

**Rede des Finanzvorstands (CFO) Ingo Chu**  
**zur ordentlichen Hauptversammlung der XING AG**  
**am Donnerstag, den 14. Juni 2012**  
**in der Handwerkskammer Hamburg**

*Es gilt das gesprochene Wort.*

---

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,  
meine Damen und Herren,  
liebe Gäste und XING-Mitglieder,

auch ich begrüße Sie sehr herzlich und freue mich, dass Sie unserer Einladung in die Handwerkskammer gefolgt sind.

Mein Vortrag heute wird sich in 4 Kapitel gliedern.

Kapitel 1 betrifft naturgemäß das abgelaufene Geschäftsjahr. Lassen Sie mich so viel vorweg sagen: Das Jahr 2011 war ein gutes Jahr für die XING AG. Wir sind sehr zufrieden, denn wir haben unsere Ziele voll erreicht. Kapitel 2 behandelt die aktuellen Zahlen aus dem 1. Quartal 2012. In Kapitel 3 werde ich die Beschlussvorschläge zur Dividende und zur Ausgabe von Wandelanleihen erläutern. In Kapitel 4 werde ich dann kurz auf die Entwicklung der XING AG an der Börse eingehen.

Starten wir mit den Highlights des abgelaufenen Geschäftsjahres.

*[Chart Highlights 2011]*

Meine Damen und Herren,

ich habe es bereits gesagt: 2011 war ein gutes Jahr!

Auf unserer letzten Hauptversammlung haben wir Ihnen für das Geschäftsjahr 2011 ein Umsatzwachstum von mindestens 20% und eine EBITDA-Marge in den niedrigen 30ern versprochen. Heute können wir verkünden, dass wir diese Ziele vollständig erreicht haben:

- Wir haben unsere Umsätze um 22% gesteigert.
- Wir haben unser operatives Ergebnis - d.h. unser EBITDA - überproportional gesteigert. Die Marge liegt bei 34%.
- Und wir haben unser um einmalige Abschreibungen bereinigtes Nettoergebnis ebenfalls überproportional um 31% gesteigert.

Insgesamt können wir sagen, dass unsere Strategie, auf der Basis unseres Kerngeschäfts in die vertikalen Geschäftsfelder zu expandieren, richtig ist. Die entsprechenden Investitionen der Jahre 2009 und auch 2010 zahlen sich aus.

Lassen Sie uns nun etwas tiefer in die Details unserer Gewinn- und Verlustrechnung gehen.

*[Chart GuV 2011 vs. 2010]*

Unser Umsatz inklusive sonstiger betrieblicher Erträge betrug im Geschäftsjahr 2011 66 Mio. €. Dies entspricht einem Wachstum von 22%. Das Umsatzwachstum rührt zu ca. einem Viertel aus unserem Kerngeschäft und zu ca. drei Vierteln aus unseren vertikalen Geschäftsbereichen e-Recruiting, Advertising und Events.

Das operative Ergebnis, unser EBITDA, betrug mehr als 22 Mio. € und konnte damit überproportional um 33% gesteigert werden. Die Marge stieg um 3 Prozentpunkte auf 34%.

Unsere Abschreibungen in Höhe von 8 Mio. € haben wir in dieser Darstellung bereinigt. Die Ihnen aus unserem Geschäftsbericht bekannten gebuchten Abschreibungen enthielten im Geschäftsjahr 2011 eine Abschreibung auf Goodwill sowie Kunden in der Türkei und Spanien in Höhe von 14,4 Mio. €. Die abgeschriebenene Vermögensgegenstände rührten von Akquisitionen in den Jahren 2007 und 2008 her. Es hat sich 2011 gezeigt, dass wir diese Vermögensgegenstände endgültig nicht mehr nutzen werden. Konsequenterweise haben wir sie im letzten Geschäftsjahr abgeschrieben. Es handelt sich hierbei um einen einmaligen Vorgang, der nicht cash-relevant ist. Daher haben wir ihn zwecks

besserer Interpretation unserer Zahlen im Kontext unserer aktuellen Strategie, die auf die D-A-CH-Region fokussiert ist, herausgerechnet.

Unser um einmalige Abschreibungen bereinigtes Nettoergebnis betrug 9,4 Mio. € bzw. 1,73 € pro Aktie.

Auf dem nächsten Chart möchte ich Ihnen etwas mehr Kontext zu unserer aktuellen Margen-Situation und der aktuellen Margen-Entwicklung geben.

*[Chart Profitabilität je Business Line]*

Hier sind mir mehrere Botschaften wichtig:

1. Unser Kerngeschäft ist und bleibt profitabel.
2. Alle vertikalen Geschäftsbereiche – mit Ausnahme von Events - sind profitabel, obwohl wir weiter in Wachstum investieren. So haben wir z.B. im e-Recruiting-Bereich ein weiteres Produktteam aufgebaut und die Vertriebsmannschaft spürbar ausgebaut. Der Grund für die schnelle Profitabilität liegt darin, dass unsere vertikalen Geschäfte Kuppelprodukt-Economics haben. Wir können diese Geschäfte auf Basis unseres Kerngeschäfts zu geringeren Kosten als ein Stand-Alone-Player aufbauen und betreiben.
3. Unser Events-Geschäft macht planmäßig Anlaufverluste. Allein diese Anlauf-Investments reduzieren die XING-Gesamtmenge um 5 bis 6 Prozentpunkte. In anderen Worten: Ohne das Investment in das Events-Geschäft hätte XING eine Marge von 39 bis 40% anstatt von „nur 34%“.

4. Seit dem dritten Quartal 2011 (das sehen Sie auf der rechten Seite des Charts) befinden wir uns in einer Phase beschleunigter Investitionen. Wir nehmen hier bewusst eine niedrigere Marge in Kauf, um Investitionen in weiteres Wachstum zu finanzieren. Dabei liegt der Fokus nicht nur auf dem Ausbau der vertikalen Geschäftsbereiche sondern auch auf dem schnelleren Ausbau unserer aktiven Mitgliederbasis. In beiden Bereichen sehen wir noch viel Potenzial.

Diese Phase beschleunigter Investitionen wird in den ersten beiden Quartalen des laufenden Jahres 2012 anhalten. Mehr dazu bei den Q1-Zahlen. Wichtig ist jedoch, dass wir hier wie in 2009 ganz bewusst Margen senken und jetzt auf potenzielle Gewinne verzichten, um in der Zukunft mehr Gewinne zu machen. Wir sind überzeugt, dass sich diese Investitionen auszahlen werden.

Auf dem folgenden Chart können Sie die Umsatzentwicklung unserer Geschäftsbereiche sehen.

*[Chart 2011 vs. 2010 Geschäftsbereiche]*

Unser Kerngeschäft „Subscriptions“, also die bezahlten Mitgliedschaften, ist 2011 um 7% auf 45,6 Mio. € gewachsen. Hier hat sich das Wachstum wie erwartet weiter verlangsamt. Das ist einerseits eine normale Entwicklung, denn jüngere Mitgliederkohorten konvertieren üblicherweise in geringerem Umfang als ältere Kohorten. Andererseits haben wir uns bereits 2010 bei unseren Produktentwicklungen sehr bewusst auf die Basis-Mitgliedschaft und die Forcierung

des Wachstums bei nicht zahlenden Mitgliedern fokussiert, denn diese bilden die Basis sowohl für unser Geschäft mit den Bezahlmitgliedschaften als auch für die vertikalen Geschäftsbereiche.

Im Segment e-Recruiting, also dem Geschäft mit dem Verkauf von Stellenanzeigen auf XING und spezialisierten Mitgliedschaften für Personalverantwortliche, haben wir die Umsätze 2011 um 65 Prozent auf 11,7 Mio. € gesteigert. Hier zahlen sich die kontinuierliche Verbesserung des Stellenanzeigen-Bereichs sowie der Ausbau unserer Vertriebsmannschaft aus. Das Geschäftsfeld ist trotz Investitionen in weiteres Wachstum profitabel und konnte seine Rentabilität 2011 weiter steigern. Wir konnten damit die Wachstumsdynamik aus 2010 fortsetzen und dieses Geschäftsfeld binnen weniger Jahre zu einer wachstumsstarken und profitablen Ertragssäule ausbauen.

Auch im Geschäftsbereich Advertising haben sich die Umsätze sehr gut entwickelt. Wir konnten die Umsätze um 35% von 3,9 auf 5,3 Mio. € steigern.

Kommen wir zu unserem jüngsten Geschäftsfeld Events, das wir unter „New Verticals“ abbilden. Wie Sie wissen, haben wir hier Ende 2010 die amianto AG akquiriert. Im Geschäftsjahr 2011 wurde amianto zum ersten Mal konsolidiert. Die Umsätze in diesem Geschäftsbereich beliefen sich im letzten Jahr auf 2,5 Mio. €. Vergleicht man dies mit der amianto AG des Jahres 2010, so konnten wir einen Anstieg der Umsätze von 85% verbuchen. Wir sind mit der Entwicklung dieses Geschäftsfelds insgesamt sehr zufrieden. Aktuell fokussieren wir uns auf den Aufbau der Basis von Veranstalter-Kunden und investieren insbesondere in Vertrieb und

Marketing. Angesichts des großen adressierbaren Marktes und des grundsätzlich skalierbaren Geschäftsmodells erwarten wir hier mittelfristig ein substanzielles und profitables Geschäft.

Meine Damen und Herren,

wie Sie sehen, ist es uns gelungen, die Umsätze insbesondere in den neuen Geschäftsfeldern spürbar auszubauen und unsere Umsatzbasis weiter zu diversifizieren. Das ist gut.

*[Chart Kostenentwicklung nach Kostenart]*

Auf dem nächsten Chart sehen Sie unsere Kostenentwicklung im Geschäftsjahr 2011 im Überblick. Für die Entwicklung im Vergleich zum Vorjahr noch einmal der Hinweis, dass 2011 erstmalig die Zahlen der amianto AG konsolidiert wurden.

Der Personalaufwand betrug 23,5 Mio. €. Unsere Mitarbeiter sind und bleiben unser wichtigstes Kapital. Wie angekündigt haben wir in diesem Bereich kräftig investiert, um unsere Geschäfte zu entwickeln. Zum Jahresende hatten wir insgesamt netto 130 neue Mitarbeiter (gerechnet in Ganztagesäquivalenten). Davon entfielen 54 auf amianto und 76 auf XING. Mehr als 40 der neuen Mitarbeiter von XING stammen aus dem Bereich „Produkt und Technologie“; mehr als 30 entfielen auf Vertrieb bzw. Marketing. Wie Sie sehen, fokussieren wir uns hier ganz klar auf die produktiven Funktionen. Auch zukünftig werden sich unsere Investitionen in weiteres Wachstum vor allem in dieser Kostenart zeigen.

Unsere Marketingaufwendungen betragen 5,7 Mio. €. Dies ist weniger als im Vorjahr. Grund dafür ist die Einstellung der gesamten Marketingaktivitäten auf internationaler Ebene, im Wesentlichen in Spanien und der Türkei. Im vergangenen Geschäftsjahr haben wir ausschließlich in der D-A-CH-Region in Marketing investiert. Wie im Jahr zuvor ging der Großteil in die Gewinnung neuer Mitglieder.

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen betragen 14,7 Mio. €. Die Aufwandsquote hat sich im Jahresvergleich durch straffes Kostenmanagement - trotz Einmal-aufwendungen für unseren Rechenzentrums-Umzug - erneut reduziert und beträgt nun 21%.

Auf dem folgenden Chart sehen Sie unseren Cashflow.

*[Chart Cashflow]*

Abweichend von IFRS eliminieren wir hier Cash, der zwar über unsere Bücher fließt, aber eigentlich den Event-Veranstaltern gehört. Damit weisen wir nur den relevanten, auf XING entfallenden Cashflow aus. Unser operativer Cashflow betrug im Jahr 2011 13,9 Mio. €. Auf den ersten Blick sieht das nach einem Rückgang gegenüber dem Vorjahr aus. Hier ist allerdings zu berücksichtigen, dass das Jahr 2011 durch einen negativen Effekt und das Jahr 2010 durch zwei positive Effekte verzerrt sind.

Im Jahr 2011 hatten wir Auszahlungen für Steuern, die die Vorjahre betrafen, aber aufgrund einer sich hinziehenden Betriebsprüfung erst 2011 gezahlt werden konnten.

Dieser Effekt betrug 4,8 Mio. € und reduziert den operativen Cashflow für 2011 quasi periodenfremd.

2010 hatten wir entsprechend 3,3 Mio. € an zu geringen Cash-outs für Steuern. Zudem hatten wir, Sie erinnern sich vielleicht, einen positiven Einmaleffekt aus verbessertem Net-Working-Capital-Management, der 3,5 Mio. € ausmachte. Korrigiert man 2010 und 2011 um diese Effekte, so stieg der operative Cashflow von 15,6 Mio. € im Jahr 2010 auf 18,7 Mio. € im Jahr 2011.

Unter dem operativen Cashflow hatten wir Cash-outs in Höhe von 6,5 Mio. € für Investitionen in das laufende Geschäft und Cash-outs in Höhe von 5,4 Mio. € für die Akquisition von amianto. Diesen Posten standen Cash-ins in Höhe von 5,2 Mio. € aus der Ausübung von Mitarbeiteroptionen gegenüber. Der Free-Cashflow vor Veranstalter-Cash betrug somit 7,2 Mio. €.

Diese Zahlen illustrieren einmal mehr den stark cash-generativen Charakter unseres Geschäftsmodells. Hohe Rentabilität, vorab bezahlte Umsätze und geringe Kapitalintensität führen zu hohen Free-Cashflows. Und das, obwohl wir die Firma auf Wachstum managen.

Als letztes Chart zu den Zahlen des Geschäftsjahres 2011 ein Blick auf die Bilanz.

*[Chart Bilanz]*

Sie sehen hier die Bilanz in einer Management-Darstellung. Analog zur Cashflow-Darstellung sind die Positionen eliminiert, die den Event-Veranstaltern gehören. Wesentliche Veränderungen sehen Sie auf der Aktivseite in der Position „Akquisitionen/International“ und auf der Passivseite bei Eigenkapital und Verbindlichkeiten.

Hinter der Reduktion der Position „Akquisitionen/International“ verbergen sich zum einen die bereits angesprochene Abschreibung auf den Goodwill und Kundenbeziehungen in Spanien und der Türkei. Zum anderen haben wir hier eine Zuführung zum Goodwill aus der amiando-Akquisition.

Hinter den Veränderungen im Eigenkapital und den Verbindlichkeiten verbirgt sich im Wesentlichen die Abbildung der Kapitalrückgewähr in Höhe von 20 Mio. €, die auf der Hauptversammlung im letzten Jahr beschlossen wurde. Der Betrag wurde aufgrund einer rechtlichen Wartefrist erst im Februar dieses Jahres ausgezahlt, sodass zum Jahresende eine Verbindlichkeit von 20 Mio. € bestand.

Ein Punkt ist mir bei der Darstellung unserer Bilanz immer wichtig. Auch wenn unsere Bilanz mit 97 Mio. € Bilanzsumme relativ zu unserer Gewinn- und Verlustrechnung lang erscheint, ist unser Geschäft nicht kapitalintensiv. Lässt man Cash, Steuerpositionen und Goodwill aus Akquisitionen außen vor, so verbleiben

lediglich 24 Mio. € an operativen Vermögensgegenständen. Diesen stehen Erlösabgrenzungen aus vorausbezahlten Umsätzen in Höhe von 23 Mio. € und nicht zinstragende operative Verbindlichkeiten in Höhe von 9 Mio. € gegenüber. Das investierte Kapital ist damit mit -8 Mio. € negativ.

Das ist ein bisschen so, als hätte man ein Sparbuch, auf das man Zinsen erhält, während jemand anderes den Sparbetrag einzahlt.

Meine Damen und Herren,

so viel zu 2011. Wir sind mit der Entwicklung sehr zufrieden. Die Zahlen zeigen sehr deutlich, dass der eingeschlagene Weg richtig ist und sich die Investitionen der Vergangenheit auszahlen.

Kommen wir zu den Q1-Zahlen.

*[Chart Q1 GuV Overview]*

Auf dem ersten Chart sehen Sie unsere Gewinn- und Verlustrechnung.

Die Umsätze stiegen um 13% auf 17,7 Mio. €.

Das EBITDA beträgt 4,8 Mio. € bei einer Marge von 27%. Es liegt damit planmäßig deutlich unter dem Vorjahreswert. Hier zeigt sich die Phase beschleunigter Investitionen, in der wir uns seit dem 3. Quartal 2011 befinden. Wie gesagt wird sich diese Phase bis einschließlich Q2 2012 fortsetzen.

Schauen wir uns die Umsatzentwicklung an:

*[Chart Q1 Segmentumsätze]*

Sie sehen, dass sowohl unser Kerngeschäft als auch unsere vertikalen Geschäftsbereiche weiter wachsen. Unser Subscriptions-Geschäft ist um 6% auf 11,7 Mio. € gewachsen. Hier werden wir auch weiterhin über Inhalte von Drittanbietern und mit der Entwicklung von Spezialmitgliedschaften am Ausbau des Geschäfts arbeiten.

Deutlich stärker entwickeln sich unsere vertikalen Geschäftsbereiche. Insbesondere in diesen Bereichen sehen wir noch großes Wachstumspotenzial, denn für jedes

einzelne gibt es einen großen adressierbaren Markt und erprobte, profitable Geschäftsmodelle.

Das e-Recruiting-Geschäft konnte im Vergleich zum Vorjahresquartal um 28% auf 3,5 Mio. € zulegen. Hier investieren wir in neue Produkte wie den XING Talent Manager und in den Ausbau unserer Vertriebsmannschaft.

Das Geschäft mit der Vermarktung von Werbeflächen auf unserer Plattform sowie den Unternehmensprofilen hat sich ebenfalls gut entwickelt. Der Umsatz betrug 1,2 Mio. € und legte um 15% zu. Hier investieren wir insbesondere in Produkt- und Entwicklungsressourcen, um neue Werbeformate sowie neue Werbeformen zu entwickeln, mit denen wir neue Kundengruppen ansprechen können.

Last but not least: Unser Events-Geschäft. Die Umsätze betragen 1,0 Mio. €. Wir sind mit der Dynamik in diesem Bereich sehr zufrieden. Das Umsatzwachstum hat sich gegenüber 2011 beschleunigt. Mit einem Anstieg von mehr als 100 Prozent zum Vorjahresquartal sind wir auf einem sehr guten Weg. Hier investieren wir insbesondere in Vertrieb und Vermarktung.

*[Chart Kostenentwicklung]*

All diese Investitionen zeigen sich natürlich in unserer Kostenentwicklung im 1. Quartal.

Das bedeutet zunächst neue Mitarbeiter. Der Personalaufwand betrug im ersten Quartal 7,3 Mio. €. Netto haben wir 24 neue Mitarbeiter eingestellt, von denen 13 im Bereich Vertrieb und 9 im Bereich Produkt & Entwicklung tätig sind. Erneut haben wir uns hier auf die „produktiven“ Bereiche fokussiert.

Ebenso haben wir im Bereich Marketing unsere Aktivitäten planmäßig ausgebaut. Der Marketingaufwand betrug 1,9 Mio. €. Wir haben neue Marketingkanäle zur Mitgliedergewinnung getestet und Geld in die Vermarktung unserer vertikalen Geschäftsfelder gesteckt.

Die sonstigen betrieblichen Erträge betragen 3,8 Mio. € und blieben gegenüber dem Vorquartal unverändert.

Meine Damen und Herren,

so viel zur Entwicklung der Zahlen. Lassen Sie mich nun kurz auf die beiden Anträge der Verwaltung zur Dividende und zur Ausgabe von Wandelanleihen eingehen.

*[Chart Anträge der Verwaltung]*

Im Februar dieses Jahres haben wir uns als Vorstand gemeinsam mit dem Aufsichtsrat dazu entschlossen, der Hauptversammlung die Aufnahme einer regelmäßigen Dividendenzahlung vorzuschlagen. In diesem Jahr möchten wir ganz konkret 0,56 € je Aktie bzw. 3 Mio. € an Sie, unsere Aktionäre, ausschütten. Für die

Zukunft planen wir, eine kontinuierliche und nachhaltige Dividendenpolitik zu verfolgen.

Wir tun dies, obwohl wir weiter eine klare Wachstumsstrategie verfolgen. Wir kennen den Cash-Bedarf hierfür sehr genau. Gleichzeitig haben wir, wie bereits ausgeführt, mit unserer hohen Rentabilität, unseren vorausbezahlten Umsätzen und unserer geringen Kapitalintensität ein sehr cash-generatives Geschäftsmodell. Das versetzt uns in die Lage, gleichzeitig in Wachstum zu investieren und unsere Aktionäre in Form einer Dividende direkt am Erfolg von XING zu beteiligen. Außerdem verfügen wir auch nach der Kapitalrückgewähr noch über einen Cash-Bestand von 50 Mio. € genehmigtes Kapital sowie Fremdkapitalkapazität, sodass wir auch bei Zahlung einer regelmäßigen Dividende in der Lage sind, größere Opportunitäten zu finanzieren. Insofern ist für uns die Ausschüttung einer regelmäßigen Dividende mit Blick auf Shareholder-Value und Kapitaleffizienz eine logische Konsequenz.

Und nun zu Tagesordnungspunkt 6:

Sie wissen, dass 2011 die Ermächtigung zur Ausgabe von Wandelanleihen ausgelaufen ist. In Tagesordnungspunkt 6 bitten wir um eine neue Ermächtigung. Nachdem wir uns mit der Aufnahme von regelmäßigen Dividendenzahlungen ja finanziell quasi begrenzen, geht es uns zum einen um Spielraum für unternehmerische Maßnahmen, zum anderen geht es uns aber auch darum, Flexibilität in der Form der Finanzierungsinstrumente zu haben, um bei etwaigen Finanzierungen auf die dann aktuellen Kapitalmarktpräferenzen reagieren zu können. Die Ermächtigung begrenzt dieses Instrument generell auf 20% des

Grundkapitals und den Bezugsrechtsausschluss auf 10% des Grundkapitals. Ich denke, dass wir damit einen guten Kompromiss zwischen dem Kontroll-Interesse des Aktionärs einerseits und der notwendigen unternehmerischen Flexibilität andererseits gefunden haben.

Meine Damen und Herren,

lassen Sie mich nun im letzten Kapitel meines Vortrags auf die Entwicklung des Aktienkurses eingehen.

*[Chart Kursentwicklung]*

Dass 2011 ein gutes Jahr für XING war, das sieht auch die Börse so.

Die Kursentwicklung des Jahres 2011 war trotz eines schwierigen Börsenumfelds sehr erfreulich. Ein Aktionär, der zum Jahresbeginn die Aktie erwarb, hat trotz der europäischen Finanzkrise bis heute einen Buchgewinn von 26% realisieren können. Sämtliche Indizes dagegen bewegen sich heute deutlich unter dem Jahresanfangsniveau und haben zwischen 7 und 13% einbüßen müssen. Unsere Investorenbasis hat sich verbreitert, auch das ist gut. So ist der Anteil der nicht aus Deutschland stammenden Aktionäre spürbar gestiegen. Insbesondere der Anteil amerikanischer Investoren hat sich vervielfacht. Hier zeigen sich auch die Früchte unserer verstärkten Investor-Relations-Arbeit, im Rahmen derer wir 2011 erstmalig wieder auf Roadshow in den USA waren.

Zu guter Letzt freuen wir uns natürlich über die Aufnahme in den TecDAX und damit über die Zugehörigkeit zu den 30 wichtigsten börsennotierten Technologiefirmen in Deutschland. Dies ist uns Ehre und Ansporn zugleich. Und wir freuen uns natürlich, dass wir gleich in unserem ersten TecDAX-Jahr mit unserer EBITDA-Marge den ersten Platz belegen konnten.

Meine Damen und Herren,

lassen Sie mich abschließend Folgendes sagen: 2011 war ein sehr erfolgreiches Jahr für uns. Wir haben viel erreicht und wichtige Weichen gestellt, um in Zukunft weiter wachsen zu können. Wie Stefan immer so schön sagt: Wir sind der Platzhirsch bei beruflichen Netzwerken im deutschsprachigen Raum und werden alles dafür tun, um diese Position nicht nur zu festigen, sondern auszubauen.

Zum Schluss sei mir noch eine kleine persönliche Anmerkung erlaubt:

Lieber Stefan,

an dieser Stelle möchte ich mich auch im Namen meiner Vorstandskollegen Helmut und Jens bei Dir sehr herzlich für die tolle Zusammenarbeit in den vergangenen Jahren bedanken. Es war nicht nur eine erfolgreiche Zeit mit Dir, sondern auch eine menschlich sehr angenehme. Dafür, lieber Stefan, vielen Dank! Wir wünschen Dir von ganzem Herzen alles Gute für die Zukunft.

Meine Damen und Herren,

damit schließe ich meinen Vortrag, danke Ihnen ganz herzlich für die Aufmerksamkeit und freue mich auf Ihre Fragen!