

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

am Dienstag, den 4. Juni 2024

Es gilt das gesprochene Wort.

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,
meine Damen und Herren,
liebe Gäste,

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

Wie Sie wissen, war es mir in der Vergangenheit – als grundsätzlich gutgelaunter Kölner – immer wichtig, mit Humor in meine Präsentation der Geschäftszahlen einzusteigen. Ich habe meinen Humor nicht verloren. Diejenigen, die sich auskennen, wissen natürlich: Das ist, wenn man am Rhein aufgewachsen ist, auch schlechterdings unmöglich.

In einem Jahr allerdings, in dem wir rund 400 Stellen abgebaut haben – eine Entscheidung, hinter der ich voll und ganz stehe, die aber natürlich trotzdem sehr schmerzhaft ist – ist Humor nicht das Mittel der Wahl. Insofern starte ich dieses Mal mit der gewohnten Gründlichkeit direkt und eher trocken in die Präsentation und Interpretation unserer Zahlen.

Meine Damen und Herren,

Lassen Sie uns mit einem Überblick über die Kernbotschaften beginnen:

- **Erstens:** Das vergangene Jahr 2023 verlief für uns nicht nach Plan. Sie erinnern sich, ich hatte Ihnen letztes Jahr auf der HV von dem schwierigen Start in das Jahr berichtet. Nach einem sehr erfolgreichen Jahr 2022, in dem wir unterjährig die Umsatzprognose nach oben angepasst und dann auch getroffen hatten, und einem All-time-high der unbesetzten Stellen im Dezember 2022, verschlechterte sich die Nachfrage nach Arbeitskräften ab Januar 2023 rapide. In der Konsequenz wuchs unser HR Solutions Geschäft sehr viel weniger stark als geplant. Wir haben deswegen im Mai 2023 unsere Guidance von einem proforma EBITDA von 108-111m€ auf 92-100m€ reduziert sowie unsere Kosten aktiv gemanagt und an die neue Umsatzentwicklung angepasst. Und wir haben schlussendlich diese neue Guidance erreicht.
- **Zweitens:** Unsere Angebote für Talente auf der C-Side entwickeln sich weiterhin sehr positiv. Wir haben gute Fortschritte bei der Repositionierung von XING gemacht hin zu einem „Jobs-Netzwerk“ gemacht. Alle dafür relevanten KPIs zeigen spürbare Verbesserungen. Und kununu ist und bleibt die klare Nr.1 Destination für Arbeitgebertransparenz und ist die Grundlage für mehr als 30 Prozent unsers HR Solution Segments – bei überdurchschnittlichem Wachstum und überdurchschnittlicher Profitabilität. Diese Fortschritte – sowohl bei XING als auch kununu – sind gut und wichtig, denn unsere starken Konsumenten-Marken sind die Basis für unser HR-Solutions-Geschäft.

- Drittens: Unser Umsatz lag im vergangenen Jahr bei 306m€. Die Umsatzentwicklung ist natürlich beeinträchtigt durch die bekannte und geplante Entwicklung unseres B2C-Umsatzes. Der Rückgang in diesem Segment konnte durch das geringer als geplante Wachstum im HR Solutions Segment nicht vollständig kompensiert werden.
- Viertens: Unser berichtetes EBITDA lag bei knapp 93m€. Darin enthalten sind ca. 4m€ einmalige, nicht-operative Restrukturierungskosten für kleinere Reorganisationen. Unser operatives Pro-Forma-EBITDA lag damit bei 97m€. Mit diesem Ergebnis haben wir unsere im Mai adjustierte Guidance in der oberen Hälfte der Bandbreite getroffen.
- Fünftens: Unser Geschäft ist auch in schwierigen Zeiten cash-generativ. Unser operativer Cashflow lag bei knapp 62m€.
- Sechstens: Wir schlagen Ihnen, liebe Aktionäre, heute zur Beschlussfassung vor, für das Geschäftsjahr 2023 eine Dividende von 1€ pro Aktie zu zahlen. Nachdem wir zwei Jahre hintereinander neben unserer Regeldividende Sonderdividenden von jeweils 20m€ ausgeschüttet hatten, ist das jetzt im Jahresvergleich weniger. Der Grund dafür liegt im
- ...siebten Punkt: Unserem im Januar beschlossenen und kommuniziertem Investitions- und Restrukturierungsprogramm. Wir führen unsere Anfang 2022 kommunizierte Gruppenstrategie unverändert fort. Wir wollen der führende Recruiting Partner werden, indem wir Talente gewinnen. Allerdings hat sich das Umfeld stark verändert. Sowohl die Konjunktur als auch der Arbeitsmarkt haben sich merklich eingetrübt. Trotz der daraus resultierenden schwierigen Umsatzsituation haben wir uns entschlossen,

weiter in XING und kununu zu investieren, da wir mit beiden Marken sehr gute Fortschritte im Jahr 2023 gemacht haben. Wir haben uns auch dazu entschlossen, unsere Gruppe in Summe zu restrukturieren, um unsere Kostenbasis an die neue Situation anzupassen. In der Konsequenz wird unsere Rentabilität in den Jahren 2024 und 2025 unter dem gewohnten Niveau liegen. Erst im Jahr 2026 erwarten wir, wieder auf dem gewohnten Niveau von ca. 30 Prozent EBITDA Marge zu sein. Das ist schmerzhaft. Aber wir sind überzeugt von unserer Strategie. Und wir sind zuversichtlich, dass sie sich langfristig auszahlen wird.

Das war der Überblick. Gehen wir etwas tiefer auf unsere Gewinn- und Verlustrechnung 2023 ein.

Im Geschäftsjahr 2023 betrug der Umsatz 305,6m€. Das ist signifikant weniger als geplant. Nachdem wir im 4. Quartal 2022 in unserem HR Solutions Segment im Vergleich zum Vorjahr noch 19 Prozent gewachsen sind und die Anzahl der offenen Stellen im Dezember auf einem Allzeit-Hoch lag, verschlechterte sich - wie bereits gesagt - die Situation auf dem Arbeitsmarkt ab Januar 2023 rapide. In der Konsequenz schwächte sich das Wachstum in unserem Segment HR Solutions stark ab.

Unser berichtetes EBITDA lag bei 92,9m€. Es enthält ca. 4m€ nicht-operative Restrukturierungskosten im Wesentlichen aus einer Reorganisation bei XING. Unser operatives Pro-Forma-EBITDA liegt damit bei 97m€. Damit haben wir

unsere im Mai adjustierte Guidance in der oberen Hälfte der Bandbreite getroffen.

Die berichtete EBITDA-Marge lag bei 30 Prozent. Die proforma EBITDA Marge lag bei 32 Prozent.

Natürlich sind wir mit unserer Umsatzentwicklung im vergangenen Jahr nicht zufrieden. Aber wir haben es geschafft, durch aktives und konsequentes Kostenmanagement unsere Marge trotz der signifikanten Umsatzabweichung zu halten.

Die Abschreibungen beliefen sich auf 44,1m€. Im Vergleich zu den Zahlen des letzten Jahres sind die Abschreibungen höher. Das liegt im Wesentlichen an Abschreibungen auf Mietereinbauten in Zusammenhang mit dem geplanten Auszug aus diesem, unserem Hamburger Firmengebäude. Wie Sie wissen, hatten wir den Mietvertrag im Jahr 2019 vor Covid abgeschlossen. Mit dem starken Anstieg von Home-Office nach Covid haben wir deswegen mehr Flächen als nötig. Wir haben intensiv nach einem neuen Nutzer gesucht und sind sehr froh, einen solchen gefunden zu haben. Ende 2025 werden wir in unser neues Gebäude, mit deutlich reduzierten Flächen ziehen.

Dadurch werden wir auf die Restlaufzeit des alten Mietvertrages netto mehr als 20m€ sparen.

Unser berichtetes Finanzergebnis betrug 2,2m€. Es liegt damit signifikant über dem Vorjahr. Hintergrund sind zum einen Buchgewinne aus der Anlage unserer Liquiditätsreserven und positive Zinserträge nach der Zinswende.

Eliminiert man diese positiven Buchgewinne, so beträgt das Pro-Forma-Finanzergebnis 0,9m€. Es liegt damit über Vorjahresniveau.

In Summe ergibt sich damit ein berichtetes Nettoergebnis nach Steuern von 36,9m€. Eliminiert man die nicht-operativen Effekte so liegt unser Pro-Forma-Nettoergebnis bei 38,8m€.

Auf dem nächsten Chart sehen Sie unsere Umsatzentwicklung nach Segmenten.

Starten wir mit HR Solutions. Wie Sie wissen, ist dieser Erlösstrom das Herzstück unserer Strategie.

Im Segment „HR Solutions & Talent Access“ haben wir die Umsätze im Geschäftsjahr 2023 um 5 Prozent auf 218,8m€ gesteigert. Das ist – wie gesagt – spürbar weniger als wir geplant hatten. Angesichts des stark verschlechterten Umfelds und auch im Vergleich zu anderen Marktteilnehmern im HR-Bereich ist das aber ein gutes Ergebnis. Insbesondere unser transaktionales Stellenanzeigengeschäft hat unter der verschlechterten Marktlage gelitten. Unser auf kununu basierendes Employer-Branding-Geschäft hingegen konnte trotz des schlechten Marktumfeldes 2-stellig wachsen. Es macht jetzt mehr als 30 Prozent unseres HR Solution Segments aus, wächst überdurchschnittlich und ist überdurchschnittlich profitabel.

Mit Blick auf 2024 sind wir bzgl. des HR Solution Segments vorsichtig und planen einen leichten Rückgang gegenüber 2023. Hier spielt allerdings auch die Entscheidung eine große Rolle, das Honeypot-Geschäft einzustellen.

In unserem B2C-Segment ging der Umsatz planmäßig um 17 Prozent auf 73,4m€ zurück. Der Grund hierfür sind die XING Bezahlmitgliedschaften. Während das Geschäft unserer Tochtergesellschaft Internations nach Covid wieder zu leichtem Wachstum zurückgekehrt ist, gehen die Umsätze der XING Bezahlmitgliedschaften weiter zurück. Sie wissen, dass der Hauptgrund dafür unsere Strategie ist. Als Grundlage für das mittel- bis langfristige Wachstum im HR Solutions-Geschäft müssen wir über unsere Marken XING und Kununu den Zugang zu Talenten maximieren. Diese Maximierung des Talentzugangs steht strategisch über der direkten Monetarisierung der Talente auf der C-Seite. Natürlich schmerzt das finanziell kurzfristig, und wir nehmen das nicht leichtfertig in Kauf. Strategisch ist es aber richtig. Für 2024 rechnen wir mit einem absoluten Rückgang in ähnlicher Höhe wie im Jahr 2023 und haben das in unsere Pläne inkludiert.

Zu guter Letzt unser Segment „B2B Marketing Solutions“. Die Umsätze beliefen sich im vergangenen Jahr auf 13,6m€.

Kommen wir zu unserer Kostenentwicklung.

Der Personalaufwand belief sich im Jahr 2023 auf 152,6m€ vor Kapitalisierung. Damit liegen wir 5 Prozent über dem Vorjahr. Eliminiert man nicht-operative Restrukturierungskosten sind die Personalkosten vor Kapitalisierung nur 3 Prozent gestiegen. Und auch dieser Anstieg resultiert aus dem Personalaufbau im Jahr 2022. Wir hatten im Jahr 2022 unterjährig ca. 200 FTE aufgebaut und damit den Aufsatzzpunkt für das Jahr 2023 signifikant erhöht. Angesichts der veränderten Markt- und Umsatzsituation Anfang 2023 haben wir hier sehr konsequent gegengesteuert. Die XING Unit hat sich restrukturiert. Wir haben in der ganzen Gruppe unseren ursprünglich geplanten Stellenaufbau gestoppt und auch Nachbesetzungen aufgrund von natürlicher Fluktuation auf ein Minimum reduziert. Im Ergebnis war unsere Personalbasis am Ende des Jahres 2023 spürbar geringer als am Anfang des Jahres. Das hat uns geholfen, die Planabweichungen beim Umsatz margenseitig aufzufangen.

Für Marketing haben wir im Geschäftsjahr 2023 43m€ ausgegeben und liegen damit 11 Prozent über dem Vorjahreswert. Im Brand-Marketing haben wir hier vor allem in die Repositionierung von XING und den Ausbau von kununu investiert. Performance Marketing haben wir insbesondere in unserem Stellenanzeigengeschäft ausgegeben. Auch hier haben wir stark an der Effizienz gearbeitet und durch Produkt- wie Kanal- und Werbemittel-Optimierung spürbare Effizienzgewinne erzielt. Die dadurch erzielten

Einsparungen haben wir ebenfalls für die Stabilisierung unserer Margen genutzt.

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen vor Kapitalisierung betragen 44,9m€ mit einer Aufwandsquote von 15 Prozent. Damit liegen die sonstigen betrieblichen Aufwendungen 9 Prozent unter Vorjahr. Auch hier zeigt sich unser Kostenmanagement im Laufe des Jahre 2023.

Schauen wir auf unseren Cashflow.

Im Jahr 2023 betrug unser operativer Cashflow 61,9m€. Damit liegt er unter dem Vorjahr. Ein Grund dafür sind Net Working Capital Veränderungen aufgrund der Entwicklung der Auftragseingänge. Ein weiterer Grund ist eine einmalige, nicht-operative Steuerzahlung in Höhe von 6,8m€, die sich aus der Verlagerung von IP von Österreich nach Deutschland ergeben hat. Diese Verlagerung wird über Zeit steuer- und cash-neutral sein, da in Deutschland korrespondierende Steuerersparnisse anfallen werden.

Für Investitionen in das laufende Geschäft hatten wir Cash-outs in Höhe von 28,7m€. Das liegt ungefähr auf Vorjahresniveau. Einerseits hatten wir im Jahr 2023 anders als im Jahr 2022 keine Einmalinvestitionen im Zusammenhang mit neuen Büroräumen. Andererseits haben wir etwas mehr Softwareentwicklung kapitalisiert. In Summe gleicht sich das aus.

Wir haben einen Cash-Zufluss von 12,2m€ aus der Liquidation von Finanzanlagen. Nach IFRS-Regeln müssen wir diesen Zufluss in unsere Cash-Flow-Rechnung zeigen. Für die Interpretation ist allerdings wichtig zu

berücksichtigen, dass er allerdings nicht unseren Cash-Flow to Equity oder to Entity erhöht.

Die Cash-outs für Zinsen, Währungsdifferenzen und vor allem für Mietzahlungen, die nach IFRS-Regeln im Cash-Flow für Investitionen abgebildet werden, beliefen sich auf 9,3m€. Sie erinnern sich, dass wir in 2022 +2,8m€ zahlungswirksame Mietincentives hatten, die naturgemäß im Jahr 2023 nicht mehr angefallen sind. Der Rest des Anstiegs resultiert aus inflationsbedingten Mieterhöhungen.

Damit betrug der Free-Cash-Flow vor Auszahlungen an unsere Aktionäre 36m€. Ohne Berücksichtigung des Zuflusses aus der Liquidation von Finanzanlagen entsprechend 24m€.

Aus diesem Cash-Flow und zu einem kleinen Teil aus unseren Liquiditätsreserven haben wir im letzten Jahr Ihnen, sehr geehrte Aktionäre, dann eine Regeldividende von 17,8m€ und eine Sonderdividende von 20m€ ausgeschüttet.

In Summe sind wir mit unserer Cash-Flow-Entwicklung angesichts eines wirklich schwierigen Jahres zufrieden.

Ganz zum Schluss, noch ein schneller Blick auf die Bilanz des Geschäftsjahres 2023.

Sie sehen hier wie gewohnt die Bilanz in einer Management-Darstellung.

Die Veränderungen der Bilanzpositionen spiegeln im Wesentlichen unsere operative Entwicklung wider. Sie sehen, wir haben weiterhin 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 weiterhin negativ. Unter Return-on-capital-employed-Gesichtspunkten ist das eine sehr gute Situation!

Meine Damen und Herren,

ich will es nochmal betonen: 2023 war ein schwieriges Jahr für uns. Gleichzeitig haben wir – Petra hat es Ihnen im Detail gezeigt – viele wichtige Fortschritte gemacht; insbesondere bei der Repositionierung von XING und dem weiteren Wachstum von kununu. Deswegen haben wir uns im Januar entschieden, trotz eines weiterhin ungünstigen Umfelds und in der Konsequenz einer herausfordernden Umsatzsituation, den eingeschlagenen Weg entschlossen weiterzugehen.

Denn: Wir sind überzeugt von unserer Strategie. Wir wollen Recruiting Partner #1 werden, indem wir Talente gewinnen. Der demographische Wandel in Deutschland ist brutal und unausweichlich. Er wird das Angebot an Arbeitskräften immer stärker und sehr spürbar reduzieren. Dies wiederum wird die Nachfrage nach Recruiting- und Employer-Branding-Lösungen steigern. Und mit dem Talentzugang, den wir über XING und kununu haben,

haben wir ein sehr starkes Right-to-Play, um in diesem Markt erfolgreich zu sein.

Die erzielten Fortschritte im Jahr 2023 auf der Talentseite und der Glaube an unsere Strategie sind die Gründe, warum wir uns am 11. Januar 2024 dazu entschieden haben, trotz der schwierigen Makro- und Umsatzsituation unser Investitionsprogramm kombiniert mit unserem Restrukturierungsprogramm umzusetzen.

Teil dessen ist die Entscheidung, auf der C-Seite vor allem über eine Steigerung der Marketingausgaben in die Repositionierung von XING und das weitere Wachstum von kununu zu investieren. Darüber hinaus war Teil der Entscheidung, unsere Organisation zu restrukturieren. Um effektiver zu werden. Aber auch um effizienter zu werden und dadurch signifikant Personalkosten zu sparen.

In der Konsequenz wird unsere Rentabilität in den Jahren 2024 und 2025 niedriger sein. Unter der Voraussetzung, dass sich die Makrolage erholen wird, erwarten wir dann ab dem Jahr 2026 eine Rückkehr zu unserer normalen Rentabilität.

All dies haben wir am 11. Januar kommuniziert.

Nun - wo stehen wir diesbezüglich nach dem 1. Quartal 2024?

In Summe entwickeln wir uns in einem schwierigen Umfeld nach Plan. Und wir sind zufrieden mit den bisherigen Ergebnissen sowohl unserer Investitionen als auch der Restrukturierung.

Der Zugang zu Talenten über unsere Marken XING und Kununu wächst weiterhin. Unsere Marketinginvestitionen erzielen gute Reichweiten, so dass wir zuversichtlich sind, die Repositionierung von XING und das Wachstum von kununu erfolgreich vorantreiben zu können.

Unsere Umsätze liegen im ersten Quartal bei 68m€. Das ist niedriger als im Vorjahr. Hier spüren wir wie erwartet die schwierige Konjunktur und den schwachen Arbeitsmarkt.

Unser berichtetes EBITDA betrug im 1. Quartal -15,2m€. Es enthält -24,2m€ nicht-operative Restrukturierungskosten. Unser Pro-Forma-EBITDA beträgt 9m€. Dies entspricht einer Pro-Forma-Marge von 13 Prozent. Die niedrige Pro-Forma-Marge resultiert im Wesentlichen aus zwei Faktoren: Zum einen unserer üblichen Kostensaisonalität, zum anderen unserem Investitionsprogramm. Positiv haben sich die Kostenmaßnahmen aus dem letzten Jahr ausgewirkt. Die Einspareffekte aus der großen diesjährigen Restrukturierung sind in den Zahlen des 1. Quartals noch nicht sichtbar, da sie erst ab April wirksam sind.

Unser berichtetes Konzernergebnis beträgt -16,9m€. Das Pro-Forma-Konzernergebnis ohne nicht-operative Effekte – insbesondere der Restrukturierung – ist positiv und beträgt 1,1m€.

Und zu guter Letzt unser Cash-Flow: Im ersten Quartal hatten wir einen operativen Cash-Flow von 7,5m€ und einen Free-Cash-Flow von -0,6m€.

Noch ein paar Worte zur Restrukturierung: Auf EBITDA-Ebene haben wir in Q1 -24,2m€ an Restrukturierungskosten gezeigt. Dem steht eine Gesamtjahres-Cash-Kosteneinsparung von c. 30m€ im Jahr 2025 im Vergleich zum Jahr 2023 entgegen. Das ist ein gutes Ergebnis, mit dem wir zufrieden sind. Bei der Modellierung der GuV ist es wichtig zu berücksichtigen, dass der Accounting-Kosteneffekt geringer ist, da sich auch die Kapitalisierung reduziert.

Auf Basis unserer Fortschritte im ersten Quartal bestätigen wir unsere Guidance von einem Pro-Forma-EBITDA zwischen 55-65m€ für das Gesamtjahr 2024.

Meine Damen und Herren,

Petra sprach in ihrer Rede von einem Umbau. Dieses Bild beschreibt unsere Situation sehr gut. Und in einem schwierigen Marktumfeld ist so ein Umbau natürlich einmal mehr nicht einfach. Das sehen Sie an unseren Zahlen.

Gleichzeitig sind wir allerdings von unserer unternehmerischen Chance überzeugt. Die demographische Entwicklung ist unausweichlich. Sie wird das

Angebot an Arbeitskräften weiter verknappen. Dies wiederum wird die Nachfrage nach Recruiting- und Employer-Branding-Lösungen erhöhen. Und mit dem Talentzugang über unsere C-seitigen Marken hinweg haben wir eine starke Basis, um diese Nachfrage zu bedienen. Wir sind überzeugt davon, dass sich der aktuelle Umbau auszahlen wird.

So viel zum ersten Quartal und zum aktuellen Geschäftsjahr.

Kommen wir kurz zu den Beschlussvorschlägen. Im Wesentlichen stehen heute zum einen die Standardbeschlüsse sowie die Beschlüsse zur Dividende und zur Nachwahl des Aufsichtsrats an.

Lassen Sie mich ein paar Worte zu den wichtigsten Tagesordnungspunkten sagen.

Starten wir mit TOP 2, der Dividende.

Wie Sie wissen, haben wir in der Vergangenheit großzügig Cash an unsere Aktionäre zurückgegeben. Unser Dividendenpolitik sieht vor, dass wir unsere Dividende kontinuierlich und nachhaltig zahlen. Bis jetzt haben wir unsere Regeldividende noch niemals reduziert. In den vergangenen beiden Jahren haben für die Vorjahre neben unserer Regeldividende jeweils 20m€ an Sonderdividende gezahlt. In Summe haben wir damit seit 2011 wir ca. 230m€ an Regel- und Sonderdividenden ausgeschüttet. Das sind mehr als 40€ pro Aktien. Nur zum Vergleich: Das ist mehr als der Aktienkurs zu meinem Start – der lag damals bei 30,37€.

Nun ist es wichtig zu erinnern, dass unsere Dividendenkapazität von unserem HGB-Ergebnis bestimmt wird. Unser HGB-Ergebnis war lange Zeit strukturell niedriger als unser IFRS-Ergebnis. Unsere großzügige Ausschüttungspolitik in der Vergangenheit kombiniert mit der Ergebnisbelastung aus unserem Investitionsprogramm und den einmaligen Restrukturierungskosten führen dazu, dass wir in der aktuellen Situation, nicht mehr so viel Dividende ausschütten können. Gleichzeitig war es uns ein Anliegen, auch in der aktuellen Umbauphase weiter eine Dividende zu zahlen. Aus diesem Grund schlagen wir heute vor eine Regeldividende von 1€ je Aktie zu zahlen. Natürlich beabsichtigen wir, nach der Transformationsphase wieder zu unserer normalen Dividendenpolitik zurückzukehren.

In TOP 7 geht es um die Wahl von Tom Bureau als Aufsichtsrat. Er wird sich gleich selbst kurz vorstellen. Da können Sie sich drauf freuen!

Bleibt für mich nur noch, Martin Weiss, der sich entschlossen hat, unseren Aufsichtsrat zu verlassen, ganz herzlich für die sehr gute Zusammenarbeit zu danken.

Lieber Martin, vielen Dank von uns allen und alles Gute für die Zukunft!

So viel zu den Beschlüssen.

Meine Damen und Herren,

nun noch ein paar Worte zu unserer Aktie.

Das Chart zeigt die Entwicklung unseres Aktienkurses seit unserer letzten Hauptversammlung. Wie Sie sehen, hat sich unsere Aktie ungefähr halbiert, während der SDAX zweistellig gestiegen ist. Das ist kein schönes Bild. Und wir sind damit nicht zufrieden.

Es ist ein Fakt, dass unser Fokus auf Recruiting-Lösungen unser Geschäft zyklischer macht und sich weiter eintrübende Konjunktur- und Arbeitsmarktperspektiven kurzfristig ihre Wirkung zeigen. Es ist auch ein Fakt, dass in Transformationsphasen die Unsicherheit steigt, Risikoabschläge vorgenommen werden und viele Investoren Aktien eines Unternehmens in der Transformation meiden. Und letzteres liegt natürlich auch daran, dass am Aktienmarkt ein Investor nicht nur seine eigene Überzeugung bzgl. des Fundamentalwerts eines Unternehmens berücksichtigen muss, sondern eben auch die Perspektiven anderer Investoren. Denn der Kurs einer Aktie wird am Ende durch den inkrementellen Handel in dieser Aktie bestimmt.

Das alles lässt uns nicht kalt, überhaupt nicht. Aber wir müssen trotzdem unternehmerisch die richtigen Weichen für die Zukunft stellen und das auch dann, wenn das kurzfristige Nachteile mit sich bringt.

Die derzeit schwierige Umfeldsituation mit geringer Nachfrage nach Recruiting-Lösungen wird sich, davon sind wir überzeugt, mittelfristig auflösen und die strukturellen Herausforderungen rund um den demografischen bzw. den Arbeitskräfte-Mangel werden wieder im Vordergrund stehen. Mit unserem Umbau bringen wir uns die richtige Position, um dann die richtigen Kandidaten für eine zunehmende Anzahl offener Stellen zu identifizieren. Hier werden wir dank unserer Recruiting-Lösungen auf Basis unseres Talentzugangs über XING sowie die kununu Plattform sehr gut positioniert sein.

Wir haben eine klare Strategie, und wir alle arbeiten hart an der Umsetzung. Und damit werden wir auch gute Voraussetzungen für eine positive Entwicklung in der Zukunft schaffen.

Meine sehr verehrten Damen und Herren – das war mein Bericht.

Wir müssen konstatieren, dass auch das aktuelle Jahr bislang noch unter keinem guten Stern steht. Meiner rheinischen guten Laune tut das grundsätzlich keinen Abbruch. Ja, die Zeiten sind herausfordernd. Und manche Entscheidungen wirklich hart und alles andere als vergnügungssteuerpflichtig. Insbesondere, wenn sie das berufliche Schicksal unserer Kolleginnen und Kollegen betreffen.

Aber als Kölner weiß ich auch: Et hätt' noch immer jut jejange. Und das stimmt ganz besonders, wenn man eine gute Strategie hat und einen klaren Kurs hält. Auch wenn das Wasser auf Rhein und Elbe mal kabbelig wird.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!