

Meine sehr verehrten Damen und Herren,  
liebe Aktionärinnen und Aktionäre,

ich heiße Sie sehr herzlich willkommen zu unserer Hauptversammlung. Es ist für mich nicht einfach irgendeine HV, sondern eine ganz besondere. Denn nach drei Jahren in Distanz und Diskussion über Videokonferenzen haben wir heute erstmalig wieder die Chance, uns zu treffen, in die Augen zu sehen und miteinander ins Gespräch zu kommen. Und darüber freue ich mich sehr, meine sehr verehrten Gäste. Und natürlich auch darüber, dass ich Sie dieses Jahr in unsere Räumlichkeiten einladen kann.

Ich lade Sie darüber hinaus ein, mit mir noch einmal das vergangene Jahr Revue passieren zu lassen. Es ist seitdem einiges passiert, die Märkte haben sich gedreht und auch wir haben mit den Auswirkungen dessen zu kämpfen. Doch erlauben Sie mir, dazu erst später Rede und Antwort zu stehen, denn zunächst möchte ich dem Sujet unserer Hauptversammlung gebührende Aufmerksamkeit widmen – dem Geschäftsjahr 2022 der NEW WORK SE.

Das vergangene Jahr war geprägt von einer spürbaren Erholung des Arbeitsmarktes und der Konjunktur. Nach den pandemiebedingt schwierigen Vorjahren war ein allseitiges Aufatmen zu spüren, die Einschränkungen des Alltags entfielen nach und nach. Gleichzeitig gab es schlimme Nachrichten, aus der Ukraine, politische Entwicklungen, die unmittelbare Auswirkungen nicht nur auf die Sicherheitslage in Europa, sondern auch auf die deutsche Energieversorgung hatten und noch immer haben. Aber: Das hat im letzten Jahr die Nachfrage nach Arbeits- und Fachkräften in unseren deutschsprachigen Märkten nicht geschmälert.

Das zeigte sich dann auch in unseren Zahlen.

Wir konnten im Geschäftsjahr 2022 unseren Umsatz gegenüber dem Vorjahr um zehn Prozent auf gut 313 Mio. EUR steigern. Und auch unser Gewinn legte zweistellig zu.

Das für rund zwei Drittel des Gesamtumsatzes verantwortliche und damit größte Segment B2B E-Recruiting bzw. HR-Solutions legte umsatzseitig um erfreuliche 22 Prozent zu, auf gut 207 Mio. EUR. Der Umsatz im B2C-Segment verringerte sich auf gut 89 Mio. EUR. Dieser Rückgang war erwartet und lag im Plan. Hintergrund ist unsere neue strategische Ausrichtung, zu der ich gleich noch ein paar einordnende Worte an Sie richten werde. Das Segment Marketing Solutions lag auf Vorjahresniveau und erlöste gut 16 Mio. EUR. Mehr dazu später im Part meines Kollegen Ingo Chu.

Das Geschäftsjahr 2022 war aus Sicht des Vorstands ein gutes Jahr für die NEW WORK SE. Denn wir haben sämtliche Ziele inklusive der unterjährig nach oben angepassten Umsatzprognose erreicht, sind wieder zweistellig gewachsen und haben wichtige Weichen für die Zukunft gestellt.

Womit wir beim Thema „strategische Neuausrichtung“ sind.

Als ich den Vorsitz des Vorstands der NEW WORK SE übernahm, war das Netzwerk XING alleiniger Dreh- und Angelpunkt der Aktivitäten unserer Gesellschaft. Alle anderen Units, so z.B. auch unser B2B-Geschäft, hatten einzig und allein die Aufgabe, das Netzwerk zu monetarisieren, war ihm aber strategisch untergeordnet. Diese Perspektive ist aber nicht mehr zeitgemäß. Zum einen ist das B2B-Geschäft das mit Abstand größte und wachstumsstärkste in unserem Portfolio – eine zweite Geige klingt anders. Zweitens ist das Kernthema der XING- und kununu-Nutzer das Thema „Jobs“. Wie finde ich den Job, die Tätigkeit, die zu meinem Leben passen? Drittens ist der Zukunftstrend eindeutig: Die demographische Entwicklung führt langfristig zu einem sich immer weiter verschärfenden Fachkräftemangel.

Aktuell sind in Deutschland so viele Menschen in Arbeit wie noch nie. Das heißt also, dass wir erst am Anfang dessen stehen, was wir den

demografischen Wandel nennen. Bis 2030 werden wir lt. einer Analyse des Instituts für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung 5 Millionen Menschen weniger auf dem Arbeitsmarkt haben als heute. Und auch danach sieht es nicht viel besser aus: Statistisch gesehen verlieren wir in Deutschland bis 2035 pro Arbeitstag 1.000 Beschäftigte.

Diese langfristige Entwicklung ist auch Grundlage unsere Strategie.

Wir bei der NEW WORK SE haben eine Ambition – eine sogenannte Winning Aspiration: „Wir wollen der Recruiting-Partner Nr. 1 in DACH durch die Gewinnung von Talenten werden.“ Recruiting - also die Personalbeschaffung - ist der Kern unseres Geschäfts. Wir helfen Unternehmen, die Talente zu finden, die sie benötigen *und die zu ihnen passen*. Denn einen Lebenslauf mit einer offenen Stelle zu verbinden, ist vergleichsweise banal. Allerdings zeigt sich, dass das in vielen Fällen nicht zum erhofften Erfolg führt. Wenn Persönlichkeit und Erwartungen des Kandidaten/der Kandidatin nicht zur Unternehmenskultur passen, habe ich den vorausgegangenen, aufwändigen Recruitingprozess umsonst absolviert.

Unser Anspruch ist es darum, die *passenden* Talente zu finden. Und das können wir. Denn wir verfügen mit XING über den größten Talentpool in DACH. Über jahrelanges Wissen über die Expertise der Talente sowie darüber, was ihre Persönlichkeit ausmacht. Wir bieten im deutschsprachigen Raum 1,4 Millionen Jobs an – so viele wie sonst niemand. Aber es geht nicht nur um Masse, sondern auch um Klasse. Denn irgendeinen Job findet man an vielen Stellen, den richtigen bei XING. Welche Unternehmenskultur passt zu mir, wie möchte ich arbeiten – Antworten darauf gibt es bei uns. Auch dank der Kulturdaten von XINGs Schwestermarke kununu.

Um dem Anspruch unserer Ambition auch extern Auftrieb zu verleihen, haben wir im September 2022 die neue B2B-Marke onlyfy by XING ins Leben gerufen und auf der führenden Fachmesse

„Zukunft Personal“ offiziell gelauncht. Ich möchte Ihnen dazu gern ein paar Eindrücke vermitteln.

In einem Arbeitsmarkt, der sich durch Entwicklungen wie Digitalisierung, demografischen Wandel sowie nicht zuletzt die Pandemie in einem an Dynamik zunehmenden Umbruch befindet, wird das Finden passender Talente für Unternehmen zu einem entscheidenden Wettbewerbsfaktor. Daher haben wir mit onlyfy die neue Marke vorgestellt. Der Namen leite sich daraus ab, dass es darum geht, genau die richtige Person zu finden – englisch “finding the one and only“ und wir mit unseren digitalen Lösungen diesen Prozess vereinfachen „we simplify that“.

onlyfy by XING bietet mit dem Produkt onlyfy one Unternehmen eine neue Produktplattform, die schnell und effizient bei der Gewinnung von Fachkräften hilft. Personalverantwortliche bekommen dabei eine KI-basierte Unterstützung bei der Erstellung von Stellenausschreibungen, erhalten sofort eine automatisch generierte Liste von Talenten, die Mitglieder auf XING sind und auf die offene Position und ins betreffende Unternehmen passen. Außerdem werden die Verbreitung und Bewerbung einer Stellenausschreibung über verschiedene Kanäle und soziale Medien automatisiert. Unter dieser neuen B2B-Marke sind also alle Dienstleistungen und Services für Recruiter gebündelt.

Bis Ende 2024 werden wir unser komplettes Portfolio und alle Kunden auf onlyfy one bringen.

Meine sehr verehrten Damen und Herren,  
Kommen wir nun zu XING. Auch hier haben wir eine sehr klare Vision.

Wir konzentrieren XING auf den Kern dessen, worum es den Nutzern immer ging: Das Thema Jobs. XING mit aktuell 21,7 Mitgliedern das größte Netzwerk im deutschsprachigen Raum wird vom allgemeinen sozialen Netzwerk, das vielfach als Bühne fungiert, auf dem der

Lauteste die größtmögliche Aufmerksamkeit auf sich zieht, zu einem Job Netzwerk. Hier – und nur hier! – bekomme ich

- Zugriff auf so ziemlich alle ausgeschriebenen Stellen im deutschsprachigen Raum; derzeit sind es rund 1,4 Mio.
- Zugriff auf den nicht-öffentlichen Stellenmarkt, da nämlich mehr als 20.000 Recruiter aktiv auf Kandidatensuche sind
- Millionen von Kulturanalysen, die uns helfen, das individuell passende Unternehmen mit der richtigen Kultur vorzuschlagen
- Millionen von Gehaltsangaben
- Und nur bei XING werde ich gefunden, wenn sich eine passende Chance ergibt – selbst, wenn ich gar nicht aktiv suche.

Um die Neupositionierung, die wir im vergangenen Jahr definiert und begonnen haben, weiter voranzutreiben, haben wir Anfang des Jahres mit Thomas Kindler einen erfahrenen Branchenexperten zum General Manager ernannt. Er war zuvor unter anderem bei experteer wie bei Stepstone in leitender Funktion tätig und hat außerdem auch schon unser B2B-Geschäft vorangebracht.

Er hat bereits im Januar den XING-Stellenmarkt geöffnet – er steht nicht länger nur XING-Mitgliedern zur Verfügung, sondern jedermann.

Wir haben, ebenfalls im Januar, eine der größten Marketing-Kampagnen unserer Geschichte gestartet. Ich würde Ihnen den Spot gern zeigen.

Sie sehen: XING wird positioniert als der Ort, an dem ich das finde, was individuell zu mir passt und wo ich keine Chance mehr verpasse.

Die Repositionierung von XING 20 Jahre nach der Gründung sowie die Neuausrichtung des Geschäftsmodells ist ein Marathon und kein Sprint, der sich naturgemäß auch in den Zahlen niederschlägt. Hier liegt der Grund für den von mir als „erwartet“ bezeichneten

Rückgang der B2C-Umsätze. Die Premiummitgliedschaft spielt in der neuen Ausrichtung natürlich eine deutlich geringere Rolle als in der Vergangenheit. Vor allem aber öffnen wir die Plattform, um den Zugang für Nutzer im Sinne unserer B2B-Monetarisierung zu vereinfachen und zu maximieren. Immerhin haben wir es in vielen Branchen mit einem Arbeitnehmermarkt zu tun, auf dem Arbeitskräfte das knappe Gut sind und bei dem es darum geht unseren Kunden den Zugang zu diesen Arbeitskräften zu erleichtern.

Sehr verehrte Aktionärinnen und Aktionäre. Die dritte Marke im Bunde, kununu, ist ebenfalls marktführend und auf Erfolgskurs unterwegs.

An der führenden Arbeitgeberbewertungsplattform kommt niemand vorbei. Rechnerisch nutzt sie jeder zweite Jobsuchende. Mittlerweile bietet kununu mehr als 8 Millionen sogenannter Workplace Insights. Dabei handelt es sich um Unternehmensbewertungen zu Aspekten wie Betriebsklima, Benefits Gehalt und Bewerbungsprozessen. Im vergangenen Jahr verzeichnete kununu einen Zuwachs von 1,8 Millionen solcher Insights. Das ist ein sehr schöner Erfolg für kununu – und bietet den Nutzern der Plattform einen hochrelevanten, weil authentischen Blick hinter die Kulissen von Unternehmen, die sie als Arbeitgeber in Erwägung ziehen. Kununu schafft damit echte Transparenz im Arbeitsmarkt. Die Plattform wächst weiter dynamisch, und sie wird nicht nur bestehende Themen wie “Gehalt” weiter stark ausbauen, sondern sich zusätzlich ganz neuen Themen widmen. Die Ideen gehen uns noch lang nicht aus, das darf ich Ihnen versichern.

Meine sehr verehrten Damen und Herren, Sie sehen, unsere strategischen Assets sind einzigartig. Die Talente der Marke XING, die Informationen von kununu und die Sales-Power von onlyfy geben uns die Möglichkeit, Menschen und Unternehmenskulturen zu verbinden, wie das sonst niemand kann – ein „Matchmaking“ zum beiderseitigen Wohl, das Unternehmen erfolgreicher und Menschen zufriedener und glücklicher im Job macht – immerhin einem der wichtigsten und

zentralsten Lebensbereiche überhaupt. Zusätzlich ist der langfristige Trend auf unserer Seite – Sie erinnern sich an mein Chart, das die Entwicklung der Arbeitskräfte prognostizierte.

Das Jahr 2022 hat gezeigt, dass unsere neue Strategie und damit unsere Neuausrichtung greift und dass wir auch dem richtigen Weg sind.

Allerdings bedeutet das – leider, muss ich hinzufügen – nicht, dass es nicht zu kurzfristigen Dellen in der Marktentwicklung führen kann. Und die spüren wir aktuell. Praktisch mit dem Jahreswechsel hat sich die Stimmung in den Unternehmen im deutschsprachigen Raum eingetrübt, wie wir in zahllosen Gesprächen hören und in der Auftragslage spüren. Sie kämpfen mit Inflation, Energiepreisen und regulatorischen Herausforderungen und müssen infolgedessen vielfach umstrukturieren und sich sogar von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern trennen. Der Fachkräftemangel bleibt ein wichtiges und auch zentrales Thema, gerät allerdings in den Hintergrund angesichts der aktuellen Herausforderungen.

Die ersten Studien, Umfragen und Messungen bestätigen unsere Erfahrung. So hat eine Umfrage der Unternehmensberatung EY gezeigt, dass fast 60 Prozent (!) der befragten deutschen Unternehmen einen starken wirtschaftlichen Abschwung erwarten – und wenn man bedenkt, dass Wirtschaft nicht zuletzt Psychologie ist, ist das eine beunruhigend hohe Zahl. Mehr als ein Drittel der Befragten plant Umstrukturierungen oder Personalabbau.

Angesichts dessen ist es sogar eine gute Nachricht, dass unser B2B-Geschäft in diesem Umfeld im ersten Quartal dieses Jahres noch um 11 Prozent wachsen konnte. Allerdings gehört zur Wahrheit, dass diese Marktlage dazu geführt hat, dass unsere Erlöse unter Plan waren. Da sich XING, wie erläutert, inmitten einer Umstrukturierung befindet und planmäßig weniger Umsatz ausweist und das Werbegeschäft ebenfalls schwächelt, sahen wir uns gezwungen, eine Anpassung unserer Guidance für das aktuelle Jahr herauszugeben.

Waren wir für dieses Jahr zuvor von einem Pro-forma-EBITDA zwischen 108 und 111 Mio. EUR ausgegangen, erwarten wir nun, den Korridor zwischen 92 und 100 Mio. EUR zu erreichen.

Ich bin überzeugt: Sobald der Markt wieder anzieht, die Nachfrage nach Fachkräften wieder anzieht und die ganze Dramatik des demographischen Wandels voll spürbar wird, werden wir wieder erfreulichere Wachstumszahlen zeigen können. Klar ist: Wir sind in der Zwischenzeit nicht untätig. Es gibt zahlreiche Initiativen – im Bereich der Künstlichen Intelligenz, bei der Identifikation neuer Zielgruppen sowie in Sachen Effizienzsteigerung – die wir derzeit durchführen, um dafür zu sorgen, dass wir vorn in der Pole Position stehen, wenn es wieder losgeht.

Für Sie, meine sehr verehrten Aktionärinnen und Aktionäre, habe ich aber zum Schluss noch eine gute Nachricht: So schlagen wir Ihnen vor, aufgrund der guten Geschäftsentwicklung des vergangenen Jahres die Zahlung einer erhöhten Dividende von 3,16 EUR je Aktie zu beschließen. Darüber hinaus schlagen wir die Zahlung einer Sonderdividende in Höhe von 3,56 EUR je Aktie vor.

Damit will ich meinen Vortrag beschließen. Bleibt mir, mich zu bedanken. Mein ausdrücklicher Dank für alles Erreichte geht an die rund 1900 wundervollen Kolleginnen und Kollegen der NEW WORK SE – über alle Marken und Standorte hinweg. Ihr habt mit eurem Einsatz, euren Ideen und viel Leidenschaft im vergangenen Geschäftsjahr dieses Ergebnis erarbeitet. Vielen, vielen Dank dafür an euch!

Des Weiteren bedanke ich mich herzlich bei unserem Aufsichtsrat unter dem Vorsitz von Dir, lieber Martin Weiss, die Ihr uns gleichzeitig fordernd wie konstruktiv begleitet. Bei meinen Vorstandskollegen – danke, Jungs. Und, meine sehr verehrten Damen und Herren, bei Ihnen. Für Ihr Vertrauen, dass Sie uns schenken, in guten wie – aktuell – in nicht ganz so guten Zeiten. Aber die, da bin

ich wie gesagt, sehr zuversichtlich, werden sich wieder zum Besseren ändern. Herzlichen Dank!