

**Rede des Finanzvorstands (CFO) Ingo Chu**  
**zur ordentlichen Hauptversammlung der New Work SE**

**am Donnerstag, den 29. Mai 2020**

***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 New Work SE.

Ich bin übrigens sehr froh, dass dieser Termin nicht vor dem 22.Mai stattgefunden hat. Und ganz ehrlich: Sie können genauso froh darüber sein. Denn der 22. Mai war der Tag, an dem in Hamburg nach monatelangem Lockdown die ersten Friseurtermine erhältlich waren.

Hätte dieser Termin vorher stattgefunden: Ja, die Zahlen, die ich Ihnen präsentiert hätte, wären zwar dieselben gewesen. Aber: Ich aber Ihr Vertrauen über die Maßen strapaziert. Denn ich sah furchtbar aus. Der restliche Vorstand übrigens sogar noch schlimmer. Die einzige Ausnahme: Petra von Strombeck! Ich hoffe wirklich sehr, dass keine Fotos aus dieser Zeit existieren...

... und damit wenden wir uns jetzt wie gewohnt, gestriegelt und gespornt, den Zahlen zu!

[Chart Übersicht]

Wie immer starten wir mit einem Überblick über die wichtigsten Botschaften:

- Erstens: 2019 war ein gutes Jahr für uns! Wir sind wieder in allen Dimensionen spürbar gewachsen, seien es unsere Non-Financials, unser Umsatz, unser Ergebnis oder unser Cash-flow. Besonders erfreulich ist unser weiterhin hohes Wachstum auf der Konsumentenseite. In Netzwerk XING ist unsere Mitgliederbasis wieder um knapp 2 Mio. neue Mitglieder gewachsen. Und auch Kununu, die Nr.1 Destination für Arbeitgeberbewertungen konnte ihr Inhalte-Angebot und die Nutzung deutlich steigern. Das Gleiche gilt für unsere Beteiligung InterNations, die Nr.1 im Expatriates-Segment. Das ist gut und wichtig, denn unsere starken Konsumenten-Destinationen sind die Basis für all unsere Geschäfte.
- Zweitens: Unser Umsatz wächst – sowohl organisch als auch durch Akquisitionen – weiterhin zweistellig. Das Umsatzwachstum betrug im Gesamtjahr 2019 insgesamt 16%; davon entfielen 15% auf Wachstum aus eigener Kraft. Im Kontext einer lediglich um 0,6% gewachsenen deutschen Wirtschaft ist das ein sehr schönes Ergebnis.
- Drittens: Trotz Investitionen in zukünftiges Wachstum, haben wir unser operatives Ergebnis, unser EBITDA, auf 85,6 Mio. € gesteigert und lagen damit etwas über unserem Plan und unserer Kapitalmarkt-Guidance.

- Viertens: Unser Geschäft ist weiterhin sehr cash-generativ. Wir haben den operativen Cashflow auf 79,7 Mio. € gesteigert.
- Fünftens: In das erste Quartal sind wir trotz erster Corona-Effekte gut gestartet. Der April zeigte allerdings stärkere Auswirkungen von Corona auf unsere Geschäfte. Gleichwohl können wir aus heutiger Sicht sagen, dass unser Geschäftsmodell im Vergleich zu vielen anderen Firmen sehr resilient ist. Gleichzeitig ist unser langfristiger Blick auf unser Geschäft - nach Bewältigung von Corona - unverändert gut.
- Sechstens: Um Sie, liebe Aktionäre, direkt an dem Erfolg der New Work SE partizipieren zu lassen, schlagen wir Ihnen heute zur Beschlussfassung vor, für das Geschäftsjahr 2019 eine um 21% erhöhte Regeldividende von 2,59€ pro Aktie zu zahlen.

[Chart Guv]

Das war's im Überblick. Starten wir mit unserer Gewinn- und Verlustrechnung 2019.

Der Umsatz belief sich im Geschäftsjahr 2019 auf rund 270 Mio. €. Dies entspricht einem Wachstum von 16 Prozent. Hierin enthalten sind ca. 1%-Punkt anorganisches Wachstum aus der Akquisition von Honeypot. Wieder trugen all drei Geschäftsfelder – B2C, B2B E-Recruiting und B2B Advertising/Events - zum Gesamtwachstum bei.

Unser operatives Ergebnis – das EBITDA – betrug 85,6 Mio. €. Wir konnten es damit um 14 Prozent steigern und lagen damit leicht über unserer Guidance von 84m€.

Die EBITDA-Marge lag bei 32 Prozent. Damit lag sie auf Vorjahresniveau. Hintergrund ist, dass wir auch in 2019 bewusst in zukünftiges Wachstum investiert haben.

Die Abschreibungen beliefen sich auf 38,5m€. Davon entfielen ca. 28,8m€ auf operative Abschreibungen, ca. 4,1m€ auf Abschreibungen aus der Purchase Price Allocation nach IFRS und ca. 5,6m€ auf einmalige Abschreibung auf die USA-Aktivitäten von Kununu. Sie wissen, dass wir 2016 ein Joint Venture (JV) in den USA gestartet hatten und zum Anfang 2019 das JV voll übernommen haben, da sich bei unserem Partner Monster/Randstad die strategischen Prioritäten geändert hatten. Leider hat sich das Geschäft nicht so entwickelt wie geplant, so dass wir konsequenterweise die Aktivität beendet haben. Wichtig ist, auf unsere Equity Story hat das keine Auswirkungen. Unsere Equity Story war immer auf den deutschsprachigen Raum fokussiert. Der Versuch in den USA war nie Teil davon sondern maximal ein Upside im Erfolgsfall, das sich leider nicht eingestellt hat.

Unser Finanzergebnis betrug +5,1m€. Es beinhaltet zwei nicht-operative, positive Effekte. (1) +1,3m€ aus der Bilanzierung der Übernahme des JV-Anteils von Kununu USA. Hier handelt es sich – vereinfacht gesagt - um eine sehr spezielle IFRS-Regel für einen sehr speziellen Sachverhalt. Er ist nicht nicht-operativ und nicht cash-wirksam. (2) +5,1m€ nicht operative, nicht-cash-wirksame Effekte nach IFRS aus der Abbildung von geringeren zukünftig erwarteten Earn-out-Zahlungen. Eliminiert man diese XO Effekte, so hatten wir ein Finanzergebnis von -1,3m€, das im Wesentlichen aus der Diskontierung von zukünftigen Earn-Out-Verpflichtungen besteht. Auch dieser Effekt ist nicht-operativ und nicht cash-wirksam in 2019.

In Summe ergibt sich damit ein berichtetes Nettoergebnis nach Steuern von 34,4 Mio. €. Eliminiert man die eben erwähnten einmaligen, nicht-operativen Effekte aus der Anpassung der Earn-out-Erwartungen, der Bilanzierung der Übernahme des JV-Anteils und der Abschreibung der USA-Aktivitäten, so liegt unser bereinigtes Nettoergebnis bei 36,4m€. Dies ist eine Steigerung um 21% gegenüber dem bereinigten Nettoergebnis aus 2018.

[Chart Umsatzentwicklung]

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

Unser B2C-Segment wuchs um 3 Prozent auf 103 Mio. €. Das Wachstum ist rein organisch und resultiert im Wesentlichen aus unserer Premiummitgliedschaft und Internations.

Im „B2B E-Recruiting“ haben wir die Umsätze im letzten Jahr um 29 Prozent auf 140,4Mio. € gesteigert. Ca. 2%-Punkte rühren aus der Akquisition von Honeypot; der Rest – ca.27%-Punkte – entfallen auf organisches Wachstum.

Insbesondere unsere modernen Produktbereiche im E-Recruiting – Active Recruiting und Employer Branding - sind in 2019 zweistellig gewachsen. Sie leisteten auch letztes Jahr wieder den stärksten Beitrag zum Umsatzwachstum in diesem Segment.

Last but not least, das Segment „B2B Advertising/Events“. Die Umsätze in diesem Geschäftsbereich sind um 20% auf 26,1m€ gewachsen. Das ist eine sehr erfreuliche Entwicklung, zu der beide Geschäfte beigetragen haben.

[Chart Kosten]

Schauen wir uns als nächstes unsere Kostenentwicklung im Geschäftsjahr 2019 an.

Der Personalaufwand belief sich in 2019 auf 127,9 Mio. € vor Kapitalisierung. 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 organisch netto rund 230 MitarbeiterInnen – gerechnet in Ganztagesäquivalenten – aufgebaut. Hinzukommen ca. 100 neue MitarbeiterInnen durch die Akquisition von Honeypot. Dabei haben wir uns organisch vor allem auf die Bereiche Produktentwicklung und Vertrieb fokussiert. Nach wie vor gilt: Unsere MitarbeiterInnen sind und bleiben unser wichtigstes Kapital. Sie sind eine unerlässliche Säule für unseren unternehmerischen Erfolg.

Für Marketing haben wir im Geschäftsjahr 2019 34,7 Mio. € ausgegeben. Erneut haben wir unseren Marketingaufwand gesteigert. Das zahlt sich aus, denn unsere adressierbaren Märkte sind bei weitem noch nicht ausgeschöpft, und wir haben dort draußen noch sehr viele potentielle Kunden, die es zu gewinnen gilt.

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen vor Kapitalisierung betragen 52,7 Mio. € mit einer Aufwandsquote von 20 Prozent.

[Chart FY Cash-Flow]

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 New Work entfallenden Cashflow aus.

Im Jahr 2019 betrug unser operativer Cashflow 79,7 Mio. €. Dies entspricht einer Steigerung von 8%. Haupttreiber war ein höheres EBITDA. Unsere Cash-conversion liegt damit weiterhin um die 100%, was zeigt, wie cash-generativ unser Geschäft ist.

Für Investitionen in das laufende Geschäft hatten wir Cash-outs in Höhe von 35,4 Mio.€. Sie wissen, der Großteil dieser Position besteht aus aktiviertem Aufwand für interne Softwareentwicklung. Im Vergleich zum Umsatz hat sind unsere operativen Investitionen unterproportional gestiegen.

Unsere Cash-outs für Akquisitionen beliefen sich auf 25,2 Mio. €. Davon entfielen ca. 20,5m€ m€ auf die Akquisition von HoneyPot, c. 2,5m€ auf Cash-outs für Earn-out-Zahlungen für Prescreen und Rest auf Earn-out-Zahlungen für Internations.

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 5,7m€.

Damit betrug der Free-Cashflow vor Veranstalter-Cash und vor Auszahlungen an unsere Aktionäre 13,4 Mio. €.

Aus unserem Cash-Flow und unseren Cash-Reserven haben wir Ihnen, sehr geehrte Aktionäre, dann im letzten Jahr 12m€ Regeldividende und zusätzlich 20m€ Sonderdividende ausgeschüttet.

In Summe sind wir mit unserer Cash-Flow-Entwicklung sehr zufrieden.

[Chart Bilanz]

Ganz zum Schluss, noch ein Blick auf die Bilanz des Geschäftsjahres 2019.

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. Und obwohl wir mit Regeldividende und Sonderdividende mehr als 30m€ an unsere Aktionäre ausgeschüttet haben, ist unser Eigenkapital immer noch leicht gestiegen.

Sie sehen, wir haben eine sehr starke Bilanz und sind 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,

wie gesagt: Das letzte Jahr war ein gutes für die NEW WORK SE. Wir hatten einen großen Schritt in Richtung unserer 2020-Ziele genommen. Sie werden sich erinnern, wir hatten uns im Jahr 2016 vorgenommen, im Jahr 2020 einen Umsatz von 300m€ und ein EBITDA von 100m€ zu erzielen. Dann kam allerdings Corona...

Vor dem Hintergrund der einerseits sehr einschneidenden und der andererseits sehr dynamischen Entwicklungen, verursacht durch die Corona-Pandemie, werde ich an dieser Stelle – anders als sonst – nur kurz auf die Q1-Zahlen eingehen. Danach werde ich Ihnen einen kurzen Überblick darüber geben, welche Erfahrungen wir im April – dem ersten vollen Monat unter Corona-Bedingungen – gemacht haben, und wie wir aus heutiger Sicht die Resilienz unseres Geschäftsmodells einschätzen und was das für unseren Ausblick für das Jahr 2020 bedeutet.

[Chart Übersicht Kennzahlen Q1]

In Summe können wir auch mit den Zahlen im ersten Quartal dieses Jahres zufrieden sein. Bereinigt man die Zahlen um einmalige Sondereffekte und Unterschiede im Geschäftsportfolio, so sind wir sowohl in Top- als auch Bottom-Line solide gewachsen.

Unser Pro-Forma-Umsatz stieg um 9% auf 68,3m€. Der berichtete Umsatz inkl. der HoneyPot-Akquisition, die in Q1 2019 noch nicht enthalten war, belief sich auf 68,9m€.

Unser Pro-Forma-EBITDA stieg um 12% auf 18,8m€. Hier haben wir im Q1 dieses Jahres die Abfindung für Alastair Bruce sowie die Anlaufverluste von Honeypot bereinigt und im Q1 des Vorjahres den positiven Einmaleffekt aus dem Abschluss unseres neuen Mietvertrages. Das berichtete EBITDA liegt bei 15,9m€.

Unser Pro-Forma Konzernergebnis steigt um 29% auf 9m€. Hier haben wir zusätzlich zu den bereits genannten Effekten das Corona-bedingte Impairment auf Honeypot in Q1 2020 bereinigt. Hierbei ist wichtig zu erwähnen, dass wir weiter an diese Chance, das Geschäftsmodell und das Team glauben und auch nach Impairment die Akquisition noch Value-Creating sein wird. Corona führt dazu, dass sich die Entwicklung des Geschäfts zeitlich nach hinten schiebt. Die IFRS-Regeln für Impairmenttests penalisieren in solchen Fällen vor allem junge Wachstumsgeschäfte, die noch in Anlaufphase sind. Unsere strategische Sicht auf das Honeypot-Geschäft ist unverändert positiv. Ferner haben wir sowohl in diesem Jahr als auch im Vorjahr die Effekte aus Earn-out-Anpassungen, Schwankungen in den Erträgen unserer Finanzanlagen und sonstige Einmaleffekte eliminiert. Das berichtete Konzernergebnis beträgt 7,2m€.

Und zuguterletzt unser Cash-Flow: Im ersten Quartal hatten wir einen operativen Cash-Flow von 32,4m€ und einen Free Cash-Flow von 21,7m€.

Soviel zum ersten Quartal.... Wie gesagt, noch spannender ist der April, der ja der erste volle Corona-Monat ist.

[Chart Covid April]

Bevor wir den April betrachten, eine grundsätzliche Bemerkung: Es besteht nach wie vor sehr hohe Unsicherheit und sehr geringe Visibilität. Es ist noch offen, wie sich das Virus selbst verhält und welche Auswirkungen es auf unser Alltagsleben hat. Es ist weiterhin offen, welche Auswirkungen sich daraus auf die Wirtschaft ergeben. Und damit ist aus heutiger Sicht auch von niemandem vorhersagbar, wie sich das auf unsere Geschäfte auswirkt, und wann wir wieder in den Normalzustand zurückkehren werden. Gleichwohl sind wir davon überzeugt und sehen bereits, dass unser Geschäftsmodell an sich im Vergleich zu vielen anderen Firmen sehr resilient ist. Und wir glauben, dass unsere Langfristperspektive unverändert gut ist. Dazu später noch mehr.

Im April haben wir in unserem B2C Segment die folgenden Beobachtungen gemacht: Das Mitgliederwachstum bei XING liegt nur leicht unter Vorjahr. Das macht uns bisher keine Sorgen, wir wachsen weiterhin spürbar. Die Mitgliederaktivität liegt über Vorjahr, insbesondere im News-Bereich. Bei den Bezahlmitgliedschaften zeigt sich, dass das Bestandsgeschäft mehr oder weniger stabil ist. Lediglich das Neukundengeschäft ist leicht unter Vorjahr.

Im Segment B2B E-Recruiting haben wir im April gesehen, dass in unseren Abo-Geschäften – insbesondere Active Recruiting und Employer Branding, die inzwischen c. 80% des E-Recruiting-Umsatzes ausmachen - unser Bestandsgeschäft stabil ist. Das Neugeschäft für diese Produkte liegt deutlich unter Vorjahr, aber... immerhin haben wir noch Neugeschäft. Das vom Charakter her transaktionale Geschäft mit den

klassischen Stellenanzeigen hingegen ist im Vergleich zum Vorjahr sehr stark betroffen.

Im Segment B2B Marketing Solutions und Events liegen die Marketing Solutions Umsätze leicht unter Vorjahr, was eigentlich besser als erwartet ist. Das Events-Geschäft liegt deutlich unter Vorjahr, da es durch den Lock-down natürlich besonders stark betroffen ist.

Soweit erste Erkenntnisse zu Corona aus dem April...

[Chart Resilienz und Outlook]

Bei aller Unsicherheit, die sich aus der Corona-Pandemie ergibt: Wir haben im Vergleich zu vielen anderen Firmen ein sehr resilientes Geschäftsmodell. Denn ca. 80% unserer Umsätze sind Aboumsätze, der Großteil mit automatischer Verlängerung. D.h. wir verlieren keine Umsätze, es sei denn ein Kunde storniert aktiv sein Abo. Wir haben zudem eine sehr diversifizierte Kundenbasis. Selbst im Segment B2B E-Recruiting lag der durchschnittliche Umsatz pro Kunde bei lediglich ca. 7KEUR. Selbst wenn wir unseren größten Kunden verlören, hätte das keine große Auswirkung auf unsere Gesamtumsätze. Darüber hinaus sind unsere Geschäftsmodelle überwiegend digital; wir haben keine physischen Fertigungsprozesse oder Lieferketten, so dass wir unsere Geschäfte auch bei eingeschränkter Bewegungsfreiheit betreiben können. Und zuguterletzt haben wir eine sehr gute Liquiditätssituation. Wir haben hohe Liquiditätsreserven, wir sind schuldenfrei, und unser Geschäftsmodell ist aufgrund überwiegend vorausbezahlter Umsätze sehr cash-generativ. In Summe sind wir also in einer guten Position, um heil durch diese besondere Zeit zu kommen.

Auf dieser Basis erwarten wir aus heutiger Sicht einen gegenüber Vorjahr leicht steigenden Umsatz von 275-285m€ bei einer EBITDA Marge von ca. 30%. Das ist – Corona-bedingt – weniger als wir uns in 2016 für dieses Jahr vorgenommen hatten. Das schmerzt uns, aber unter diesen Umständen ist es immer noch ein sehr solides Ergebnis.

Langfristig sind wir – wie gesagt – weiterhin sehr zuversichtlich. Unser Geschäft hat mit der Digitalisierung und dem demographischen Wandel zwei nachhaltig starke Megatrends im Rücken. Deutschland wird durch die pure Mathematik der Demographie in den nächsten 10 Jahren netto 4m Arbeitskräfte verlieren. In der Konsequenz werden Arbeitskräfte noch knapper. Daran wird auch ein kurzfristiger Konjunkturunbruch durch Corona nichts ändern. Und so lange Arbeitskräfte knapper werden, wird die Nachfrage nach Recruiting- und Employer-Branding-Lösungen steigen. Wir als New Work SE sind in einer einzigartigen Position, diese Nachfrage zu bedienen, denn wir besitzen mit dem größten professionellen Netzwerk XING und mit der größten Arbeitgeberbewertungsdestination Kununu den besten Zugang zu den immer knapper werden Arbeitskräften.

[Chart Beschlussvorschläge]

Das waren unsere Zahlen!

Kommen wir kurz zu den Beschlussvorschlägen. Im Wesentlichen stehen heute die Standardbeschlüsse auf der Tagesordnung. Zur Dividende hatte ich eingangs ein paar Worte gesagt. Wir folgen hier unserer bekannten Dividendenpolitik. Neben den Standardbeschlüssen steht die Nachwahl von Martin Weiss als Aufsichtsrat auf der Agenda. Martin Weiss wird sich gleich selber kurz vorstellen. Da können Sie sich drauf freuen!

[Chart Aktie]

Meine Damen und Herren,

nun noch ein paar Worte zu unserer Aktie.

Das Chart zeigt die Entwicklung unseres Aktienkurses seit Oktober 2012. Zufällig übernahm im Oktober 2012 ein gewisser Thomas Vollmoeller die Position des Vorstandsvorsitzenden, der zufällig heute seine letzte Hauptversammlung absolviert.

Seit Oktober 2012 hat der Aktienkurs der New Work SE, damals noch XING AG, um mehr als 600% zugelegt. Damit hat sich unsere Aktie signifikant besser entwickelt als der SDax, der um 123% stieg und der TecDax der um 290% stieg...

Ich würde sagen: Das ist eine tolle Performance!

In diesem Sinne – ganz zum Schluss - ein paar persönliche Worte...

... an Stefan Winners, unseren Aufsichtsratsvorsitzenden:

Vielen Dank für Deine Unterstützung! Den Worten von Thomas kann ich mich nur anschließen.

... und an Dich, lieber Thomas, und ich spreche hier im Namen aller Kollegen:

Vielen herzlichen Dank für die letzten 8 gemeinsamen Jahre!

... für den Erfolg!

... für den Spaß, den wir hatten!

... für unsere Freundschaft!

... und dafür, dass Du – gemeinsam mit Stefan und dem Aufsichtsrat – mit Petra von Strombeck eine tolle neue Vorstandsvorsitzende gefunden hast.

Wir wünschen Dir von ganzem Herzen alles, alles Gute für die Zukunft!

Meine Damen und Herren,

das war's von mir... Herzlichen Dank!