

Rede der Vorstandsvorsitzenden (CEO) Petra von Strombeck

zur ordentlichen Hauptversammlung der New Work SE

am Mittwoch, den 1. Juni 2022

Es gilt das gesprochene Wort.

Meine sehr verehrten Damen und Herren, liebe Aktionärinnen und Aktionäre: Ich begrüße Sie sehr herzlich zur heutigen Hauptversammlung der NEW WORK SE!

Ich freue mich sehr, Ihnen heute von einem guten Geschäftsjahr 2021 berichten zu können. Es war kein ganz einfaches Jahr. Aber mit klarem Fokus, jeder Menge Kreativität und unermüdlichem Engagement haben wir das Jahr zu einem *erfolgreichen gemacht*.

Wenn ich „wir“ sage, meine ich insbesondere unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, denen wir schlussendlich zu verdanken haben, was ich Ihnen heute vorstellen darf. Deshalb erlauben Sie mir bitte, mit dem Dank an unsere Mannschaft zu starten. Ihr seid ein tolles Team! Und nur durch Eure enorme Leistungsbereitschaft und Leidenschaft können wir heute berichten, dass wir wieder auf unseren Wachstumspfad zurückgekehrt sind, den wir auch künftig weiter konsequent gehen werden. „Danke!“, Ihr Lieben!

Um 2021 einmal in einem Satz zusammenzufassen: Wir haben unsere unterjährig nach oben angepassten Ziele erreicht – teilweise sogar übererfüllt. Und zudem die Zeit genutzt, uns strategisch neu auszurichten.

Aber der Reihe nach:

Natürlich stand 2021 nach wie unter dem Einfluss der Corona-Pandemie. ABER – es ist uns gelungen, das Blatt zu wenden und wir konnten so vom anziehenden Arbeitsmarkt profitieren.

Konkret stiegen

- unsere Pro-Forma-Umsatzerlöse auf 291 Mio. € und lagen damit 5 Prozent über Vorjahr.
- Das Pro-Forma-EBITDA lag mit 97 Mio. € um 7 Prozent über dem Vorjahreswert.
- Unser Pro-Forma-Konzernergebnis stieg um 10 Prozent auf knapp 40 Mio. €.

Ingo, unser CFO, wird Sie gleich noch en detail durch die Zahlen des vergangenen Jahres führen.

Schauen wir uns ferner ein paar nicht-finanzielle KPIs an – denn die sind wichtige Wachstumsindikatoren in unserem Geschäft. Auch hier sind die Zahlen erfreulich, denn:

Die Anzahl der Mitglieder von XING, dem führenden beruflichen Netzwerk im deutschsprachigen Raum, legte deutlich zu. So konnte XING rund 1,4 Millionen neue Mitglieder willkommen heißen, sodass die Plattform per Ende 2021 insgesamt 20,3 Millionen Mitglieder verzeichnete. XING ist damit weiterhin die Nummer 1 im DACH-Raum.

Eine sehr schöne Entwicklung legte auch kununu hin, unsere zweitgrößte Marke, die sich zu einer echten Perle in unserem Portfolio entwickelt hat. So steigerte kununu die Anzahl der Workplace Insights, das sind Arbeitgeber-Reviews, Kultur- sowie Gehaltsdaten, um 35% oder 1,6 Millionen auf insgesamt 6,2 Millionen. Damit bietet kununu seinen Nutzern das mit Abstand größte Angebot dieser Art und unterstreicht seine Position als klarer Marktführer im Bereich der Arbeitgeberbewertungsplattformen in der DACH-Region.

kununu schafft echte Transparenz im Arbeitsmarkt – wer sich über einen Arbeitgeber informieren und wissen will, ob er zu einem passt, kommt an kununu nicht vorbei.

Nach dieser ganz kurzen Zahlenübersicht -
lassen Sie uns einen Blick werfen auf das Marktumfeld, in dem wir unterwegs sind. Was sind die Trends und welche strategischen Antworten geben wir darauf?

Der Fachkräftemangel ist in aller Munde. Das ist nichts Neues, werden Sie sagen, das ist bereits seit einiger Zeit der Fall. Allerdings sehen wir eine deutliche Verschärfung der Lage. Wir erleben eine Zeit nicht der Arbeitslosigkeit, sondern der Arbeiterlosigkeit. Firmen suchen händeringend nach Fachkräften. Neue Talente sind Mangelware – und zugleich so entscheidend für Wettbewerbsfähigkeit und Innovationskraft – kurz: für den Erfolg der Unternehmen. Allein die DAX-40 Unternehmen in Deutschland beklagen aktuell 25.000 unbesetzte Stellen.

Was wir heute sehen, ist nur die Spitze des auf uns zuschwimmenden Eisbergs. Bis 2030 erwartet die Bundesanstalt für Arbeit einen Rückgang der Erwerbstätigen um rund 5 Millionen von 41 auf 36 Millionen sowie eine Zunahme der offenen Stellen um rund 3,5 Millionen auf dann in Summe knapp 5 Millionen offene Stellen.

Und – diese Prognosen basieren auf Demografie! Soll heißen, es sind nicht einfach irgendwelche beliebigen Prognosen – das Wort darf nicht falsch verstanden werden -, sondern es ist äußerst wahrscheinlich, dass sie ziemlich genau so zutreffen. Schließlich sind die Menschen, die in den Arbeitsmarkt ein- und austreten, heute schon geboren.

Diese demografischen Entwicklungen werden durch weitere Trends noch verschärft. In den USA spricht man bereits von der „Great Resignation“, also einer großen Kündigungswelle, die nach Corona zu beobachten ist. Auch hierzulande ist die Wechselbereitschaft immer größer und liegt jetzt über den USA – zum ersten Mal seit dem zweiten Weltkrieg.

Im sicherheitsbewussten Deutschland kündigen heute sogar immer mehr Menschen, ohne einen neuen Job zu haben – vor einigen Jahren undenkbar. Das Gefühl der Zugehörigkeit nimmt ab, die Bereitschaft zu gehen, wenn es einem nicht mehr passt, wächst stetig. Die für mich bemerkenswerteste Zahl haben wir Anfang dieses Jahres mit Forsa erhoben. Achtung: Knapp 50% der unter 40-Jährigen steht in den Startlöchern, in den nächsten 12 Monaten den Arbeitgeber zu wechseln.

Zudem ist heute „Remote Work“ der neue Standard. Firmen können überall Menschen einstellen, die dann von zuhause arbeiten. So sehen wir, dass zunehmend Unternehmen in anderen Städten „wildern“, bei der Suche nach Fachkräften, die – wie in der Vergangenheit – zwar nicht willens sind, den Wohnort zu wechseln. Aber – und das ist anders als in der Vergangenheit – sie müssen das auch nicht mehr tun.

Das, sagen wir: Münchner Unternehmen ist völlig zufrieden damit, jemand zu beschäftigen, der in Hamburg wohnt, wenn er denn zwei, drei Mal im Monat einen Tag in München verbringt.

Mit anderen Worten: Während das demografische Problem bereits eine Riesenherausforderung für die Unternehmen darstellt, wird es durch starke Wechselrends in Folge der Pandemie nochmals deutlich verschärft.

Auch wir haben natürlich unsere Herausforderungen im Recruiting aufgrund dieser Situation. ABER: Demografie und Wechselbereitschaft arbeiten für uns und geben unserem Recruiting-Geschäft enormen Rückenwind – und wir sind hervorragend positioniert, um davon zu profitieren. Dafür haben wir im vergangenen Jahr die Weichen gestellt.

Die heute spürbare Eintrübung der Wirtschaft in Folge von Corona und des Ukraine-Konflikts hat bislang keinen Dämpfer auf dem Arbeitsmarkt nach sich gezogen, ganz im Gegenteil.

Der Indikator für Arbeitskräftenachfrage der Bundesagentur für Arbeit - kurz: BA-X – erreichte im April einen neuen Höchststand und trotzte den politischen und wirtschaftlichen Unwägbarkeiten in Deutschland.

Ich möchte gern mit Ihnen teilen, wie wir auf den Recruiting-Markt schauen. Wir bewegen uns in drei Teilsegmenten entlang der Recruiting -Wertschöpfungskette:

- „Attract“ – gemeint sind, kurz gesagt, Aufwendungen mit dem Ziel, dass Talente auf das eigene Unternehmen aufmerksam werden. Dieser Teilmarkt beinhaltet auch Employer Branding;
- „Source“ – die Identifikation und Ansprache des einzelnen Talents; entweder in Form von Stellenanzeigen „passiv“: Damit meinen wir, dass der Impuls vom Talent selbst ausgeht; sowie „aktiv“, wenn das Unternehmen aktiv auf den Kandidaten zugeht;
- „Select“ – die Auswahl sowie die Abwicklung des Recruitingprozesses.

Alle drei Segmente wachsen stark. In Summe formen sie Stand heute einen etwa 5 Mrd. EUR großen Markt.

Wir sehen allein in Deutschland ein Marktpotential von 140.000 Firmen, für die unsere Produkte relevant sind – aktuell bedienen wir 20.000. Sie sehen: Wir haben noch viel vor.

Bereits seit Jahren ist unser B2B-Geschäft auch wesentlicher Wachstumstreiber unseres Unternehmens, Tendenz steigend.

Wenn Sie hier die Entwicklung der einzelnen Segmente betrachten, sehen Sie, dass unser B2B E-Recruiting-Geschäft zwischen 2016 und 2021 um durchschnittlich 25% jährlich gewachsen ist. Ein echter Wachstumsmotor. Der etwas langsamer lief in der Corona-Zeit, da Unternehmen beim Abschluss von Neuverträgen zurückhaltend waren.

Doch wenn man die quartalsweise Entwicklung der Wachstumsraten betrachtet, sieht man, dass der „Corona-Dip“ vorbei ist. Die eben geschilderte Dynamik am Arbeitsmarkt beflügelt unser Geschäft. Der B2B E-Recruiting-Bereich hat im vierten Quartal bereits mehr als 60 Prozent des Umsatzes unserer Gruppe ausgemacht.

Was heißt das für die künftige Ausrichtung und Strategie der NEW WORK SE?

Nun, wir haben im vergangenen Jahr ein klares Ziel formuliert: Wir wollen der Nr.1 Recruiting Partner im deutschsprachigen Raum werden, indem wir die Talente gewinnen, die die Unternehmen so dringend suchen.

Wir bieten Unternehmen den Zugang zu den Talenten – und können helfen, diejenigen zu finden, die wirklich zum Unternehmen und seiner Kultur passen.

Umgekehrt geben wir den Talenten Jobs und Orientierung in einer immer komplexer werdenden Arbeitswelt.

Talente suchen heute nach der perfekten Arbeitsumgebung, in der sie sein können, wer sie sind und sich nicht verbiegen müssen.

Insofern begreifen wir uns als „Matchmaker“, der dann zufrieden ist, wenn der Einzelne nicht nur einfach den nächsten Job findet, sondern den, der zum Leben passt – und die Unternehmen die Talente, die sie erfolgreich machen.

Wir verfügen über alle nötigen Produkte und starken Marken, um genau das zu schaffen. Und wir sind das einzige Unternehmen, dass diese Stärken im DACH-Markt vereint.

In der Konsequenz wird unsere größte Produktmarke XING sich noch stärker als bisher auf das Thema Jobs & Karriere fokussieren. Wir wollen die hiesige Nr. 1 für Jobs werden. XING soll der wichtigste Ort für die Jobsuche sowie für berufliche Orientierung sein. Und die Ausgangsposition ist exzellent:

- Wir bieten mit XING bereits heute den größten Talentpool im DACH-Raum.
- Für rund ein Drittel der XING-Mitglieder hat unser Angebot bereits eine zentrale Rolle beim letzten Jobwechsel gespielt.
- Wir sind gegenüber den Konkurrenzangeboten führend, wenn es darum geht, offene Stellen zu besetzen.
- Außerdem sind heute 1,3 Mio. Jobs auf XING zu finden; mehr als 20.000 Recruiter auf der Suche nach Talenten; und mehr als 250.000 Arbeitgeber haben eine Präsenz auf XING.

Wir werden die führende Position von kununu weiter ausbauen, mit dem Ziel, stets die Nummer 1 zu sein, wenn es um sogenannte „Workplace Insights“ geht – also Informationen, die essentiell sind, bei der Suche nach und bei der Information über einen neuen Job.

Bereits heute:

- ist kununu das führende Arbeitgeber-Bewertungsportal, das jeder zweite Jobsuchende nutzt;
- bietet kununu die meisten Nutzer-Bewertungen von Arbeitgebern im DACH-Raum;
- stehen den Nutzern mehr als 2 Millionen einzigartige Informationen zur Verfügung – darunter die Themen Gehalt und Unternehmenskultur, beide entscheidende Kriterien bei der Suche nach neuen Jobs;
- bietet kununu eine einzigartige Umgebung für Unternehmen und ihr Employer Branding, das geprägt ist durch Authentizität und die Vielfalt von Meinungen und Perspektiven.

Das E-Recruiting-Geschäft ist unser Wachstumstreiber. Unser Ziel ist wie gesagt der Nr. 1 Recruiting Partner im DACH-Raum zu werden. Wir bieten Unternehmen bereits heute eine Vielzahl von Produkten - von Employer Branding bis zu Prescreen für die Durchführung und Abwicklung der Recruiting Prozesse.

Zukünftig werden wir diese Produkte in einer Produkt-Suite kombinieren und damit noch einfacher und bequemer nutzbar machen. Eine nahtlose und integrierte Produktlösung für alle Bereiche mit dem Ziel des besten Kundenerlebnisses und der besten Recruiting-Performance.

Zusammenfassend bleibt mir zu sagen:

- Das Geschäftsjahr 2021 war ein erfolgreiches.
- Unser Geschäft basiert auf Megatrends, die uns in die Karten spielen.
- Wir haben die Gruppe strategisch so ausgerichtet, dass wir diese Trends bestmöglich monetarisieren können.

- Wir haben die Ambition, der Recruiting Partner Nr. 1 in DACH zu werden.
- Wir sehen uns hervorragend positioniert für die Zukunft und sind zuversichtlich, unsere ambitionierten Wachstumsziele zu erreichen.

Im vergangenen Jahr ist uns das bereits gelungen.

Bleibt mir, mich zu bedanken.

- Den Kolleginnen und Kollegen habe ich bereits ausdrücklich gedankt.
- Aber noch nicht: unserem Aufsichtsrat. Danke für Eure fordernde aber immer konstruktive Begleitung der NEW WORK SE!
- Bei meinen Vorstandskollegen. Macht Spaß mit Euch, Jungs! Und auch von meiner Seite nochmal – herzlich willkommen Peter. Schön, dass Du an Bord bist!
- Last but not least – möchte ich mich bei Ihnen bedanken, sehr verehrte Aktionärinnen und Aktionäre. Danke, dass Sie uns Ihr Vertrauen geschenkt haben.

Damit sich das auch jenseits meiner Worte für Sie auszahlt, freue ich mich sehr, dass Vorstand und Aufsichtsrat auf Basis der guten Geschäftsentwicklung beschlossen haben, der Hauptversammlung die Zahlung einer erhöhten Dividende von 2,80 €/Aktie sowie eine Sonderdividende in Höhe von 3,56 €/Aktie vorzuschlagen.

In diesem Sinne: Danke für Ihre Aufmerksamkeit, bleiben Sie uns gewogen!