zahlen wurde die Umsatzprognose für das Gesamtjahr 2024 leicht von 11 auf 9 % nach unten korrigiert. Im Vorjahr wurde ein Umsatz von € 1.4 Mrd. erzielt. Die Prognose für die bereinigte EBITDA-Marge wurde von 28.5 auf 29 % angehoben. Sie lag 2023 bei 27.4 %. Unverändert wird ein bereinigtes EBITDA von € 450 (390.3) Mio. erwartet. Das Aftermarket-Geschäft von Sedo, das im H1 hinter

**Ionos Group SE**, Montabaur

**Branche:** Internetdienstleister

**Telefon:** 0721 / 50957054

**Internet:** www.ionos-group.com

**ISIN DE000A3E00M1**,

140 Mio. Aktien, AK € 140 Mio.

**Aktionäre:** United Internet AG 63.8 %, Warburg Pincus 16.2 %, eigene Aktien 0.3 %, Streubesitz 19.7 %

Kennzahlen	H1 2024	H1 2023
<b>Umsatz</b>	751.6 Mio.	708.6 Mio.
<b>EBIT</b>	152.8 Mio.	150.4 Mio.
<b>Periodenergebnis</b>	73.8 Mio.	109.2 Mio.
<b>Ergebnis je Aktie</b>	0.63	0.56
<b>EK-Quote</b>	4.1 %	-4.5 %

**Kurs am 24.10.2024:**

€ 24.70 (Xetra), 30.60 H / 11.92 T

**KGV 2024e 19, KBV 51.1 (6/24)**

**Börsenwert:** € 3.46 Mrd.



*Der Aktienkurs ist aktuell wieder auf dem Weg zum historischen Hoch*

**FAZIT:** Als Kursrisiko wurde bereits über einen möglichen Ausstieg des Investors Warburg Pincus spekuliert, der Mitte September tatsächlich seinen Anteil um fünf Prozentpunkte auf 16.2 % reduzierte. Ansonsten spricht vieles dafür, dass die **Ionos Group SE** weiterhin ein stabiles Wachstum bei Umsatz und Ertrag generieren wird. Die Konsensschätzungen der Analysten sehen das bereinigte EBITDA, das 2023 noch bei € 390 Mio. lag, in den drei darauffolgenden Jahren von € 451 über 517 auf 578 Mio. steigen. Das EBIT soll nach € 277 Mio. in 2023 von € 326 über 383 auf 434 Mio. wachsen. Interessant wird sein, ob die bislang eher defensiven Kursziele der Analysen nach oben korrigiert werden. Derzeit ist davon auszugehen, dass die optimistischeren Prognosen auch erreicht werden.

den Erwartungen zurückblieb, soll im H2 zwar wieder ein deutliches Umsatzwachstum erzielen, wird aber das ursprünglich geplante Ziel nicht mehr erreichen.

Für das Geschäftsjahr 2025 wird ein Umsatzwachstum von 10 % sowie eine Steigerung der bereinigten EBITDA-Marge auf 30 % angestrebt.

### Riesiges Marktpotenzial

Strategisch baut Ionos auf stabile Kundenbeziehungen und den riesigen Markt der kleinen und mittleren Unternehmen. In Europa und den USA sieht das Unternehmen insgesamt 90 Mio. potenzielle Kunden. Das Geschäftsmodell beruht überwiegend auf elektronischen Abonnements, die in der Regel monatlich bezahlt werden. Die kleinen und mittleren Unternehmen sind für ihren Vertrieb auf die Ionos-Produkte angewiesen. Die Preise dafür machen nur einen unwesentlichen Teil der Gesamtkosten aus. Die durchschnittlichen monatlichen Zahlungen liegen im Bereich Web Presence & Productivity zwischen € 10 und 20. Kündigungen aus Kostengründen seien daher ebenso unwahrscheinlich wie regelmäßige Preisvergleiche. Durchschnittlich dauern die Kundenbeziehungen bei Ionos knapp acht Jahre. Unter dem Strich führen diese Faktoren zu gut vorhersehbaren Umsätzen und Erträgen sowie schnellen und sicheren Liquiditätszuflüssen.

Beim eigenen Marketing setzt Ionos in den europäischen Kernmärkten auf breit aufgestellte TV-Kampagnen. Wachstumsperspektiven ergeben sich aufgrund der zunehmenden Digitalisierung kleiner und mittelständischer Unternehmen. Das Unternehmen erwartet ein Marktwachstum bei der Digitalisierung von KMUs in Höhe von 10 % und beruft sich dabei auf Studien. Derzeit hätten nur rund die Hälfte der kleinen Firmen eine Website und nur 25 % einen Onlineshop. Die Digitalisierung sei demzufolge

noch längst nicht abgeschlossen, erklärt CFO Britta Schmidt.

### Neue KI-Services

Zudem werden weiterhin neue Services entwickelt – auch auf Basis von Künstlicher Intelligenz. Im August wurde die Einführung des „AI Model Hub“, einer Plattform zur Nutzung der wichtigsten generativen Open-Source-KI-Modelle, bekanntgegeben. Damit können Unternehmen text- und bildgenerierende Modelle über eine Standard-Programmierschnittstelle in ihre Anwendungen einbetten und viele KI-unterstützte Anwendungen, wie z. B. einen Chatbot für den Kundenservice, betreiben. Schon länger besteht der Dienst „MyWebsite Now“, mit dem Kunden mithilfe von KI in Sekundenschnelle einen eigenen professionellen Webauftakt erstellen können. Ionos will mit seinem breiten Service-Angebot immer auch die passenden Dienste für den jeweils nächsten Digitalisierungsschritt ihrer Kunden zur Verfügung stellen können.

Strategisch wichtig im Cloud-Geschäft ist unter anderem das Partner-Ökosystem. Im Mai wurde gemeldet, dass mit Adesso ein weiterer großer IT-Dienstleister seinen Kunden die Möglichkeit gibt, Daten und Infrastruktur bei Ionos hosten zu lassen. Adesso bietet damit eine DSGVO-konforme Alternative aus Deutschland zu den Hyperscalern wie AWS oder Microsoft Azure. Für Ionos könnte die Partnerschaft vor allem das Geschäft mit Behörden, Banken und Versicherungen sowie der Gesundheitsbranche beflügeln. Weitere Partner von Ionos sind Bechtle, Cancom, Computacenter und Bearing Point.

Ionos selbst sieht für sich kein Wettbewerbsproblem durch die mächtigen Hyperscaler, da man kleiner und agiler sei und mit abgespeckten Produktportfolios über passendere Angebote für KMUs verfüge, die zudem datenschutzkonform seien. Auch in



*Ionos will, dass auch kleine Unternehmen schnell und einfach im Internet präsent sein können.*

den USA werden aufgrund der Flexibilität große Chancen gesehen.

### Nummer eins in Deutschland und Spanien

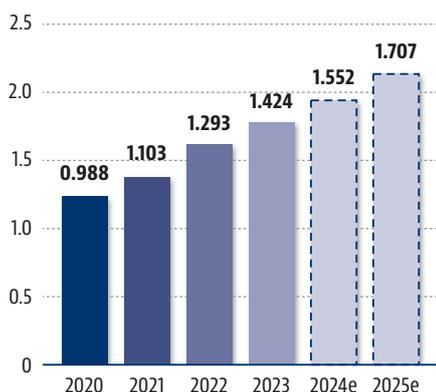
In ihrer Equity-Story argumentiert die Ionos Group SE insbesondere mit der „hervorragenden Marktposition“ als führender europäischer Player im Digitalisierungsmarkt für KMUs. In Deutschland, Spanien und Österreich ist Ionos die Nummer eins, in Großbritannien, Frankreich und Polen die Nummer zwei.

Die Analysten bewerten die Aktie zwar überwiegend positiv, doch das ganz große Potenzial wird in dem Titel nicht mehr gesehen. Der jüngste Report der Privatbank Berenberg sieht das Papier mit einem Kursziel von € 30 als Kaufempfehlung und erwartet ein „makellostes zweites Halbjahr“. Oddo BHF plädierte mit dem Kursziel € 27 für Ionos als die Aktie noch bei € 22 notierte. Das gleiche Kursziel gab kurz zuvor BNP Paribas aus. Morgan Stanley setzte den Titel im August auf „Übergewichten“ und erhöhte von € 26.10 auf 31.50. Die US-Investmentbank Goldman Sachs nannte zur Kaufempfehlung ein Kursziel von € 35.50. Die Deutsche Bank sieht das Papier bei € 32 und empfiehlt ebenfalls den Kauf.

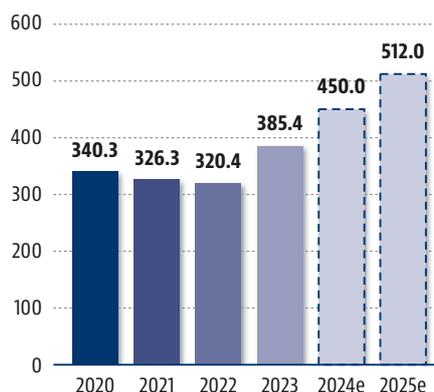
**Michael Gneuss**

## UMSATZ UND KUNDENANZAHL WACHSEN KONTINUIERLICH, DIE PROFITABILITÄT JETZT AUCH?

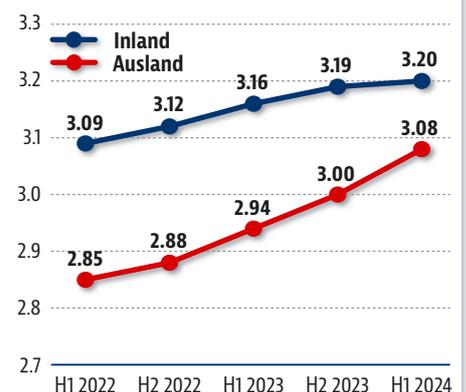
**Umsatz**  
in Mrd. €



**EBITDA**  
in Mio. €



**Kundenanzahl**  
in Mio.



Quelle: Ionos Group SE

## Ionos Group

## „EIN ÄUSSERST RESILIENTES GESCHÄFTSMODELL“

Die Ionos Group SE setzte im H1 ihren Wachstumskurs fort und prognostiziert einen weiterhin positiven Trend. CFO Britta Schmidt sieht ihr Unternehmen im Wettbewerb gut positioniert und rechnet sowohl in Europa als auch in den USA mit weiteren Erfolgen. Die größten Chancen liegen für sie weiterhin in der Digitalisierung von kleinen und mittleren Unternehmen.

**NJ:** Seit fast zwei Jahren werden die Ionos-Aktien an der Börse gehandelt. Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit der Kursentwicklung und was hat Sie rund um die Notierung am meisten überrascht oder beeindruckt?

**Schmidt:** Der Kurs der Ionos-Aktie hat sich positiv entwickelt, insbesondere im Vergleich zu relevanten Indizes. Beeindruckend war die schnelle Erholung nach anfänglichen Schwankungen, was das Vertrauen der Investoren in unser Geschäftsmodell widerspiegelt. Langfristig wünschen wir uns natürlich ein nachhaltiges Kurswachstum, das den Wert unseres Unternehmens widerspiegelt.

**NJ:** Sie prognostizieren für 2024 ungefähr ein Umsatzwachstum von 9 % und für 2025 von ungefähr 10 %. Die EBITDA-Marge soll mittelfristig über 30 % steigen. Worin sehen Sie die größten Risiken für die künftige Geschäftsentwicklung bzw. dafür, dass die Prognose nicht eintritt?

**Schmidt:** Wir verfügen über ein äußerst resilientes Geschäftsmodell. Unsere Produkte werden überwiegend als Abonnements bezogen, so dass wir eine gute Vorhersagegenauigkeit für unsere Umsätze und Erträge haben. Darüber hinaus verfügen wir über eine breit diversifizierte Kundenbasis in unterschiedlichen Märkten und Branchen, was uns einen gewissen Schutz vor makroökonomischen Faktoren bietet. Die größten Risiken sehe ich persönlich eher intern, dass wir die richtigen Projekte priorisieren und in der Produktentwicklung in den Zeitplänen bleiben sowie unsere Mitarbeitenden zu binden bzw. neue für uns zu gewinnen.

**NJ:** Warum haben Sie Ihre Prognose für das Umsatzwachstum 2024 von 11 auf 9 % nach unten korrigiert?

**Schmidt:** Die Anpassung der Umsatzprognose resultiert ausschließlich aus der schlechter als erwarteten Entwicklung des Aftermarket-Geschäfts, hier insbesondere aus dem Domain-Parking. Dies ist der einzige Bereich, in dem wir keine wiederkehrenden Umsätze haben, wodurch die Umsatzentwicklung volatiler und schwerer zu prognostizieren ist.

**NJ:** Wo sehen Sie für die Zukunft die größten Wachstumschancen?

**Schmidt:** Die größten Wachstumschancen sehe ich in der weiteren Digitalisierung von kleinen

und mittleren Unternehmen, dem Ausbau des Geschäfts mit unseren Cloud-Lösungen sowie der Erweiterung unseres innovativen Angebots an KI-basierten Produkten.

**NJ:** Welchen Einfluss werden Ihre KI-Angebote auf die Umsatz- und Ergebnisentwicklung von Ionos haben?

**Schmidt:** Unsere KI-basierten Produkte werden zukünftig signifikant zur Umsatz- und Ergebnisentwicklung beitragen, da sie unsere Produktpalette erweitern und neue Kundenbedürfnisse adressieren. Die Integration von KI-Funktionalitäten in unseren Homepage-Baukasten MyWebsite und in Ionos Webmail sowie die Einführung des AI Model Hub vor wenigen Wochen belegen unser Engagement in diesem Bereich.

**NJ:** Worin sehen Sie Ihre Wettbewerbsvorteile?

**Schmidt:** Unsere Wettbewerbsvorteile liegen in unserem umfassenden Produktportfolio, der starken Markenpräsenz und der Fähigkeit, maßgeschneiderte Lösungen für KMU anzubieten. Hinzu kommt der persönliche Kontakt zu unseren Kundinnen und Kunden durch persönliche Kundenberater. Unsere führende Position in Europa und die Expansion in Nordamerika stärken diese Vorteile. Dazu kommen viele Jahre Erfahrung im Cloud- und Hosting-Geschäft, die uns einen deutlichen Vorsprung vor neuen Anbietern sichern.

**NJ:** Im Q2 sind die durchschnittlichen Erlöse pro Kunde leicht gesunken. Warum?

**Schmidt:** Der leichte Rückgang der durchschnittlichen Erlöse pro Kunde, auch ARPU genannt, im Q2 2024 im Vergleich zum Q1 ist ein saisonaler Effekt. Wir haben historisch im ersten Quartal viele Verlängerungen bei Domains, was zu leicht höherem ARPU im ersten Quartal führt. Ohne diesen Effekt wäre der Umsatz je Kunde in den letzten Quartalen kontinuierlich angestiegen.

**NJ:** Die Kundenzahl steigt vor allem im Ausland. Wo genau?

**Schmidt:** Der Kundenzuwachs erfolgt gleichermaßen in den europäischen Märkten und in Nordamerika, wo wir unsere Präsenz kontinuierlich ausbauen.

**NJ:** Was sind die nächsten Internationalisierungsschritte und wie läuft das Geschäft in den USA?

**Schmidt:** Wir planen, unsere Marktanteile in bestehenden Märkten zu erhöhen und zukünftig auch neue Märkte zu erschließen. In den USA sehen wir weiterhin großes Potenzial und eine positive Geschäftsentwicklung.

**NJ:** Was ist mit dem Aftermarket-Business? Im H1 sind die Umsätze um 12 % gesunken, für das Gesamtjahr erwarten Sie kein Wachstum.

**Schmidt:** Das Aftermarket-Business stand im ersten Halbjahr 2024 unter dem Einfluss von temporären Phasing-Effekten im Zusammenhang mit einer Produktneueinführung von Google inner-



*Britta Schmidt ist seit Juli 2021 CFO von Ionos. In dieser Funktion verantwortet sie neben den Finanzen auch den Bereich People Services.*

halb unserer Domain-Parking-Sparte. Der Markt befindet sich derzeit in einem Transformationsprozess. Nach einem Umsatzrückgang um 12 % im ersten Halbjahr sehen wir eine positive Entwicklung und erwarten für das zweite Halbjahr ein deutliches Wachstum, so dass die Umsätze im Gesamtjahr insgesamt bereits wieder auf Vorjahresniveau liegen.

**NJ:** Sie arbeiten an einer privaten Cloud für das Informationstechnikzentrum Bund. Welche Bedeutung hat das Projekt für Sie und was versprechen Sie sich insgesamt perspektivisch vom Cloud-Geschäft?

**Schmidt:** Das Projekt mit dem ITZ Bund ist strategisch wichtig, da es unsere Kompetenz im Bereich von souveränen Cloud-Lösungen unterstreicht und uns als zuverlässigen Partner für den öffentlichen Sektor positioniert. Dennoch ist wichtig zu erwähnen, dass unsere Hauptzielgruppe weiterhin kleine und mittlere Unternehmen sind.

**NJ:** Warum ist die EBITDA-Marge im H1 2024 gegenüber H1 2023 von 28.8 auf 27.6 % gesunken?

**Schmidt:** Grund hierfür sind zeitlich veränderte Marketingausgaben, die wir aufgrund der sportlichen Großevents in diesem Sommer anders verteilt haben. Mit den Mehraufwendungen war die Marge im ersten Halbjahr 2024 im Vergleich etwas niedriger, was sich entsprechend im zweiten Halbjahr und insbesondere im vierten Quartal dann positiv auswirken wird.

**NJ:** Welche Aussicht auf eine Dividende haben die Aktionäre?

**Schmidt:** Aktuell planen wir keine Dividendenzahlungen – wir möchten die Gewinne in die Weiterentwicklung unseres Geschäfts und unsere Wachstumsstrategie investieren.

**NJ:** Frau Schmidt, wir danken Ihnen für das Gespräch.

**Das Interview führte Michael Gneuss.**