

**Rede des Finanzvorstands (CFO) Ingo Chu**  
**zur ordentlichen Hauptversammlung der XING SE**  
**am Donnerstag, den 6. Juni 2019**  
**im Saal „Panoramadeck“ des Emporio, Hamburg**

***Es gilt das gesprochene Wort.***

---

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

auch ich darf Sie sehr herzlich begrüßen zur diesjährigen Hauptversammlung der XING SE.

Eine der vielen Besonderheiten von XING als Unternehmen ist, dass der Kern des Erfolgs im Wesentlichen unsere Mitarbeiter sind. Anders als ein Maschinenbauunternehmen haben wir keine ausgefeilte Produktion, und anders als ein Handelsunternehmen haben wir kein Sortiment aus Waren. Nein, unser Erfolg fußt fast ausschließlich auf den Menschen, die bei uns arbeiten; ihrer Intelligenz, ihrer Kreativität und vor allem ihrer Leidenschaft, die sie Tag ein, Tag aus bei uns einsetzen. Ihnen gilt unser aller Dank für den Erfolg, den wir haben.

Eigentlich wäre es schön, wenn wir heute mit all unseren Kollegen vor Ihnen stehen könnten. Aus Platzgründen ist das nicht möglich. Als Ersatz habe ich Ihnen ein Foto mitgebracht...

... und ich werde meine Rede mit einer kleinen Hommage an unsere Mitarbeiter beginnen, die wie bei mir üblich durchaus mit einem gewissen Augenzwinkern einhergeht.

Heute haben wir mehr als 1.600 Mitarbeiter... ich habe sie heute Morgen extra noch einmal eigenhändig gezählt...

Unsere Mitarbeiter sind jung. Rund  $\frac{3}{4}$  sind jünger als 40 Jahre. Weniger als 20% sind zwischen 40 und 50. Und nur knapp 2 % sind älter als 50. Ich muss gestehen, mit meinen 48 Jahren fühle ich mich da manchmal alt.... Aber dann schaue ich meine Vorstandskollegen an, die haben alle schon graue Haare... da geht's mir gleich etwas besser.

Aber selbst wenn man sich manchmal alt fühlt, man fühlt sich bei uns nie allein, denn bei uns im Büro laufen immer eine Menge Hunde rum, die unsere Mitarbeiter zur Arbeit mitbringen. Kritisch wurde das nur einmal... als eine Kollegin ihre Katze mitbrachte. Die Situation konnte glücklicherweise durch beherztes Eingreifen von mehr als 25 engagierten Mitarbeitern gelöst werden... Es wurde niemand verletzt...

Aber auch unabhängig davon wird es bei uns nicht langweilig. Dafür sorgt allein schon der Mix an Kulturen unter unseren Mitarbeitern. Bei der letzten Zählung hatten wir über 60 verschiedene Nationalitäten bei uns an Bord. Da geht es sehr bunt zu. Und das ist auch gut so.

Und ... unsere Mitarbeiter sind zufrieden. Bei unserer wöchentlichen (!) Mitarbeiterbefragung geben mehr als 80% unserer Mitarbeiter an, mit XING als Arbeitgeber zufrieden zu sein.

Das freut uns. Und das ist auch ein sehr wichtiger Faktor für unseren Erfolg, was mich zu den Zahlen bringt.

Lassen Sie uns mit einem Überblick über die wichtigsten Botschaften starten:

- Erstens: 2018 war ein sehr gutes Jahr für uns! Sie wissen, dass wir uns im Jahr 2016 vorgenommen haben, unseren Umsatz bis zum Jahr 2020 nochmals zu verdoppeln und ein EBITDA von 100m€ zu erzielen. Nach einem guten Start in 2017, haben wir auf dieser Reise im Jahr 2018 einen sehr großen Schritt auf unser 2020-Ziel geschafft. Wir sind in allen Dimensionen spürbar gewachsen, sei es unsere Mitgliederanzahl, unser Umsatz, unser Ergebnis oder unser Cash-flow. Besonders erfreulich ist unser weiterhin hohes Mitgliederwachstum. Erneut ist unsere Mitgliederbasis um knapp 2 Mio. neue Mitglieder gewachsen. Das ist gut und wichtig, denn unsere Mitglieder-Community ist die Basis für all unsere Geschäfte.
- Zweitens: Unser Umsatz wächst – sowohl organisch als auch durch Akquisitionen - weiterhin auf hohem Niveau. Das Umsatzwachstum betrug im Gesamtjahr 2018 insgesamt 25%; davon entfielen 21% auf Wachstum aus eigener Kraft. Im Kontext einer lediglich um 1,5% gewachsenen deutschen Wirtschaft ist das ein sehr schönes Ergebnis.

- Drittens: Trotz Investitionen in zukünftiges Wachstum, haben wir unser operatives Ergebnis, unser EBITDA, auf 75,2 Mio. € gesteigert und lagen damit etwas über unserem Plan und unserer Kapitalmarkt-Guidance.
- Viertens: Unser Geschäft ist und bleibt sehr cash-generativ. Wir haben den operativen Cashflow auf 73,8 Mio. € und unseren Recurring Free Cash-Flow durch gezielte Maßnahmen sogar stark überproportional gesteigert.
- Fünftens: Die Zahlen des 1. Quartal 2019 zeigen, dass wir zudem auch im laufenden Jahr sehr gut unterwegs sind.
- Sechstens: Um Sie, liebe Aktionäre, direkt an dem Erfolg von XING partizipieren lassen, schlagen wir Ihnen heute zur Beschlussfassung vor, für das Geschäftsjahr 2018 eine um 27% erhöhte Regeldividende von 2,14€ pro Aktie sowie eine Sonderdividende von 3,56€ zu zahlen.

Das war's im Überblick. Starten wir mit unserer Gewinn- und Verlustrechnung 2018.

Der Umsatz inklusive sonstiger betrieblicher Erträge belief sich im Geschäftsjahr 2018 auf einen Wert von rund 235 Mio. €. Dies entspricht einem Wachstum von 25 Prozent. Hierin enthalten sind ca. 4%-Punkte anorganisches Wachstum aus den Akquisitionen von InterNations und Prescreen. Alle drei Geschäftsfelder – B2C, B2B E-Recruiting und B2B Advertising/Events - trugen zum Gesamtwachstum bei.

Unser operatives Ergebnis – das EBITDA – betrug 75,2 Mio. €. Wir konnten es damit um 23 Prozent steigern und lagen damit leicht über unserer Guidance von 74m€.

Die EBITDA-Marge lag bei 32 Prozent. Damit lag sie auf dem Vorjahresniveau. Auch in 2018 haben wir bewusst in zukünftiges Wachstum investiert.

Die Abschreibungen beliefen sich auf 29m€. Davon entfielen ca. 25,5m€ auf operative Abschreibungen und ca. 3,5m€ auf Abschreibungen aus der Purchase Price Allocation nach IFRS. In den operativen Abschreibungen sind ca. 4m€ für Mietzahlungen enthalten, die nach den neuen IFRS-Regeln in den Abschreibungen dargestellt werden. Der Anstieg gegenüber Vorjahr liegt an höheren Investitionen in Produktinnovationen, höheren a.o. Abschreibungen und an höheren Mietzahlungen, da wir natürlich mehr Fläche benötigen, um unsere stetig wachsende Mannschaft unterzubringen.

Unser Finanzergebnis betrug -1,2m€. Es teilt sich im Wesentlichen auf 4 Positionen auf: (1) Unser Joint Venture Kununu US, auf das ein Anlaufverlust von knapp -1,2m€ entfällt. (2) Nicht-cash-wirksame Effekte nach IFRS aus der Abbildung von zukünftig erwarteten Earn-out-Zahlungen in Höhe von ca. -1,1m€ (3) Verschiedene kleine Positionen, die in Summe +0,1m€ ergeben. Hier handelt es sich insbesondere um Erträge aus Geldanlagen. Und (4) ein positiver Effekt von +0,9m€ aus Anpassungen der Earn-out-Erwartungen von Akquisitionen der Vergangenheit. Letzterer Effekt ist einmalig, nicht-operativ und ist bei der Betrachtung unserer operativen Entwicklung herauszurechnen.

In Summe ergibt sich damit ein Nettoergebnis nach Steuern von 31,0 Mio. €. Eliminiert man den eben erwähnten positiven, einmaligen, nicht-operativen Effekt aus der Anpassung der Earn-out-Erwartungen, so liegt unser Nettoergebnis bei 30,1m€.

Auf der nächsten Seite sehen Sie die Profitabilität unserer einzelnen Geschäftsbereiche im Detail.

Das B2C-Segment hat ein Segment-EBITDA von 39,0 Mio. € mit einer Marge von 39 Prozent zum XING-Gesamtergebnis beigetragen. Planmäßig liegen sowohl absoluter Ergebnisbeitrag als auch Marge unter den Vorjahreswerten. Der Grund hierfür liegt in den Investitionen in weiteres Wachstum, die zum überwiegenden Teil im B2C-Segment anfallen. Das sind zum einen Investitionen in eine weiterhin starke und wachsende B2C-Community, die die Basis sowohl für die bestehenden B2C-Geschäfte als auch die bestehenden B2B-Geschäfte, wie z.B. unser starkes E-Recruiting-Geschäft, sind. Das sind aber auch ganz neue Geschäfte wie z.B. HalloFreelancer, unser Mitarbeiter-Engagement-Tool kununu engage oder InterNations.

Insofern ist es grundsätzlich wichtig, dass die Segmentergebnisse nicht isoliert betrachtet werden. Investitionen in den B2C-Bereich sind auch immer Investitionen in den B2B-Bereich. Und die Segmentergebnisse und Margen im B2B-Bereich haben entsprechend Kuppel-Produkt-Economics und weisen daher langfristig strukturell höhere Margen aus.

Gut zu erkennen ist das im Segment „B2B E-Recruiting“. In diesem Geschäft verkaufen wir Unternehmen auf Basis unsere B2C-Community Zugang zu Arbeitnehmern zum Zwecke der Rekrutierung und des Employer Brandings. In 2018 hat B2B E-Recruiting ca. 71,0 Mio. € Segment-EBITDA mit einer 65 Prozent-Marge beigetragen. Dies entspricht einer spürbaren Steigerung des absoluten Ergebnisbeitrags bei einer hohen Marge, in der sich die Kuppel-Produkt-Economics zeigen.

Auch im Segment B2B Advertising/Event haben wir eine sehr gute Entwicklung gehabt. Das Segment-EBITDA lag trotz Investitionen bei 7,0m€. Beide Geschäfte – Advertising und Events – haben zu diesem Ergebnis beigetragen.

Das Segment Kununu International beinhaltet bekanntlich lediglich die Dienstleistungen von Kununu an das Joint Venture in den USA, die at-cost bepreist werden. Hier war kein nennenswerter Ergebnisbeitrag zu erwarten.

Auf dem nächsten Slide sehen Sie unsere Umsatzentwicklung, mit der wir wieder einmal sehr zufrieden sind.

Unser B2C-Segment wuchs um 12 Prozent auf 99,9 Mio. €. Davon entfielen ca. 7%-Punkte auf die Akquisition des Expats-Netzwerks InterNations; ca. 5%-Punkte entfielen auf organisches Wachstum. Das organische Wachstum resultiert im Wesentlichen aus unserer niedrig preisigen, traditionellen Premiummitgliedschaft und dort vor allem aus Abonnentenwachstum.

Im „B2B E-Recruiting“ haben wir die Umsätze im letzten Jahr um 40 Prozent auf 108,7Mio. € gesteigert. Ca. 1%-Punkt rührt aus der Akquisition unseres Applicant-Tracking-Systems Prescreen; der Rest – ca. 39%-Punkte – entfallen auf organisches Wachstum.

Alle Produktbereiche im E-Recruiting sind in 2018 zweistellig gewachsen. Den stärksten Beitrag leisteten auch letztes Jahr wieder die modernen Formen Active Recruiting und Employer Branding.

Last but not least, das Segment „B2B Advertising/Events“. Die Umsätze in diesem Geschäftsbereich sind um 22% auf 21,7m€ gewachsen. Das ist eine sehr erfreuliche Entwicklung, zu der beide Geschäfte beigetragen haben.

Schauen wir uns als nächstes unsere Kostenentwicklung im Geschäftsjahr 2018 an.

Der Personalaufwand belief sich in 2018 auf 89 Mio. €. Wie auch in den Jahren zuvor, haben wir wieder mehr Personal eingestellt, um unser Wachstum voranzutreiben und die Potentiale im Markt aktiv anzugehen. Insgesamt haben wir netto rund 250 Mitarbeiter – gerechnet in Ganztagesäquivalenten – aufgebaut. Dabei haben wir uns organisch vor allem auf die Bereiche Produktentwicklung und Vertrieb fokussiert. Grundsätzlich gilt für uns aber auch weiterhin, ich hatte es ja eingangs schon ausgeführt ... : Unsere Mitarbeiter sind und bleiben unser wichtigstes Kapital. Sie sind eine unerlässliche Säule für unseren unternehmerischen Erfolg. Deswegen werden wir hier auch in 2019 weiter investieren.

Für Marketing haben wir im Geschäftsjahr 2018 27,9 Mio. € ausgegeben. Auch im letzten Jahr haben wir unseren Marketingaufwand gesteigert. Das zahlt sich aus, denn unsere adressierbaren Märkte sind bei weitem noch nicht ausgeschöpft, und es gibt dort draußen noch sehr viele potentielle Kunden, die wir über gezielte Marketingmaßnahmen gewinnen können.

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen betragen 42,9 Mio. € mit einer Aufwandsquote von 18 Prozent.



Kommen wir zu unserem Cashflow.

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

Im Jahr 2018 betrug unser operativer Cashflow 73,8 Mio. €. Dies entspricht einer Steigerung von 18%. Haupttreiber war ein höheres EBITDA. Unsere Cash-Conversion liegt damit weiterhin um die 100%, was zeigt, wie cash-generativ unser Geschäft ist. Und das erwarten wir auch für die Zukunft.

Für Investitionen in das laufende Geschäft hatten wir Cash-outs in Höhe von 32,7 Mio.€. Sie wissen, der Großteil dieser Position besteht aus aktivierten Aufwand für interne Softwareentwicklung. Trotz einer Steigerung des Umsatz von 25% lagen wir in 2018 leicht unter dem Vorjahreswert.

Unsere Cash-outs für Akquisitionen beliefen sich auf 6,9 Mio. €. Davon entfielen ca. 4m€ auf die Akquisition von InterNations, c. 1,4m€ auf Cash-outs für unser Kununu Joint Venture in den USA und der Rest auf Earn-out-Payments für Eqipia und Jobbörse.

Die Cash-outs für Zinsen, Währungsdifferenzen und vor allem für Mietzahlungen, die nach den neuen IFRS-Regeln im Cash-Flow für Investitionen abgebildet werden, beliefen sich auf 3m€.

Damit betrug der Free-Cashflow vor Veranstalter-Cash und vor Auszahlungen an unsere Aktionäre 30,9 Mio. €.

Aus unserem Cash-Flow bzw. unseren Cash-Reserven haben wir Ihnen, sehr geehrte Aktionäre, dann im letzten Jahr 9,4m€ Regeldividende ausgeschüttet.

In Summe sind wir mit unserer Cash-Flow-Entwicklung sehr zufrieden. Das zeigt sich besonders wenn wir einmalige Effekte – wie Kaufpreiszahlungen für Akquisitionen – rausrechnen und nur den Recurring Free Cashflow betrachten. Wir haben unseren Recurring Free Cashflow hat sich im letzten von ca. 25m€ auf ca. 38m€ um mehr als 50% weit überproportional gesteigert. Zentral dafür war ein dediziertes Programm, um den Cash-fokus in unserer Steuerung weiter zu erhöhen. Dafür haben wir uns bereits in der Planungsphase für 2018 sehr ambitionierte Cash-Flow-Ziele gesetzt, haben sowohl unsere Steuerungsgrößen als auch die Anreizstrukturen für unsere Top-Führungskräfte entsprechend verändert und Einzelmaßnahmen wie z.B. Nearshoring umgesetzt. Als ich an der Business School war, hieß es immer Cash is king. Daher sind wir einmal mehr stolz auf dieses Ergebnis.

Ganz am Schluss, noch ein Blick auf die Bilanz des Geschäftsjahres 2018.

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

Die Veränderungen der Bilanzpositionen spiegeln im Wesentlichen unsere operative Entwicklung und die Akquisitionen wider. Unser Eigenkapital ist trotz der Zahlung unserer Regeldividende in Summe um mehr als 20m€ gestiegen.

Sie sehen, wir haben weiterhin eine sehr starke Bilanz. XING ist finanziell absolut kerngesund.

Und unser investiertes Kapital, das wir für die Erwirtschaftung unserer laufenden operativen Gewinne und Cash-Flows benötigen, ist nach wie vor negativ. Unter Return-on-capital-employed-Gesichtspunkten geht es nicht besser!

Meine Damen und Herren,

wir können mit dem letzten Jahr sehr zufrieden sein. Wir haben einen großen Schritt in Richtung unserer 2020-Ziele genommen.

Und wenn wir auf die Zahlen des 1. Quartals des Jahres 2018 schauen, sehen wir, dass wir auch in diesem Jahr sehr gut unterwegs sind.

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

Bevor wir in die Inhalte gehen, ein paar Anmerkungen zur Struktur; die ist nämlich neu. Im Wesentlichen gibt es zwei Anpassungen.

Erstens: Ab 2019 weisen wir die aktivierten Eigenleistungen explizit in der GuV aus. Bisher haben wir diese lediglich im Anhang erläutert. Inhaltlich verbirgt sich dahinter aktivierter Aufwand für interne Softwareentwicklung. Als Folgeänderung ändert sich der Ausweis unserer Personal- und der Sonstigen Kosten, die wir bisher abzgl. der

aktivierten Eigenleistungen ausgewiesen haben. Das sind die wertmäßig großen Änderungen. Darüber hinaus gibt es noch eine sehr kleine Folgeänderung beim Ausweis der sonstigen betrieblichen Erträge. Wichtig ist: Es handelt sich hierbei lediglich um eine Änderung des strukturellen Ausweis. An den Ergebnisgrößen wie z.B. dem EBITDA ändert sich dadurch nichts; sie bleiben gleich.

Zweitens: Zum 31. Januar 2019 haben wir Kununu US zu 100% übernommen. Entsprechend wird diese Einheit seitdem vollkonsolidiert über unser gesamtes Zahlenwerk hinweg abgebildet und nicht nur at equity in unserem Finanzergebnis.

Im ersten Quartal des laufenden Jahres stiegen unsere Service-Umsätze – ohne sonstige betriebliche Erträge - gegenüber Vorjahr um 18% auf 62,6 Mio. €. Das Wachstum ist rein organisch, und wir liegen damit in dem von uns angestrebten Wachstumskorridor.

Unser EBITDA beträgt 17,7 Mio. € bei einer Marge von 28 Prozent. Damit konnten wir unser operatives Ergebnis um 20% ggü. Vorjahr steigern. In dem Ergebnis sind sowohl positive Einmaleffekte als auch ergebnisbelastende Effekte durch ein Frontloading der Kosten im Vergleich zu den Vorjahren enthalten, die sich in Summe die Waage halten. Zudem ist, wie gesagt, Kununu US seit dem 31. Januar zum ersten Mal vollkonsolidiert in unserem Zahlenwerk abgebildet.

Unsere Abschreibungen belaufen sich auf 5,9m€.

Das Finanzergebnis liegt bei +1,0m€. Es enthält einen positiven, einmaligen, nicht-operativen Effekt von +1,3m€ durch die erstmalige Vollkonsolidierung von Kununu

US. Der Rest ist im wesentlichen accounting-only, non cash Aufwand für die Abzinsung zukünftiger Earn-out-Verpflichtungen nach IFRS.

Das reported Net Income beträgt 8,9 Mio. €. Eliminiert man den positiven, nicht-operativen Einmaleffekt, so liegt das adjusted net income bei 7,6m€. Wir konnten es damit um rund 24% gegenüber Vorjahr steigern.

In Summe sind wir damit gemäß Plan sehr gut in das Jahr 2019 gestartet.

Auf dem nächsten Chart sehen Sie nun die Umsatzentwicklung in unseren Segmenten:

Unser B2C-Geschäft ist – vollständig organisch - um 5 Prozent gegenüber Vorjahr auf 25,4 Mio. € gewachsen. Das Segment entwickelt sich nach Plan. Ungefähr die Hälfte des Wachstums kommt aus unserem Premium-Geschäft. Der Rest wurde durch unser Expatriate-Geschäft InterNations beigetragen.

Unser „B2B-E-Recruiting“-Geschäft hat gegenüber dem Vorjahresquartal um 31 Prozent auf 31,0 Mio. € zugelegt. Die drei wesentlichen Erlösströme Active Recruiting, Employer Branding, aber auch das traditionelle Passive Recruiting sind zweistellig gewachsen. Und auch Prescreen, unser Anbieter von Applicant-Tracking-Systems entwickelt sich sehr schön und wächst hoch zweistellig.

Das „B2B Marketing Solutions & Events“-Geschäft wuchs um 22% auf 6,1 m. €. Beide Geschäfte weisen 2-stellige Zuwachsraten auf.

Kommen wir zu den Cashflows im 1. Quartal 2019. Auch hier ist der Veranstalter-Cash eliminiert.

Unser operativer Cashflow belief sich im 1. Quartal auf 28,8 Mio. €. Damit liegt er erneut spürbar über Vorjahr. Die Treiber hierfür sind ein höheres EBITDA und ein höherer Cash-In aus der Veränderung unserer Net Working Capitals. Letzterer ist saisonal bedingt im ersten Quartal besonders stark. Aber auch grundsätzlich ist und bleibt unser Geschäft weiterhin sehr cash-generativ.

Für unsere operativen Investitionen – im wesentlichen Softwareentwicklung und Hardware – hatten wir Auszahlungen in Höhe von 8,0 m€. Darüber hinaus hatten wir eine Auszahlung für die nächste Kaufpreirate bei Prescreen in Höhe von 2,5m€; das Geschäft entwickelt sich wie bereits erwähnt sehr schön. Und für Zinsen, Währungskursdifferenzen und Mietverhältnisse hatten wir Cash-outs in Höhe von -1,2m€. Hier sind nach den neuen IFRS Regeln im wesentlichen unsere Mietzahlungen abgebildet.

Im Ergebnis lag damit der Free-Cashflow vor Veranstalter-Cash bei 17,1 Mio. €.

Meine Damen und Herren,

Sie sehen, wir wachsen auch im 1. Quartal weiter und sind auf einem guten Weg.

Das waren unsere Zahlen! Lassen Sie mich nun ganz kurz die heutigen Beschlussfassungen erläutern. Ich werde mich dabei auf die Beschlussvorschläge zu

Gewinnverwendungen, zur Umbenennung in die New Work SE und zum EAV mit der Beekeeper Management GmbH fokussieren.

Bezüglich der Gewinnverwendung schlagen wir Ihnen heute zur Beschlussfassung vor, für das Geschäftsjahr 2018 sowohl eine Regeldividende als auch eine Sonderdividende zu zahlen.

Die Regeldividende soll sich auf 2,14 € pro Aktie belaufen. Das ist eine Steigerung gegenüber Vorjahr um 46 Cent und um rund 27%. Dies entspricht unserer kommunizierten Politik, eine „kontinuierliche und nachhaltige“ Dividende zu zahlen.

Wir haben uns darüber hinaus dazu entschlossen, eine Sonderdividende in Höhe von 3,56€ je Aktie vorzuschlagen. Wir halten das aus Shareholder-Value-Perspektive für richtig. Der Blick auf unseren Cash-Bestand und unser Finanzierungspotential einerseits und auf unsere erwarteten potentiellen zukünftigen Cash-Verwendungen andererseits hat uns gezeigt, dass wir auch nach Auszahlung der Sonderdividende genügend Cash haben, um unsere Firma gemäß unserer klar auf Wachstum ausgerichteten Strategie unternehmerisch weiterzuentwickeln. Durch unser äußerst cash-generatives Geschäftsmodell sind wir in der glücklichen Lage, dass wir unseren Aktionären sowohl Wachstum als auch eine direkte Beteiligung am Erfolg der Firma in Form von Dividenden bieten können.

In Tagesordnungspunkt 7 bitten wir um Ihre Zustimmung zur Umbenennung der XING SE in die New Work SE. Thomas hat die Hintergründe und Motive unseres Vorschlags in seiner Rede eben bereits ausführlich erläutert. Ich habe dem nichts hinzuzufügen, außer, dass die Proxy Agencies ISS und GlassLewis, die Aktionäre bei ihren Abstimmungen beraten, die Annahme unseres Beschlussvorschlages einhellig unterstützen.

Zu guter Letzt bitten wir Sie in Tagesordnungspunkt 8 um Ihre Zustimmung zu einem Gewinnabführungsvertrag mit unserer in diesem Jahr gegründeten Tochtergesellschaft Beekeeper Management GmbH. Wir haben diese Einheit als Vehikel für die Akquisition der Honeypot GmbH genutzt. Wie in solchen Fällen üblich, dient diese Konstruktion der steuerlichen Optimierung.

Meine Damen und Herren,

Ganz zum Schluss noch ein paar Worte zu unserer Aktie. Mit der Entwicklung unseres Aktienkurses können wir sehr zufrieden sein. Seit der HV im letzten Jahr hat unsere Aktie ganze 29% zugelegt. Im Vergleich haben sich TecDAX und Dax konstant bzw. sogar leicht negativ entwickelt. Kurzzeitig hatten wir sogar die Marke von 2Mrd.€ Marktkapitalisierung durchbrochen.

In dieser Entwicklung spiegeln sich natürlich unsere guten Zahlen des letzten Jahres wieder. Aber grundsätzlich wird an der Börse die Zukunft gehandelt. Und in die schauen wir bei XING sehr zuversichtlich. Wir sind der klare Marktführer in unserem Segment. Wir adressieren große, noch bei weitem nicht ausgeschöpfte Märkte sowohl mit unserem Netzwerk auf der B2C-Seite als auch mit unseren darauf aufbauenden B2B-Geschäften. Und wir entwickeln auf Basis unserer Stärken ganz neue Geschäftsfelder, wie z.B. unseren Freelancer-Marktplatz HalloFreelancer oder unsere HR-Software Prescreen.

Vor dem Hintergrund ist die aktuelle Aktienkursentwicklung für uns ein Ansporn, unsere Firma mit Energie und Leidenschaft in der aktuellen Dynamik weiterzuentwickeln. Unsere Analysten sind diesbezüglich sehr zuversichtlich. Von 6



Analysten, die uns aktuell covern, geben 5 eine „Kauf“- bzw. „Halten“-Empfehlung ab.  
Es gibt aktuell lediglich eine Verkaufsempfehlung.

Meine Damen und Herren,

Sie sehen: 2018 war ein sehr gutes Jahr für uns. Und auch in das laufende Jahr sind wir sehr gut gestartet. Wir wachsen weiter, haben eine starke Position mit viel Potential und viele gute Ideen für die Zukunft.

Besonderer Dank gilt hier unseren wunderbaren Mitarbeitern, ohne die dieser Erfolg nicht möglich wäre.

Und ich kann Ihnen versichern, dass wir, Vorstand, Mitarbeiter... aber auch alle Bürohunde zuversichtlich und hochmotiviert nach vorne blicken und alles daran setzen, die nächste Evolutionsstufe zu erklimmen.

Herzlichen Dank!