

Rede des Finanzvorstands (CFO) Ingo Chu
zur ordentlichen Hauptversammlung der XING AG
am Mittwoch, den 3. Juni 2015
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, Ihnen heute unsere
Geschäftsentwicklung und unsere Zahlen zu präsentieren.

Lassen Sie mich – und wir sind hier ja in Hamburg – mit einer Frage starten: Was ist
der Unterschied zwischen einem „guten“ Kaufmann und einem hanseatischen
Kaufmann?

Die Antwort ist: Beide (!) verkaufen Ihnen ihre Großmutter. Aber der hanseatische
Kaufmann liefert auch!

Nun, keine Sorge: Ich will Ihnen heute nicht meine Großmutter verkaufen.

Worauf ich aber hinaus will, ist: Wir sind ein Hamburger Unternehmen, und die Leitlinien des hanseatischen Kaufmanns – Zuverlässigkeit, das Streben nach unternehmerischem Erfolg, Nachhaltigkeit – das waren stets auch Leitlinien für unser Handeln.

Meine Damen und Herren,

vor einem Jahr haben wir Ihnen an diesem Ort „weiterhin ungebremstes Wachstum“ angekündigt.

Und ich freue mich, Ihnen heute sagen zu können: Wir haben geliefert!

Davon können Sie sich gleich selbst überzeugen, wenn wir über die Zahlen des Geschäftsjahres 2014, des 1. Quartals 2015 und über unseren Aktienkurs sprechen.

Starten wir mit einem Überblick über die wichtigsten Botschaften:

- Erstens: Wir haben in 2014 alle strategisch wichtigen Meilensteine erreicht. Unser Wachstum hat sich in allen wichtigen Dimensionen erhöht, seien es unser Mitgliederwachstum, unser Umsatzwachstum oder unser Ergebniswachstum. Besonders freuen wir uns über die Steigerung unseres Mitgliederwachstums. Während wir in den vorherigen Jahren unsere Mitgliederbasis in der Regel um ca. 800 Tausend neue Mitglieder gesteigert hatten, konnten wir im letzten Jahr 1,1 Millionen neue Mitglieder gewinnen. Das ist wichtig, denn eine große und aktive Mitgliederbasis stärkt unsere Marktführerposition und ist das Fundament für unser Geschäft. Und es zeigt, dass unsere Vision – „For a better working life“ – den Nerv der Zeit trifft und für viele Arbeitnehmer im deutschsprachigen Raum relevant ist.

- Zweitens: Unser Umsatzwachstum beschleunigt sich weiter. Wir haben im letzten Jahr in jedem Quartal das year-over-year-Wachstum steigern können. Insgesamt wuchs damit der Umsatz im Gesamtjahr 2014 um 20 Prozent. Das ist eine spürbare Steigerung gegenüber dem Jahr 2013, in dem wir um 16 Prozent insgesamt und um 10 Prozent organisch gewachsen waren. Und nicht zuletzt haben wir in 2014 mit unserem Umsatz die 100-Mio.-€-Marke geknackt. Das freut uns natürlich einmal mehr.
- Drittens: Wir haben unser operatives Ergebnis, unser EBITDA, – bereinigt um nicht-operative Elemente – überproportional auf 31,6 Mio. € gesteigert.
- Viertens: Wir haben unseren operativen Cashflow ebenfalls überproportional auf 34,2 Mio. € gesteigert. Unser Geschäft ist und bleibt damit sehr cash-generativ.
- Fünftens: Auch das 1. Quartal 2015 hat sich sehr gut entwickelt. Wir konnten erneut unser Umsatzwachstum beschleunigen.
- Sechstens: An dem Erfolg von XING möchten wir Sie, liebe Aktionäre, wie gewohnt auch in direkter Form partizipieren lassen. Wir schlagen Ihnen daher heute zur Beschlussfassung vor, für das Geschäftsjahr 2014 eine Regeldividende von 92 Cent pro Aktie zu zahlen. Das entspricht einer Erhöhung um 30 Cent je Aktie.

Lassen Sie uns nun etwas tiefer in die Details unserer Gewinn- und Verlustrechnung 2014 gehen. Sie sehen hier eine Pro-Forma-Darstellung.

Unser Umsatz inklusive sonstiger betrieblicher Erträge erreichte im Geschäftsjahr 2014 einen Wert von rund 101,0 Mio. €. Dies entspricht einem Wachstum von 20 Prozent. Vor allem unsere strategisch wichtigen Geschäftsfelder E-Recruiting und

Network / Premium wuchsen stark und trugen ca. 55 Prozent bzw. ca. 40 Prozent zum Gesamtwachstum von XING bei.

Das operative Ergebnis – unser EBITDA – betrug vor Berücksichtigung von nicht-operativen Kaufpreiselementen aus der kununu-Akquisition – 31,6 Mio. €. Damit konnten wir es überproportional um 30 Prozent steigern.

Die EBITDA-Marge exklusive des nicht-operativen Personalaufwands aus der kununu-Akquisition lag bei 31 Prozent. Damit konnten wir die Marge wie geplant um 2 Prozent-Punkte steigern.

Unsere um außerordentliche Effekte bereinigten Abschreibungen beliefen sich auf 8,6 Mio. €. Bereinigt wurde diese Position um das Impairment auf unser Events-Geschäft in Höhe von 7,5 Mio. € vor Steuern. Die veränderte Marktsituation im B2B-Segment zwang uns leider zu diesem Schritt. Das ist natürlich nicht schön. Wichtig ist jedoch, dass zum einen das Impairment nicht cash-wirksam ist und zum anderen das Event-Geschäft im Gesamtkontext nur eine untergeordnete Rolle spielt. Unser Ziel, die 2012-Umsätze bis 2016 zu verdoppeln, wird davon nicht beeinflusst.

Unser bereinigtes Nettoergebnis exklusive des nicht-operativen Personalaufwands aus der kununu-Akquisition betrug 15,7 Mio. €. Dies entspricht einer Steigerung gegenüber dem Vorjahr von 49 Prozent.

Auf dem nächsten Chart sehen Sie die Profitabilität unserer Geschäftsbereiche im Detail.

Unser Segment „Network / Premium“ trug mit einem Segment-EBITDA von mehr als 39,0 Mio. € und einer Marge von 64 Prozent den größten Beitrag zum XING-Gesamtergebnis bei und weist die höchste Profitabilität auf. Sowohl EBITDA als auch Marge liegen über dem Vorjahr.

Das Segment „E-Recruiting“ hat exklusive des nicht-operativen Personalaufwands aus der kununu-Akquisition ca. 17,0 Mio. € Segment-EBITDA mit einer 53-Prozent-Marge beigetragen. Auch hier sind sowohl EBITDA als auch Marge höher als im Vorjahr.

Im Events-Geschäft haben wir im letzten Jahr ein Ergebnis von minus 2,1 Mio. € verbucht. Das ist immer noch ein Verlust, allerdings ist es uns gelungen, durch gezielte Restrukturierungsmaßnahmen im B2B-Events-Geschäft diesen Verlust trotz unserer Anlaufinvestitionen in das B2C-Events-Geschäft spürbar zu verringern.

Meine Damen und Herren,

insgesamt sind wir mit diesem Portfolio weiterhin sehr gut aufgestellt. Die beiden strategisch wichtigen Geschäftsbereiche „Network / Premium“ und „E-Recruiting“ beschleunigen ihr Wachstum und steigern ihren Ergebnisbeitrag sowie ihre Marge. Und auch im Vergleich zu unseren Peers schneiden wir bestens ab. Im TecDAX lagen wir mit unseren 31 Prozent Marge mit Abstand auf Platz 1.

Kommen wir nun zur Umsatzentwicklung im Detail.

Wie bereits angedeutet sind wir mit unserer Umsatzentwicklung sehr zufrieden.

Im Geschäftsjahr 2014 wuchs unser Premium-Club-Geschäft um 12 Prozent auf 61,3 Mio. €. Die Wachstumsrate hat sich damit gegenüber dem Vorjahr verdoppelt und liegt wieder im zweistelligen Bereich. Sie wissen, dass die Wiederbelebung des Wachstums in unserem ursprünglichen Kerngeschäft einer der wichtigsten Meilensteine auf dem Weg zur Verdoppelung unserer 2012-Umsätze bis 2016 ist. Die harte Arbeit am Premium-Geschäft der letzten Jahre zahlt sich aus. Wir haben das Premium-Produkt neu aufgesetzt. Wir haben die Produktfunktionalitäten erneuert und erweitert. Dadurch konnten wir die Anzahl der Premium-Kunden weiter erhöhen; und zwar stärker als im letzten Jahr. Und wir haben erfolgreich die Preise für Bestandskunden erhöht; dadurch stieg der durchschnittliche Pro-Kopf-Umsatz. In Summe ist das eine sehr schöne Entwicklung.

Im „E-Recruiting“ haben wir die Umsätze in 2014 um 39 Prozent auf 32,9 Mio. € gesteigert. Im Jahr zuvor lag die organische Wachstumsrate bei 19 Prozent. Das heißt auch in dem zweiten strategisch wichtigen Geschäftsfeld haben wir es geschafft, die Wachstumsrate zu verdoppeln. Alle Erlösströme haben ihren Beitrag zum Wachstum geleistet.

Arbeitsschwerpunkte im letzten Jahr waren Produktverbesserungen und -erweiterungen beim XING Talentmanager und bei unserem Employer-Branding-Produkt. Und natürlich der Launch unseres neuen Stellenmarktes, der, anders als die herkömmlichen Angebote am Markt, die Interessen und Bedürfnisse des Arbeitnehmers in den Vordergrund stellt. Darüber hinaus haben wir dediziert an der Professionalisierung unseres Vertriebs gearbeitet und konnten dadurch eine

spürbare Verbesserung der Vertriebsproduktivität realisieren. Damit sind wir auch in diesem Geschäftsfeld sehr zufrieden mit der Entwicklung.

Kommen wir zum Geschäftsfeld „Events“. Die Umsätze in diesem Geschäftsbereich sind nur leicht auf 5,1 Mio. € gewachsen. Hier lag der Fokus im letzten Jahr allerdings eher auf der Restrukturierung der Kostenseite als auf Umsatzwachstum.

Auf dem nächsten Chart sehen Sie unsere Kostenentwicklung im Geschäftsjahr 2014 im Überblick.

Der Personalaufwand betrug in 2014 exklusive des nicht-operativen Personalaufwands aus der kununu-Akquisition 39,4 Mio. €. Wie im letzten Jahr angekündigt, haben wir in 2014 organisch wieder mehr Personal neu eingestellt als im Jahr zuvor, um unser Wachstum zu unterstützen. Insgesamt haben wir netto 63 Mitarbeiter – gerechnet in Ganztagesäquivalenten – aufgebaut. Dabei haben wir uns vor allem auf die Bereiche Produktentwicklung und Vertrieb bei XING und bei kununu fokussiert. Bei XING Events haben wir Mitarbeiter abgebaut. Grundsätzlich gilt weiterhin: Unsere Mitarbeiter sind und bleiben unser wichtigstes Kapital und die Basis für unseren unternehmerischen Erfolg. Deswegen werden wir hier auch in 2015 weiter investieren.

Für Marketing haben wir im Geschäftsjahr 2014 9,2 Mio. € aufgewendet. Dies sind rund 3,0 Mio. € mehr als im Jahr zuvor. Der Großteil der Steigerung entfällt auf die TV-Kampagne, mit der wir im 1. Quartal letzten Jahres sowohl unsere Awareness als auch unser Markenimage spürbar verbessern konnten. Darüber hinaus haben wir

mehr in B2B-Marketing in unserer E-Recruiting-Einheit investiert und mit neuen Akquisitionskanälen in unserem Premium-Club-Geschäft experimentiert.

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen betragen 21,2 Mio. € mit einer Aufwandsquote von 21 Prozent.

Auf dem nächsten Chart sehen Sie unseren Cashflow.

Wie üblich eliminieren wir in dieser Darstellung den Cash, der zwar über unsere Bücher fließt, aber eigentlich den Event-Veranstaltern gehört. Damit weisen wir nur den relevanten, auf XING entfallenden Cashflow aus.

Im Geschäftsjahr 2014 konnten wir unseren operativen Cashflow um 44 Prozent auf 34,2 Mio. € steigern. Haupttreiber war vor allem das höhere EBITDA. Aber auch den Cashflow aus Net Working Capital konnten wir steigern, da wir Wachstum und Umsatzanteil von vorausbezahlten Abo-Umsätzen erhöht haben.

Unterhalb des operativen Cashflow hatten wir Cash-outs in Höhe von 12,1 Mio. € für Investitionen in das laufende Geschäft und Cash-outs in Höhe von 0,9 Mio. € für Akquisitionen. Der Grund für die gestiegenen Investitionen in das laufende Geschäft ist vor allem eine höhere Aktivierung aus unserer internen Software-Entwicklung. Der Anteil an innovativen und damit aktivierbaren Entwicklungsprojekten ist gestiegen. So haben wir zum Beispiel unseren neuen Stellenmarkt, die ProJobs-Mitgliedschaft, neue Talentmanager-Features und unser neues Content-Angebot entwickelt, um nur einige zu nennen. Das ist gut, denn es stärkt die Grundlage für

unser Mitgliederwachstum und unsere Monetarisierung. Bei den Cash-outs für Akquisitionen handelt es sich um eine Kaufpreisrate für die kununu-Akquisition.

Damit betrug der Free-Cashflow vor Veranstalter-Cash und vor Auszahlungen an unsere Aktionäre 21,1 Mio. €.

Aus diesem Cashflow sowie unseren Cash-Reserven haben wir Ihnen, sehr geehrte Aktionäre, dann im letzten Jahr insgesamt 23,5 Mio. € ausgeschüttet; 3,5 Mio. € als Regeldividende und 20,0 Mio. € als Sonderdividende.

Last but not least, ein Blick auf die Bilanz des Geschäftsjahres 2014.

Wie immer sehen Sie hier die Bilanz in einer Management-Darstellung. Analog zum Cashflow sind die Positionen eliminiert, die den Event-Veranstaltern gehören.

Die Position „Akquisitionen“ ist naturgemäß niedriger als im Vorjahr, da wir das Impairment auf unser Events-Geschäft vorgenommen haben. Die übrigen Positionen haben sich im Wesentlichen mit unserem operativen Geschäft entwickelt.

Unser Eigenkapital ist niedriger als im Vorjahr; das allerdings aus gutem Grund. Hier zeigt sich die Sonderdividende in Höhe von 20,0 Mio. €, die wir an Sie, liebe Aktionäre, ausgezahlt haben. Bereinigt man diesen Effekt, so wäre unser Eigenkapital gestiegen. Und auch mit der Sonderdividende liegt unsere Eigenkapitalquote immer noch bei über 40 Prozent.

Sie sehen, wir haben eine starke Bilanz. Wir sind ein kerngesundes Unternehmen. Und das investierte Kapital, das wir für die Erwirtschaftung unserer laufenden operativen Gewinn- und Verlustrechnung benötigen, ist weiterhin negativ. Besser kann es unter Return-on-capital-employed-Gesichtspunkten nicht sein.

Meine Damen und Herren,

Anfang 2013 hatten wir das Ziel ausgerufen, unsere 2012-Umsätze bis zum Jahr 2016 zu verdoppeln. Im Jahr 2014 haben wir alle strategisch wichtigen Meilensteine auf dem Weg zu diesem Ziel erreicht. Hatten wir im Jahr 2013 Wachstumsgeschwindigkeit aufgenommen, so haben wir in 2014 die Wachstumsgeschwindigkeit weiter erhöht. Wir sind sehr gut unterwegs. Und wenn wir auf die Q1-Zahlen schauen, sehen wir, dass das auch weiterhin der Fall ist.

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

Unsere Umsätze stiegen gegenüber Vorjahr um 29 Prozent auf 29,3 Mio. €. Geholfen hat uns dabei die für uns positive Entwicklung des Schweizer Franken. Eliminiert man diesen Effekt, so lag das organische Wachstum bei 24 Prozent. Das ist immer noch ein sehr guter Wert. Und unser organisches Wachstum beschleunigt sich damit weiter.

Unser EBITDA beträgt 8,2 Mio. € bei einer Marge von 28 Prozent. Damit liegt es über dem Vorjahr aber unter dem Vorquartal. Für letzteres gibt es im Wesentlichen 2 Gründe. Erstens haben wir im ersten Quartal wieder eine TV-Kampagne durchgeführt. Zweitens haben wir bereits in diesem Jahr begonnen, in neue

Aktivitäten zu investieren, die ein weiterhin attraktives Wachstum nach 2016 sichern sollen.

Das Net Income liegt bei 4,1 Mio. €.

Insgesamt hatten wir damit einen sehr guten Start in das neue Jahr.

Schauen wir uns die Umsatzentwicklung etwas genauer an:

Sie sehen, dass wir im Premium-Club-Geschäft und im E-Recruiting-Geschäft weiterhin starkes, sich beschleunigendes Wachstum verzeichnen.

Unser Premium-Club-Geschäft ist um 19 Prozent gegenüber Vorjahr auf 16,6 Mio. € gewachsen. Das Wachstum hat sich gegenüber dem Vorjahr mehr als verdoppelt. Neben der höheren Abonnentenbasis und dem gesteigerten Pro-Kopf-Umsatz spielt hier auch der Launch unserer ProJobs-Mitgliedschaft eine wichtige Rolle. Die ProJobs-Mitgliedschaft richtet sich mit speziellen Features an den sehr aktiv Jobsuchenden. Ihr Durchschnittspreis beträgt ein Vielfaches der einfachen Premium-Mitgliedschaft. Wir haben das Produkt gegen Ende des letzten Jahres gestartet. Es entwickelt sich sehr gut, besser als geplant und unterstreicht einmal mehr die Fähigkeit von XING, im Internet erfolgreich Bezahlprodukte anzubieten. Hier sehen wir durchaus noch Potential für weiteres Wachstum.

Das „E-Recruiting“-Geschäft hat im Vergleich zum Vorjahresquartal um 40 Prozent auf 9,8 Mio. € zugelegt. In diesen Zahlen ist die Jobbörse-Akquisition enthalten. Der Effekt ist allerdings mit ca. 3 Prozent-Punkten gering, da es sich bei der Akquisition um eine Tech-and-Team-Übernahme handelt. Selbst wenn man

diesen Effekt herausrechnet, wachsen wir im Bereich E-Recruiting weiterhin auf einem hohen Niveau.

Auch in Q1 sind alle 3 Bereiche – Active Recruiting, Passive Recruiting und Employer Branding – gewachsen. Und auch hier sehen wir noch großes Potential für weiteres Wachstum. Thomas hat Ihnen gerade im Detail die Situation auf dem deutschsprachigen Arbeitsmarkt dargestellt. Es wird zunehmend schwieriger für Unternehmen, Mitarbeiter in der benötigten Menge und Qualität einzustellen. Nicht Arbeitsplätze sind knapp, sondern Mitarbeiter.

In diesem Umfeld sind wir hervorragend positioniert. Wir sind die klare Nummer 1 im Active Recruiting und im Employer Branding. Und mit dem größten professionellen Netzwerk und der besten Sammlung an Arbeitgeberbewertungen haben wir einzigartige, starke und nur schwer replizierbare Wettbewerbsvorteile, die unsere Position absichern. Wir sind deswegen sehr zuversichtlich, in beiden Bereichen weiterhin stark zu wachsen.

Aber auch im Passive Recruiting, dem klassischen Stellenanzeigengeschäft, sehen wir für die Zukunft noch viel Potential. Unser Ziel ist es, den besten Stellenmarkt aus Kandidatensicht aufzubauen. Die Chancen dafür stehen gut, denn mit den Profildaten aus dem Netzwerk, den Arbeitgeberdaten von kununu und dem Zugriff auf quasi alle Jobangebote im Internet über Jobbörse.com sollten wir in der Lage sein, besser als jeder andere einem Kandidaten den für ihn am besten passenden Job vorzuschlagen.

Und zum Schluss unser „Events“-Geschäft: Die Umsätze betragen 1,3 Mio. €, was leicht unter dem Vorjahresniveau liegt.

Kommen wir zu den Cashflows im 1. Quartal 2015. Auch hier ist der Veranstalter-Cash eliminiert.

Der operative Cashflow betrug im 1. Quartal 14,0 Mio. €. Dies entspricht einer signifikanten Steigerung gegenüber Vorjahres- und Vorquartal. Haupttreiber für diese Entwicklung sind das höhere EBITDA und Cash-ins aus der Veränderung von Net Working Capital. Für operative Investitionen – im wesentlichen Software-Entwicklung und Hardware – hatten wir Auszahlungen in Höhe von 2,7 Mio. €. Und im Zusammenhang mit der Jobbörse-Akquisition hatten wir Auszahlungen in Höhe von 5,0 Mio. €. Im Ergebnis lag der Free-Cashflow vor Veranstalter-Cash damit bei 6,3 Mio. €.

Meine Damen und Herren,

Sie können sehen, dass wir unsere dynamische Entwicklung im 1. Quartal fortsetzen. In den beiden strategisch wichtigen Geschäftseinheiten „Premium Club“ und „E-Recruiting“ wachsen wir weiter auf hohem Niveau.

Nun, das war es zur Entwicklung der Zahlen! Lassen Sie uns nun ganz kurz über die heutigen Beschlussfassungen sprechen. Ich werde mich dabei auf die Beschlussvorschläge zur Gewinnverwendung und zum genehmigten Kapital fokussieren.

Bezüglich der Gewinnverwendung schlagen wir Ihnen heute zur Beschlussfassung vor, für das Geschäftsjahr 2014 eine Regeldividende von 92 Cent pro Aktie zu zahlen. Das ist eine Steigerung gegenüber Vorjahr um 30 Cent und entspricht unserer kommunizierten Politik, eine „kontinuierliche und nachhaltige“ Dividende zu zahlen.

In Tagesordnungspunkt 6 unserer heutigen Hauptversammlung bitten wir Sie um Ihre Zustimmung zur Schaffung eines neuen genehmigten Kapitals. Die derzeit bestehende Ermächtigung läuft am 25. Mai 2016 und damit voraussichtlich noch vor dem Stattfinden unserer nächstjährigen Hauptversammlung aus. Um durchgängig in der Lage zu sein, durch die Inanspruchnahme eines genehmigten Kapitals kurzfristig und flexibel Eigenkapital zu beschaffen, möchten wir Sie daher schon heute um den entsprechenden Beschluss bitten.

Gemäß dem vorgelegten Beschlussvorschlag soll den Aktionären im Falle einer Ausnutzung des genehmigten Kapitals grundsätzlich das gesetzliche Bezugsrecht eingeräumt werden. Lediglich in vier, in dem Beschlussvorschlag und unserem Vorstandsbericht näher beschriebenen Fällen soll die Möglichkeit bestehen, das Bezugsrecht auszuschließen. Davon möchte ich die Sachkapitalerhöhung zum Erwerb von Unternehmen hervorheben. Wie Sie wissen, ist XING von Zeit zu Zeit an der Akquisition passender Unternehmensbeteiligungen zur Abrundung des Angebots unserer Plattform interessiert. Und deswegen möchten wir, falls sinnvoll oder gefordert, in der Lage sein, als Kaufpreis ganz oder teilweise Aktien unseres Unternehmens anzubieten.

Sie dürfen versichert sein, meine sehr geehrten Damen und Herren, dass der Vorstand von diesen und den weiteren in dem Beschlussvorschlag genannten typischen Ermächtigungen zum Bezugsrechtsausschluss nur nach sorgfältiger Prüfung aller Umstände und des Interesses der Gesellschaft und der Aktionäre Gebrauch machen wird. In jedem Fall bedarf eine Ausnutzung des genehmigten Kapitals der Zustimmung auch des Aufsichtsrats. Außerdem ist einschränkend vorgesehen, dass die Summe aller Bezugsrechtsausschlüsse unter der hier erbetenen Ermächtigung 20 Prozent des zum Zeitpunkt des Wirksamwerdens der Ermächtigung bestehenden Grundkapitals nicht übersteigen darf.

Die großen Proxy Agencies wie IVOX und ISS, die Aktionäre bei ihren Abstimmungen beraten, empfehlen die Annahme unseres Beschlussvorschlages. Gerne gehen wir auch in der gleich folgenden Debatte auf Ihre Fragen hierzu ein.

Meine Damen und Herren,

zum Schluss noch ein paar Worte zu unserer Aktie. Unsere gute Fundamentalentwicklung spiegelt sich auch in unserem Aktienkurs wieder. Der hat sich in den letzten 12 Monaten sehr gut entwickelt. Seit der letzten Hauptversammlung konnten unsere Aktionäre eine Kurssteigerung von über 70 Prozent verbuchen. Damit hat die XING-Aktie sowohl den TecDAX, als auch den S-DAX und den DAX geschlagen.

Neben der Fundamentalentwicklung zählt sich hier auch unsere umfangreiche und konsequente Investor-Relations-Arbeit aus. Dank gebührt damit auch Patrick Möller, unseren IR-Chef, dessen IR-Arbeit übrigens gestern vom Deutschen-Investor-Relations-Verband als 3-beste IR-Arbeit im TecDAX ausgezeichnet wurde.

Der aktuelle Aktienkurs ist uns natürlich ein Ansporn, mit Schwung und Kraft XING mit der aktuellen Dynamik weiterzuentwickeln. Die Analysten sind diesbezüglich sehr zuversichtlich. Von 10 Analysten, die uns aktuell covern, geben 8 eine „Kauf“- bzw. „Halten“-Empfehlung ab.

Meine Damen und Herren,

das bringt mich zurück zum hanseatischen Kaufmann:

Ich weiß, Sie wollen nicht unsere Großmütter kaufen. Und das wollen wir ja auch gar nicht.

Aber ich kann Ihnen versichern, dass wir unsere Geschäfte auch weiterhin nach den Maximen des hanseatischen Kaufmanns führen werden.

XING ist hervorragend positioniert, wir haben noch sehr viel Potential, unsere Strategie greift, wir haben ein hochmotiviertes Team.

Und deswegen wollen und werden wir auch dieses Jahr wieder liefern!

Herzlichen Dank! Wir freuen uns auf Ihre Fragen!