

XING<sup>X</sup>

Q2

HALBJAHRESBERICHT  
1. JANUAR BIS  
30. JUNI 2016



# XING AG

## Kennzahlen

	Einheit	HJ 2016	HJ 2015	Q2 2016	Q2 2015	Q1 2016
Umsatz <sup>1)</sup>	in Mio. €	70,5	59,5	36,2	30,2	34,3
Segment B2C	in Mio. €	37,3	32,5	19,0	16,7	18,3
Segment E-Recruiting	in Mio. €	25,3	19,6	13,1	10,1	12,2
Segment Advertising & Events <sup>2)</sup>	in Mio. €	6,1	5,5	3,2	3,1	2,9
Segment kununu International	in Mio. €	0,5	0,0	0,4	0,0	0,0
EBITDA	in Mio. €	22,9	17,7	12,4	9,5	10,4
EBITDA-Marge	in %	32	30	34	31	30
Periodenergebnis	in Mio. €	11,7	8,8	6,4	4,7	5,3
Ergebnis je Aktie (verwässert)	in €	2,09	1,57	1,14	0,83	0,95
Operativer Cashflow	in Mio. €	27,8	17,9	14,9	3,9	12,9
Eigenkapital	in Mio. €	58,0	51,7	58,0	51,7	65,9
Liquide Mittel	in Mio. €	75,2	68,1	75,2	68,1	83,2
XING-Nutzer Gesamt D-A-CH	in Mio.	11,10	9,22	11,10	9,22	10,6
davon Plattform-Mitglieder (D-A-CH)	in Mio.	10,5	8,78	10,5	8,78	10,1
davon zahlende Mitglieder (D-A-CH)	in Tsd.	914	861	914	861	904
B2B-Kunden D-A-CH						
B2B E-Recruiting	in Tsd.	18,1	17,4	18,1	17,4	18,5
B2B Advertising & Events	in Tsd.	9,5	3,3	9,5	3,3	4,0
Mitarbeiter	Anzahl	913	697	913	697	852

1) Gesamtumsatz inkl. sonstiger betrieblicher Erträge.

2) Inkl. Intercompany-Umsätze.

## Inhalt

### 01. An unsere Aktionäre

- 03 Brief des Vorstands
- 06 Die XING-Aktie

### 02. Konzern-Zwischenlagebericht

- 09 Geschäftsverlauf
- 20 Risikobericht
- 21 Prognose- und Chancenbericht

### 03. Konzern-Zwischenabschluss

- 27 Konzern-Gesamtergebnisrechnung
- 28 Konzern-Bilanz
- 30 Konzern-Kapitalflussrechnung
- 32 Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung
- 33 Erläuterungen zum Konzern-Zwischenabschluss

- 41 Finanzkalender, Impressum und Kontakt

# XING ist das soziale Netzwerk für berufliche Kontakte.

Das führende soziale Netzwerk für berufliche Kontakte im deutschsprachigen Raum begleitet seine Mitglieder durch die Umwälzungsprozesse der Arbeitswelt. In einem Umfeld von Fachkräftemangel, Digitalisierung und Wertewandel unterstützt XING seine mehr als 10 Millionen Mitglieder dabei, Arbeiten und Leben möglichst harmonisch miteinander zu vereinen. So können die Mitglieder auf dem XING Stellenmarkt den Job suchen, der ihren individuellen Bedürfnissen entspricht, mit den News-Angeboten von XING auf dem Laufenden bleiben und mitdiskutieren oder sich auf dem Themenportal XING spielraum über die Veränderungen und Trends der neuen Arbeitswelt informieren. Seit Anfang 2015 gehört die größte Jobsuchmaschine im deutschsprachigen Raum, Jobbörse.com, zum Portfolio des Unternehmens. Zuvor hatte XING mit dem Kauf von kununu, der marktführenden Plattform für Arbeitgeberbewertungen im deutschsprachigen Raum, seine Position als Marktführer im Bereich Social Recruiting weiter gestärkt.

2003 gegründet, ist XING seit 2006 börsennotiert und seit September 2011 im TecDAX gelistet. Die Mitglieder tauschen sich auf XING in mehr als 80.000 Gruppen aus oder vernetzen sich persönlich auf einem der mehr als 100.000 beruflich relevanten Events pro Jahr. Plattformübergreifend hat XING mehr als 11,1 Millionen Nutzer im Kernmarkt D-A-CH, über 10,5 Millionen davon sind Mitglieder der XING-Plattform. Das Unternehmen hat über 900 Mitarbeiter an den Standorten Hamburg, München, Aschaffenburg, Barcelona, Wien und Zürich.

[www.xing.com](http://www.xing.com)

# 01. An unsere Aktionäre

03	Brief des Vorstands
06	Die XING-Aktie

# Brief des Vorstands

## Sehr geehrte Damen und Herren,

XING hat im ersten Halbjahr 2016 seinen dynamischen Wachstumskurs konsequent fortgesetzt. Das Mitgliederwachstum ist auf Rekordhöhe, im ersten Halbjahr konnten wir rund 882.000 neue Mitglieder willkommen heißen, mehr als jemals zuvor in einem ersten Halbjahr. Damit stieg die Zahl der XING-Mitglieder im deutschsprachigen Raum auf 10,5 Millionen. Über alle Plattformen hinweg verzeichnete XING per Ende Juni 11,1 Millionen Nutzer. Wir stellen unseren Mitgliedern Services zur Verfügung, durch die sie sich beruflich weiterentwickeln und im Idealfall selbst verwirklichen können. Dieses Angebot trifft den Nerv der Zeit und nimmt immer mehr Menschen für sich ein.

Zur beruflichen Weiterentwicklung gehört es, bei aktuellen Debatten auf der Höhe der Zeit zu sein. Was beschäftigt meine Branche? Welche gegensätzlichen Positionen gibt es in Bezug auf aktuelle berufliche Themen und Entwicklungen? Und wie kann ich mich in die Debatten einbringen, wenn ich dazu etwas zu sagen habe? Die Antwort ist das Content-Angebot von XING, das wir in den vergangenen Monaten drastisch ausgebaut haben. So haben wir den vielgelesenen XING-Newsletter

Dr. Thomas Vollmoeller,  
Vorstandsvorsitzender der XING AG



und das themenzentrierte Debattenformat Klartext um ein neues Produkt ergänzt: die XING Branchen-Insider. Es lässt Menschen zu Wort kommen, die etwas zu sagen haben. Zum Start waren mehr als 60 Experten dabei, darunter der Opel-CEO Karl-Thomas Neumann, die Gründerin der DLD-Konferenz, Steffi Czerny, oder auch der als „Mr. DAX“ bekannt gewordene Finanzexperte Dirk Müller.

Das kuratierte Informationsangebot der XING-Newsletter wird heute bereits für mehr als 25 Branchen erstellt und mittlerweile von rund 2,6 Millionen Lesern im Monat genutzt. Im Oktober 2015 wurde darüber hinaus unter der Führung des Herausgebers Roland Tichy (vormals Chefredakteur der Wirtschaftswoche) sowie der Chefredakteurin Jennifer Lachman das journalistische Format XING Klartext gestartet. Auf Klartext beziehen Experten und Persönlichkeiten exklusiv Position zu kontroversen Themen rund um Wirtschaft und Beruf. Das Besondere: XING-Mitglieder können sich an der Debatte beteiligen. Seit dem Start haben die Artikel auf Klartext bereits mehr als 3,5 Millionen Reaktionen erzielt.

Angebote wie diese machen die Plattform XING für immer mehr Menschen attraktiv. Das schlägt sich auch in den übrigen Kennziffern nieder. So konnten wir den Gesamtumsatz im ersten Halbjahr dieses Jahres – bereinigt um einen einmaligen Währungseffekt vom Vorjahr – um 21 Prozent auf 70,5 Mio. € steigern. Sämtliche Geschäftsbereiche haben zu diesem Wachstum beigetragen.

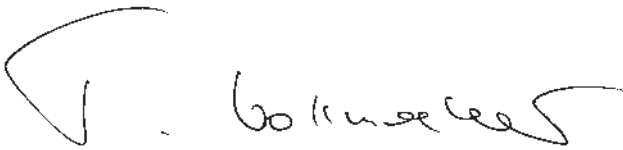
Das B2C-Geschäft hat auch im ersten Halbjahr 2016 den größten Anteil am Umsatzwachstum gehabt. Der Umsatz in diesem Segment stieg um 15 Prozent von 32,5 Mio. € auf 37,3 Mio. €. Die Summe der zahlenden Mitglieder in der D-A-CH-Region stieg im ersten Halbjahr um 33.000 auf 914.000.

Ein wesentlicher Wachstumstreiber war erneut das Segment B2B E-Recruiting, das um knapp ein Drittel auf 25,3 Mio.€ zulegen (19,6 Mio.€). Der Bereich B2B Advertising & Events wuchs gegenüber dem Vergleichszeitraum um 11 Prozent und setzte 6,1 Mio.€ um (5,5 Mio.€). Das dynamische Wachstum schlägt sich auch im EBITDA nieder: Es lag mit 22,9 Mio.€ um 29 Prozent über dem Vergleichswert des Vorjahreszeitraums (17,7 Mio.€). Der Gewinn stieg im ersten Halbjahr um ein gutes Drittel (34 Prozent) auf 11,7 Mio.€ (HJ 2015: 8,8 Mio.€).

Das zeigt: XING ist hervorragend positioniert, unsere strategischen Initiativen tragen schöne Früchte, alle Weichen stehen auf Wachstum. Bleibt mir, mich bei Ihnen für Ihr Interesse an XING zu danken. Bleiben Sie uns gewogen.

Hamburg, im August 2016

Ihr



Dr. Thomas Vollmoeller,  
Vorstandsvorsitzender der XING AG

# Die XING-Aktie

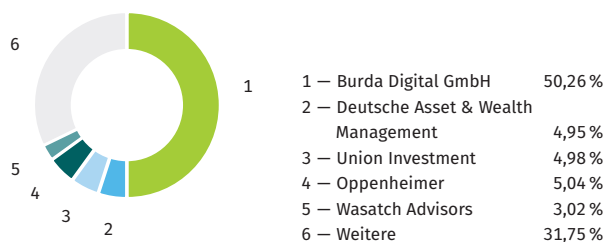
## Stammdaten zur XING-Aktie

Aktien-Anzahl per 30.06.2016	5.620.435
Grundkapital in €	5.620.435
Aktienart	Namensaktien
Börsengang	07.12.2006
ISIN	DE000XNG8888
Bloomberg	O1BC
Reuters	OBCGn.DE
Transparenzlevel	Prime Standard
Index	TecDAX
Sektor	Software

## Kennzahlen zur XING-Aktie auf einen Blick

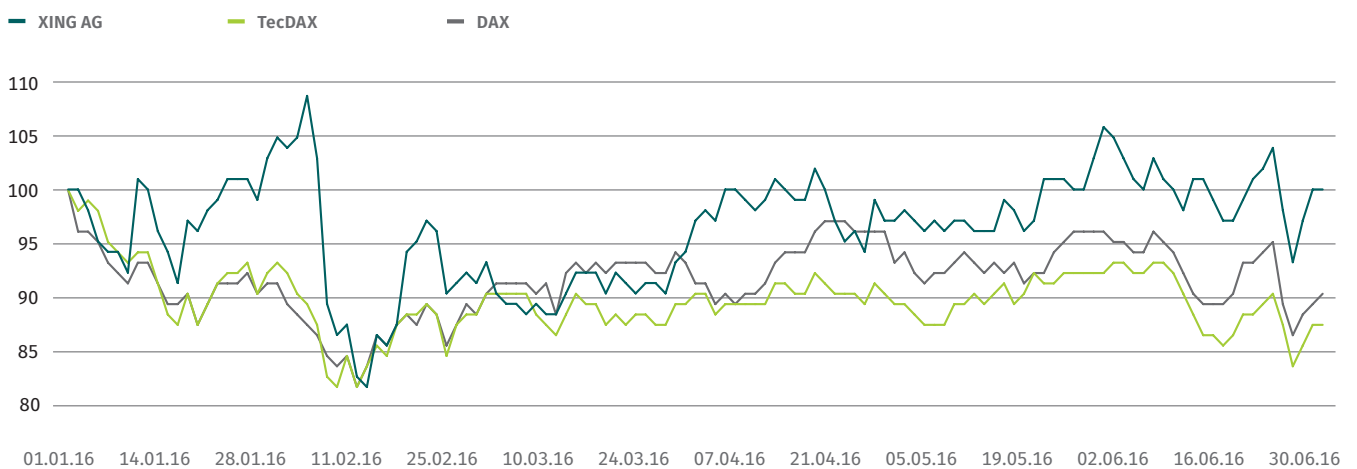
	HJ 2016	HJ 2015
XETRA-Schlusskurs am Ende der Periode	170,75 €	147,15 €
Hoch	185,40 €	173,00 €
Tief	138,40 €	92,19 €
Marktkapitalisierung am Periodenende	959,7 Mio. €	827,0 Mio. €
Durchschnittliches Handelsvolumen je Handelstag (XETRA)	10.391	17.062
Rang TecDAX		
nach Freefloat-Marktkapitalisierung	22	23
nach Handelsumsatz	25	23
Ergebnis je Aktie (verwässert) exkl. kununu-Earn-out	2,09 €	1,57 €

## Aktionärsstruktur im Juni 2016





### Aktienkursverlauf im Vergleich vom 01.01.2016 bis 30.06.2016 (indiziert)



### Analystenempfehlungen (Juni 2016)

Broker	Analyst	Empfehlung	Kursziel
Bankhaus Metzler	Nicholas Balz	Kaufen	195 €
Berenberg Bank	Sarah Simon	Halten	181 €
Commerzbank	Heike Pauls	Kaufen	200 €
Deutsche Bank	Benjamin Kohnke	Kaufen	200 €
Goldman Sachs	Carl Hazeley	Halten	180 €
Hauck & Aufhäuser	Lars Dannenberg	Halten	180 €
Jefferies	James Lockyer	Kaufen	192 €
Montega	Alexander Braun	Halten	150 €
Oddo Seydler	Marcus Silbe	Kaufen	200 €
Warburg Research	Jochen Reichert	Kaufen	184 €

# 02. Konzern- Zwischen- lagebericht

für den Zeitraum vom 1. Januar bis zum 30. Juni 2016

- 09 Geschäftsverlauf
- 20 Risikobericht
- 21 Prognose- und Chancenbericht

# Geschäftsverlauf

## GESAMTWIRTSCHAFTLICHE RAHMENBEDINGUNGEN

Die deutsche Wirtschaft ist zum Teil witterungsbedingt schwachvoll in das Jahr 2016 gestartet. Im ersten Halbjahr ist das Bruttoinlandsprodukt (BIP) laut Prognose des Ifo-Instituts real um 2,1 Prozent gewachsen (Q1: +1,3 Prozent). Nach Einschätzung der Deutschen Bundesbank weist die Wirtschaft eine recht kräftige konjunkturelle Grundtendenz auf. Basis dafür sind die günstige Arbeitsmarktlage und die steigenden Einkommen der privaten Haushalte. Zusätzliche Impulse resultieren aus Kaufkraftgewinnen und der expansiven Finanzpolitik. Österreichs Wirtschaft wächst nach vier konjunkturell schwachen Jahren erstmals wieder beschleunigt. Laut OeNB wird dies vor allem von zwei Sonderfaktoren getrieben, der Einkommensteuerreform sowie den Ausgaben für Asylbewerber und anerkannte Flüchtlinge. Nach der offiziellen OeNB-Schätzung betrug das BIP-Wachstum im ersten Quartal real 1,6 Prozent und dürfte im zweiten Quartal eine anhaltende Dynamik aufgewiesen haben. Nach dem aufwertungsbedingten Gegenwind im Vorjahr hat sich die wirtschaftliche Entwicklung in der Schweiz 2016 weiter stabilisiert. Der private Konsum wirkt konjunkturstützend. Nach Eurostat-Daten lag das schweizerische BIP-Wachstum im ersten Quartal 2016 bei real +0,7 Prozent. In den Folgemonaten kamen positive Impulse vom Bausektor und den Exporten hinzu.

## BRANCHENSPEZIFISCHE RAHMENBEDINGUNGEN

Am deutschen Arbeitsmarkt hat sich der langjährig positive Trend fortgesetzt. Laut dem Statistischen Bundesamt waren im Juni gut 43,5 Mio. Personen erwerbstätig. Gegenüber dem Vorjahresmonat wuchs die Erwerbstätigenzahl um 528.000 Personen (+1,2 Prozent). Bis Juni fiel die international vergleichbare Erwerbslosenquote von 4,7 im Vorjahresmonat auf 4,2 Prozent (ILO-Konzept). Nach Angaben der Bundesagentur für Arbeit (BA) sank die Zahl der Arbeitslosen im Juni 2016 binnen Jahresfrist um knapp 97.000 auf 2,61 Mio. Personen (BA-Arbeitslosenquote: 5,9 Prozent nach 6,2 Prozent). Anders als in den Vorjahren verzeichnet der österreichische Arbeitsmarkt 2016 eine starke Zunahme der Beschäftigung.

Allein im Mai stieg die Zahl der unselbstständig Beschäftigten um 1,6 Prozent auf knapp 3,6 Mio. Personen. Wegen des zugleich kräftig steigenden Arbeitskräfteangebots verharrte die ILO-Erwerbslosenquote bisher um 6 Prozent (Mai: 6,1 Prozent). Auf dem Arbeitsmarkt in der Schweiz wirkt die starke Frankenaufwertung aus dem Vorjahr noch nach, wobei sich die Situation zuletzt tendenziell verbessert hat. Im Juni lag die Zahl der Arbeitslosen laut SECO (Staatssekretariat für Wirtschaft) zwar um 4,4 Prozent höher als ein Jahr zuvor (Arbeitslosenquote: 3,1 Prozent nach 3,0 Prozent). Nach Angaben des schweizerischen Bundesamts für Statistik wuchs aber zugleich die Zahl der Erwerbstätigen im ersten Quartal 2016 um 1,3 Prozent.

Die Lage auf den Arbeitsmärkten in der D-A-CH-Region (Deutschland, Österreich, Schweiz) ist damit weiterhin deutlich besser als im Euroraum (ILO-Erwerbslosenquote im Mai: 10,1 Prozent) oder der EU (8,6 Prozent) insgesamt. Allerdings bestehen auch innerhalb des D-A-CH-Gebiets je nach Stadt und Region große Disparitäten, mit hoher Arbeitslosigkeit einerseits und vielerorts spürbarem Mangel an qualifizierten spezifischen Fachkräften andererseits. Insofern wird die Bereitschaft zur Mobilität von Arbeitskräften immer wichtiger. Vor allem für jüngere und online-affine Arbeitskräfte gewinnt das Internet als Informationsquelle für die Arbeitsmarktsituation und Karriereplanung immer stärker an Bedeutung.

Die Internetnutzung steigt in Deutschland weiter an. Nach aktuellen Daten des Statistischen Bundesamts (Stand: Q1 2015) nutzen 84,6 Prozent der Bevölkerung im Alter ab zehn Jahren, also nahezu 60 Mio. Menschen, das Internet für private Zwecke (2014: 83,2 Prozent). Im Alter bis 44 Jahren beträgt die Nutzungsrate quasi bereits 100 Prozent. Die Hauptgründe online zu gehen sind weiterhin E-Mails (91 Prozent) und Informationssuche über Waren und Dienstleistungen (89 Prozent). Ein besonders starkes Wachstum verzeichnen die sozialen Netzwerke. Mittlerweile sind 64 Prozent der User in sozialen Netzwerken aktiv, vor zwei Jahren waren es noch

50 Prozent. In der Altersgruppe von 25 bis 44 Jahre ist die Penetrationsrate hier von 60 auf 77 Prozent gestiegen. Soziale Netzwerke für berufsbezogene Kontakte nutzen elf Prozent der Internetuser, jeder Fünfte User wählt mittlerweile das Internet für die Arbeitssuche und das Versenden von Bewerbungsunterlagen. Es ist zu erwarten, dass sich der Trend zu höheren Penetrationsraten und vor allem zu steigenden absoluten Nutzerzahlen 2016 fortgesetzt hat. In der Schweiz ist die Nutzung des Internets etwas höher und in Österreich etwas niedriger als in Deutschland.

## ERTRAGSLAGE IM KONZERN

### Konzernumsatz steigt im ersten Halbjahr 2016 um 19 Prozent

Wir haben ein erfolgreiches erstes Halbjahr abgeschlossen und unsere Umsätze und Ergebnisse wie auch im Vorjahr deutlich gesteigert.

So erhöhte sich der Konzernumsatz einschließlich sonstiger betrieblicher Erträge von 59,5 Mio.€ um 19 Prozent auf 70,5 Mio.€. Ohne Sondereffekt durch die Aufwertung des Schweizer Franken im ersten Quartal 2015 beträgt das operative Umsatzwachstum sogar 20 Prozent in der ersten Jahreshälfte 2016.

Zu dieser Entwicklung haben die Segmente B2B E-Recruiting und B2C mit Wachstumsraten von 29 bzw. 15 Prozent beigetragen.

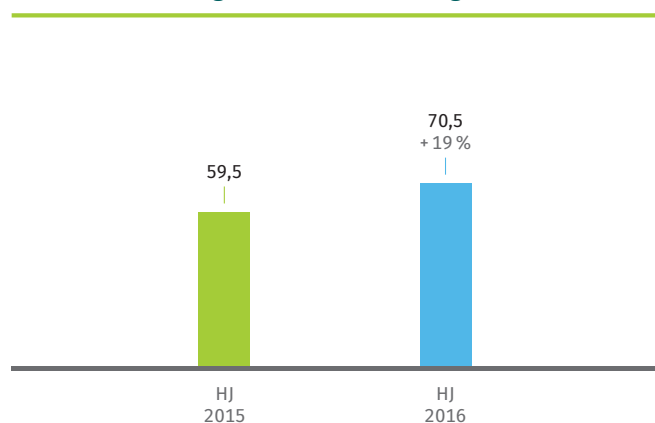
Ein weiterer wesentlicher Treiber für die starke Gewinnsteigerung ist die gegenüber dem Umsatzwachstum unterproportionale Entwicklung der Kosten im ersten Halbjahr 2016. So stieg die größte Einzelkostenposition Personalaufwand um 14 Prozent auf 26,0 Mio.€ (HJ 2015: 22,8€).

Die Marketingaufwendungen haben sich hingegen in etwa mit dem Umsatz entwickelt. So haben wir in der ersten Jahreshälfte insgesamt 6,9 Mio.€ in den Aufbau der Marke, unsere Positionierung und die Gewinnung neuer Mitglieder investiert. Zudem haben wir auch unsere B2B-Marketingaktivitäten weiter ausgebaut, insbesondere um unsere innovativen E-Recruiting-Lösungen zu vermarkten. Das ist ein Anstieg von 21 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum.

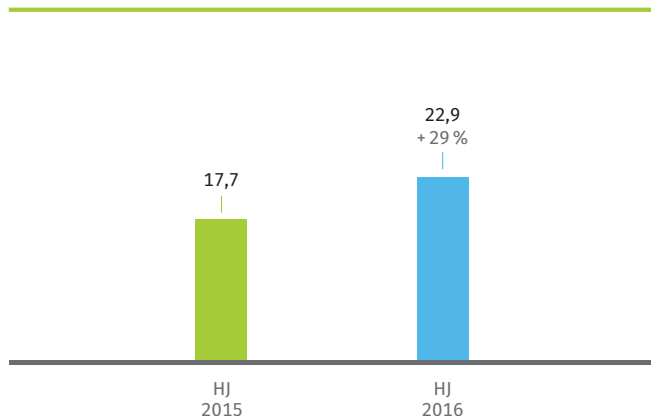
Die dritte Kostenposition der sonstigen betrieblichen Aufwendungen entwickelte sich, ähnlich wie der Personalaufwand, deutlich unterproportional zum Umsatzanstieg und erhöhte sich lediglich um 11 Prozent auf 14,7 Mio.€ im ersten Halbjahr 2016.

In der Folge steigt das operative Ergebnis (EBITDA) des Konzerns im ersten Halbjahr überproportional um 29 Prozent auf 22,9 Mio.€ (HJ 2015: 17,7 Mio.€) an. Entsprechend liegt die Marge in den ersten sechs Monaten bei 32 Prozent gegenüber 30 Prozent im ersten Halbjahr 2015.

### Umsatz inkl. sonstiger betrieblicher Erträge (in Mio.€)



### EBITDA (in Mio.€)

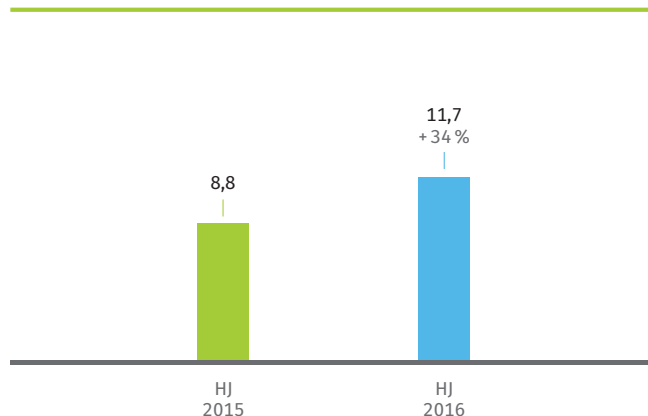


Die Abschreibungen des ersten Halbjahres liegen mit 4,7 Mio.€ um sechs Prozent über dem Vorjahreswert von 4,4 Mio.€ und sind im Wesentlichen auf die gestiegenen Investitionen für neue Produkte zurückzuführen. Der Wert beinhaltet darüber hinaus rund 0,1 Mio.€ Abschreibungen für die im Rahmen der Kaufpreisallokation identifizierten Vermögenswerte der akquirierten Gesellschaft Buddybroker.

In der Folge beträgt das EBIT im Berichtszeitraum 18,2 Mio.€ gegenüber einem EBIT im ersten Halbjahr 2015 von 13,3 Mio.€ (+ 37 Prozent).

Nach Abzug von Steuern in Höhe von 5,7 Mio.€ beträgt das Periodenergebnis des ersten Halbjahres 11,7 Mio.€ und liegt somit 34 Prozent über dem Jahresüberschuss des ersten Halbjahres 2015 (8,8 Mio.€).

### Periodenergebnis (in Mio.€)



Das Ergebnis je Aktie beträgt somit im Berichtszeitraum 2,09€ gegenüber einem Ergebnis je Aktie in Höhe von 1,57€ im ersten Halbjahr 2015.

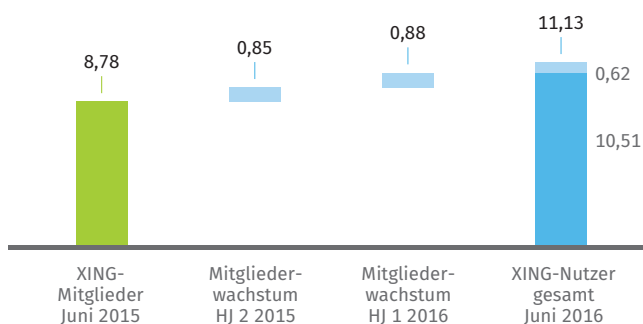
### ENTWICKLUNG IM SEGMENT B2C

#### Stärkstes Wachstum der Unternehmensgeschichte

Die XING-Plattform wächst in der D-A-CH-Region weiter dynamisch. Mit mehr als 880.000 neuen Mitgliedern war das erste Halbjahr 2016 (HJ 2015: 773.000) damit das erfolgreichste Halbjahr der Unternehmensgeschichte. Seit Ende Juni 2015 meldeten sich damit mehr als 1,7 Millionen neue Mitglieder auf der XING-Plattform an. Entsprechend erhöhte sich die Mitgliederbasis auf 10,5 Millionen per Ende Juni (Juni 2015: 8,8 Millionen).

Darüber hinaus erfassen wir seit der Umbenennung unserer Event-Plattform amiando in XING EVENTS und der damit einhergehenden stärkeren Verzahnung mit der XING-Plattform auch das Wachstum der XING-Events-Nutzer. Hier haben wir seit erstmaliger Erfassung rund 620.000 zusätzliche Nutzer in der XING-Gruppe gewinnen können. Zusammen mit den 10,5 Millionen Plattform-Mitgliedern ergibt sich daraus eine XING-Nutzerbasis von 11,1 Millionen Ende Juni 2016.

#### Mitgliederwachstum in D-A-CH (in Mio.)

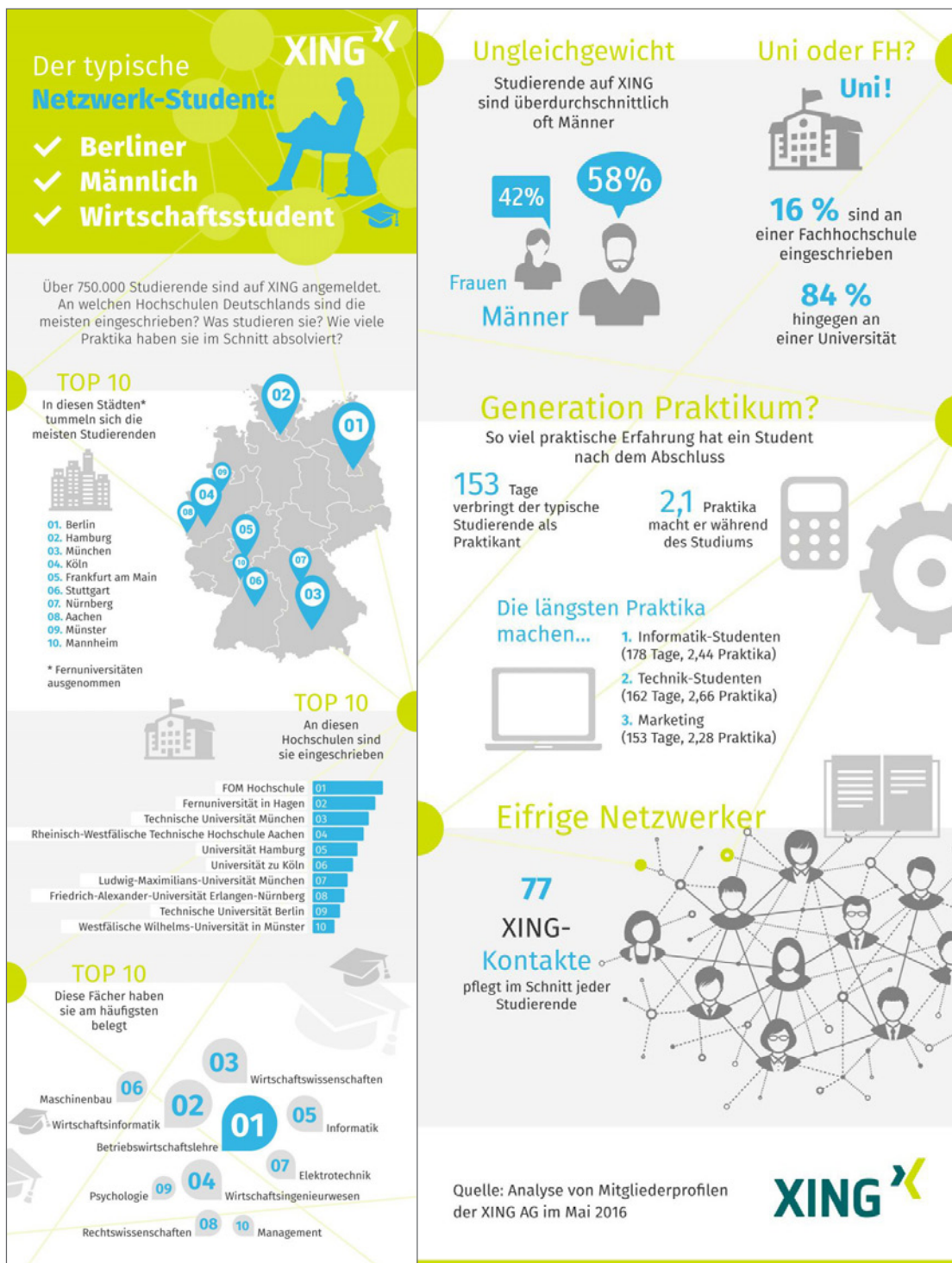


#### Launch von XING Campus

Seit Mai 2016 bieten wir mit den Services „XING Campus“ sowie dem „XING Campus Magazin“ eine neuartige Form der Joborientierung. XING Campus zeigt den Nachwuchskräften auf Basis ihrer Studiengänge, welche Berufsfelder für sie besonders in Frage kommen – dazu werden die Werdegänge der mehr als 10 Millionen Mitgliederprofile auf XING ausgewertet. Abgerundet wird das neue Angebot durch das XING Campus Magazin, das Tipps und Tricks für den Jobeinstieg bietet. Zudem stehen mehr als 100.000 Angebote für Praktika, Werkstudenten-Tätigkeiten oder Abschlussarbeiten bereit. Der gesamte Service ist kostenfrei unter <https://www.xing.com/campus/> in der Beta-Version verfügbar und soll noch in diesem Jahr um weitere Funktionen ausgebaut werden.

Rund 750.000 Studierende aus dem deutschsprachigen Raum sind bereits auf XING registriert. Spätestens vor dem Jobeinstieg – also in den letzten Semestern – ist berufliches Netzwerken wichtig. Generell gilt jedoch, dass Studierende so früh wie möglich anfangen sollten, sich ein berufliches Netzwerk aufzubauen. Hierüber kann der Kontakt zu Kommilitonen, Professoren und vor allem auch Kollegen aus Praktika aufrecht erhalten werden. Dieses Netzwerk wird im Laufe der Zeit Gold wert sein und den Einstieg in den Job später enorm erleichtern.

Besonders stark auf XING vertreten sind heute bereits Studierende der Wirtschaftswissenschaften, aber auch IT-Studenten sowie jene aus den technischen Bereichen. In der Hauptstadt Berlin tummeln sich die meisten studentischen XING-Mitglieder, gefolgt von Hamburg und München. Eingeschrieben sind die typischen XING-Studierenden am häufigsten an der FOM Hochschule, der FernUniversität in Hagen sowie der Technischen Universität München (siehe Infografik).



### **XING startet neues News-Format: Branchen-Insider veröffentlichen Fachwissen auf XING**

Im Verlauf des zweiten Quartals haben wir unseren Mitgliedern ein neues journalistisches Angebot vorgestellt. So publizieren seit wenigen Wochen von der XING News-Redaktion ausgewählte Experten – die XING Branchen-Insider – Fachbeiträge und persönliche Einblicke auf XING. Zu den mehr als 60 Experten, die zum Start dabei sind, gehören der Opel-CEO Karl-Thomas Neumann, die Gründerin der DLD-Konferenz, Steffi Czerny, oder auch der als „Mr. DAX“ bekannt gewordene Finanzexperte Dirk Müller. Alle Branchen-Insider erhalten auf ihrem XING-Profil zusätzliche Funktionen. Durch diese Erweiterung können XING-Mitglieder die Expertenbeiträge abonnieren und im Anschluss mit den Branchen-Insidern sowie anderen Mitgliedern diskutieren. Mit dem neuen Produkt erweitert XING seine News-Sparte, die aus Newslettern für mehr als 25 Branchen, News-Seiten von mehr als 200 Medienmarken sowie dem Debattenformat XING Klartext besteht.

Damit sind die Branchen-Insider die logische Fortsetzung unserer erfolgreich gestarteten Content-Offensive. Neben den weit verbreiteten XING-Newslettern und dem themenzentrierten Debattenformat XING Klartext positionieren wir ein neues, auf Experten fokussiertes News-Format.

Eine Übersicht aller Branchen-Insider bietet der XING-News-Bereich unter [https://www.xing.com/news/selections/insider\\_pages](https://www.xing.com/news/selections/insider_pages)

### **Aktuelle Studie: XING informiert am besten**

„XING-Nutzer zeigen ein besonders hohes Vertrauen in Informationen aus ihrem Netzwerk – nicht nur bei beruflichen Themen“ – lautet ein Ergebnis des online-repräsentativen „Social Media-Atlas 2015 / 2016“ unter 3.518 Internetnutzern der Hamburger Kommunikationsberatung Faktenkontor und des Marktforschers Toluna.

Dabei ist XING führend, wenn es um Berufliches geht: Nahezu jeder Vierte (23 Prozent) tauscht sich über unsere Plattform aktiv über arbeitsbezogene Themen wie Jobangebote, Schulungen und Büroangelegenheiten mit anderen aus. Auch qualitativ punktet XING: So sagen mehr als vier von fünf Befragten (81 Prozent), die sich auf XING über die Arbeitgeberqualitäten von Unternehmen informieren, dass sie ein hohes Vertrauen in die Informationen haben, die sie bei uns erhalten.

Besonders erfreulich ist das Ergebnis, dass sich XING Nutzer auch bei anderen Themen – die nicht unmittelbar einem beruflichen Kontext zuzuordnen sind – besser informiert sehen als Nutzer anderer sozialer Medien. So ist das Vertrauen der befragten Nutzer in unser Netzwerk beim Thema Bankdienstleistungen stärker ausgeprägt als bei allen anderen Social-Media-Kanälen: 72 Prozent der Befragten, die über XING Informationen zu Bankdienstleistungen suchen, stufen diese als sehr vertrauenswürdig ein. 73 Prozent sind es, wenn es um Infos zu Versicherungsdienstleistungen geht.

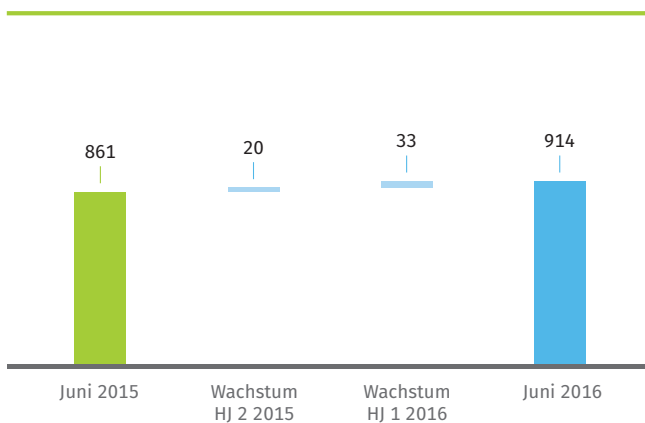
Die Umfrageergebnisse unterstreichen unser Bestreben, unsere Mitglieder tagtäglich im Arbeitsleben bestmöglich zu unterstützen. Dass XING eine wichtige Rolle im Leben unserer Mitglieder spielt, zeigen auch aktuelle Nutzungszahlen, die eine kontinuierlich hohe Aktivität unserer Nutzer ausweist. So verzeichnete XING laut IVW (Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V.) für den Juni dieses Jahres 211 Mio. Seitenaufrufe. Insgesamt zählte die AGOF 6,9 Mio. Unique User im Monat Juni (digital facts 2016).



### Stärkstes Wachstum zahlender Mitglieder seit sechs Jahren

Der dynamische Mitgliederzuwachs hatte auch entsprechend positive Auswirkungen auf die Konvertierung von Basis- zu zahlenden Mitgliedern. So konnten wir im Berichtszeitraum das stärkste Halbjahreswachstum zahlender Mitglieder der letzten sechs Jahre erzielen. Mehr als 33.000 Mitglieder entschieden sich zwischen Dezember 2015 und Juni 2016 (Dezember 2014 bis Juni 2015: +26.000) für die Premium-, ProJobs- und die ProCoach-Mitgliedschaften. In den vergangenen 12 Monaten betrug der Anstieg zahlender Mitglieder somit rund 53.000. Insbesondere die neue XING-ProJobs-Mitgliedschaft konnte in den vergangenen Jahren erfolgreich am Markt etabliert werden. Damit zahlten Ende Juni 2016 insgesamt knapp 914.000 Mitglieder in der D-A-CH-Region für die erweiterten Funktionen und Services der kostenpflichtigen Mitgliedschaften.

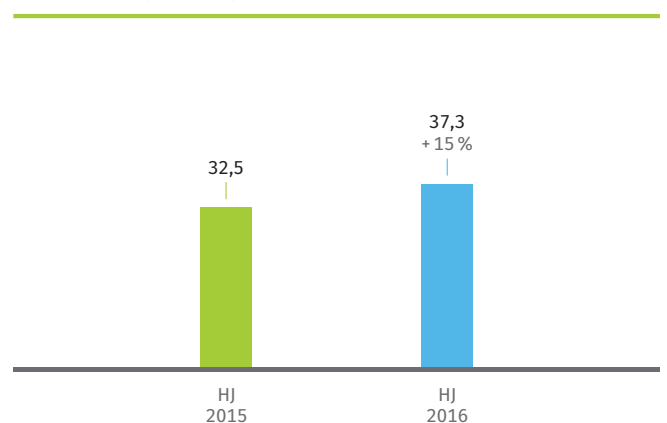
### Entwicklung zahlende Mitglieder (in Tsd.)



### B2C-Segmentumsatz wächst um 15 Prozent

Die erfolgreichen Aktivitäten im Segment B2C führten insgesamt zu dynamisch wachsenden Umsätzen im ersten Halbjahr 2016. So stieg der Umsatz von 32,5 auf 37,3 Mio. € an. Damit lag die Wachstumsrate in den ersten sechs Monaten bei 15 Prozent. Mit den erreichten Ergebnissen sind wir sehr zufrieden. Der Zuwachs im Segment B2C ist im Wesentlichen auf den Anstieg der zahlenden Mitglieder (Premium, ProJobs) und den weiter ansteigenden durchschnittlichen Umsatz (ARPU) zurückzuführen.

### Umsatz B2B (in Mio. €)



Das weiter anhaltende dynamische Umsatzwachstum hat das Segment-EBITDA entsprechend positiv beeinflusst. So erhöhte sich das Segment-EBITDA um acht Prozent von 18,7 auf 20,1 Mio. € im Berichtszeitraum. Damit beträgt die Segment-Marge 54 Prozent.

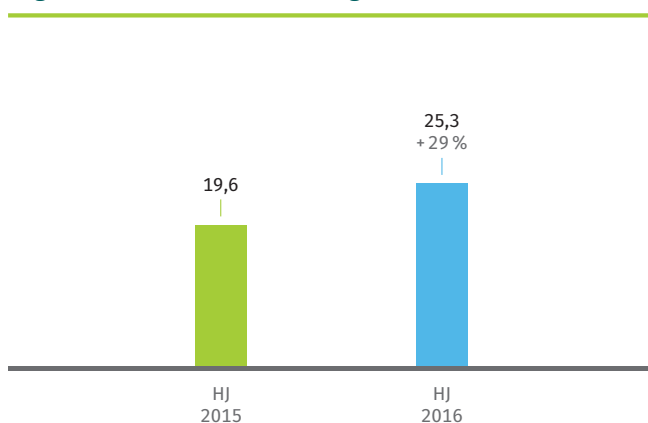
## ENTWICKLUNG IM SEGMENT B2B E-RECRUITING

### Wachstum um 29 Prozent

Mit unseren Recruiting-Lösungen für Unternehmen sind wir weiter auf Wachstumskurs. Insbesondere die Produkte in den Teilbereichen Active Sourcing (XING Talentmanager) und Employer Branding (Employer-Branding-Profil) werden weiterhin stark nachgefragt. Die Herausforderungen für Unternehmen, die passenden Kandidaten für das eigene Unternehmen zu begeistern, sind insbesondere im aktuellen Arbeitsmarktumfeld enorm. Somit erhöhte sich der Halbjahresumsatz von 19,6 in 2015 um 29 Prozent auf 25,3 Mio.€. Im zweiten Quartal 2016 konnte der Segmentumsatz sogar wieder um 30 Prozent zulegen.

Das Segment-EBITDA stieg deutlich überproportional um 47 Prozent auf 16,9 Mio.€ (HJ 2015: 11,5 Mio.€). Die Zahl der Corporate Customers (B2B-Kunden) stieg von etwa 18.400 auf mehr als 19.000 per Ende Juni 2016 an, was nochmals die Attraktivität unserer digitalen Recruiting-Lösungen für Arbeitgeber verdeutlicht.

### Segmentumsatz B2B E-Recruiting (in Mio.€)



### XING übernimmt Anbieter für Employee-Referral-Lösungen

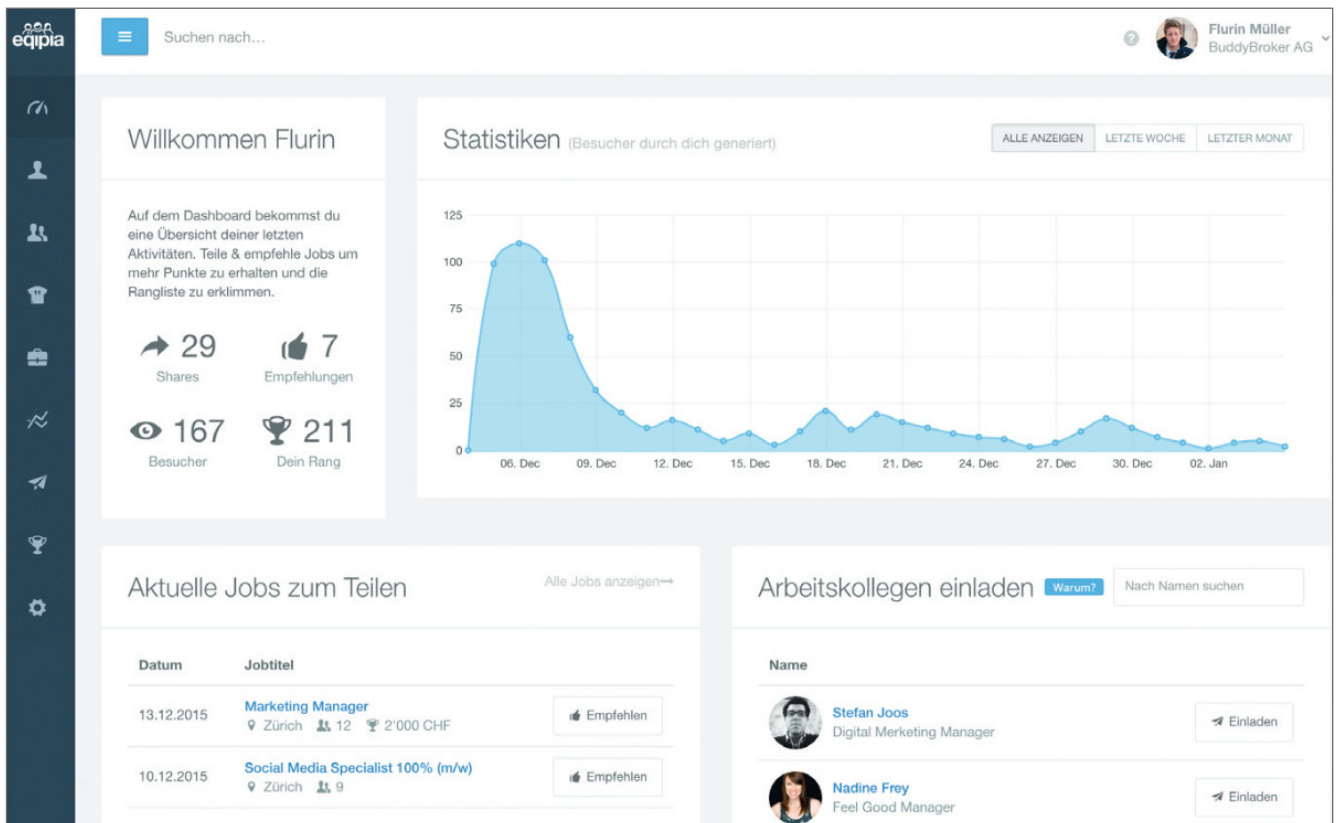
Im April 2016 konnten wir ein weiteres B2B-Produkt nach erfolgreicher Übernahme in unsere Recruiting-Lösungen aufnehmen. eqipia ist das führende intelligente und automatisierte Mitarbeiterempfehlungsprogramm in der Schweiz.

Mitarbeiterempfehlungen sind im Personalwesen auf dem Vormarsch. So sind in den USA bereits rund 40 Prozent aller Neueinstellungen auf Empfehlungen von eigenen Mitarbeitern zurückzuführen. Jedoch sind nur etwa sieben Prozent aller eingehenden Bewerbungen auf Mitarbeiterempfehlungen zurückzuführen, da Unternehmen oftmals keine professionellen Prozesse oder Tools für die Einbindung dieses wichtigen Recruiting-Kanals in ihre HR-Strategie implementiert haben. Hier besteht großes Potenzial, durch automatisierte bzw. digitale Lösungen den Anteil der Bewerbungen über Empfehlungen bzw. das zielgerichtete Nutzen des sozialen Graphs signifikant zu steigern, die Zahl der Einstellungen deutlich zu erhöhen und Recruitingprozesse zu beschleunigen.

Mit dem eqipia EmpfehlungsManager wird dieser Prozess digitalisiert und automatisiert.

Unternehmen können so qualifiziertere Kandidaten bei gleichzeitig deutlich geringeren Kosten identifizieren – und das in viel kürzerer Zeit als auf herkömmlichem Wege. Die eigenen Mitarbeiter treten als Botschafter des eigenen Unternehmens auf, die Ansprache von Kandidaten ist persönlich, verlässlich und hoch relevant. Deshalb ist die Quote der tatsächlichen erfolgten Einstellungen von empfohlenen Kandidaten auch besonders hoch.

Der eqipia EmpfehlungsManager ist bereits seit April im Rahmen der gesamten E-Recruiting-Angebote von XING unter [recruiting.xing.com/eqipia](http://recruiting.xing.com/eqipia) erhältlich. Darüber hinaus entwickelt XING eine vollständig in die XING-Plattform integrierte Lösung, die im Oktober in Köln auf der Fachmesse „Zukunft Personal“ vorgestellt werden soll.

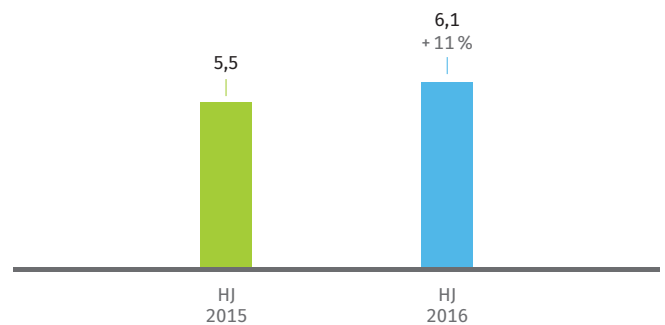


## ENTWICKLUNG IM SEGMENT B2B ADVERTISING & EVENTS

### Segmentergebnis deutlich verbessert

Im Segment B2B Advertising & Events konnten wir mit 11 Prozent ein solides Wachstum gegenüber der Vorjahresperiode auf 6,1 Mio.€ erreichen. Die Umsatzausweitung ist im Wesentlichen auf den Erfolg des XING AdManagers zurückzuführen. Hier haben wir mehrere Tausend Neukunden in den vergangenen 12 Monaten gewinnen können, die ihre Events, Produkte oder Profile auf XING vermarkten bzw. positionieren. Entsprechend positiv konnte sich auch die Segment-Profitabilität entwickeln. So erhöhte sich das EBITDA von 0,9 auf 1,4 Mio.€ im ersten Halbjahr 2016.

## Segmentumsatz B2B Advertising & Events (in Mio.€)



### Launch der XING-Business-Seiten

Seit dem zweiten Quartal 2016 haben wir unser Advertising-Angebot um die Business-Seiten erweitert. Mit einer Business-Seite auf XING können Unternehmen auf ihre Produkte und Dienstleistungen aufmerksam machen. Mit wenigen Klicks kann mit Hilfe des Editors ein maßgeschneiderter Unternehmensauftritt mit Grafiken, Videos oder Fotos in den jeweiligen Firmenfarben erstellt werden. Über die Business-Seiten können Unternehmen dann in einen qualifizierten Austausch mit potenziellen Kunden treten und immer sehen, welche Mitglieder sich für die Produkte und Dienstleistungen interessieren. Die Sichtbarkeit dieses Auftritts kann mit Hilfe des XING AdManagers (Anzeigentool) dank zahlreicher Targeting-Optionen deutlich erhöht werden und somit eine gut ausgesteuerte Ansprache der Wunsch-Zielgruppe erfolgen.

### ENTWICKLUNG IM SEGMENT KUNUNU INTERNATIONAL

Im separat ausgewiesenen Segment kununu International werden derzeit lediglich die Umsätze und Ergebnisse ausgewiesen, die die XING AG mit der Bereitstellung der technischen Infrastruktur und der Erbringung von Dienstleistungen an das Joint Venture zwischen kununu und Monster.Inc in den USA generiert. Das Joint-Venture-Ergebnis selbst wird über die At-Equity-Methode im Finanzergebnis der XING AG konsolidiert. Hier erwarten wir in 2016 sowie auch im Folgejahr entsprechende Anlaufverluste.

Das Joint Venture selbst ist mit Sitz in Boston gegründet worden und bereits im US-amerikanischen Markt aktiv. So konnten bereits mehr als 200.000 Unternehmensbewertungen auf der amerikanischen kununu-Plattform in kurzer Zeit für US-Unternehmen generiert werden.

### FINANZLAGE IM KONZERN

#### Eigenkapital und Schulden

Wie bereits in den Vorjahren finanziert sich die XING ausschließlich aus Eigenmitteln. Bankverbindlichkeiten oder sonstige Darlehensverbindlichkeiten bestehen nicht.

Die Eigenkapitalquote lag zum Bilanzstichtag bei 37,9 Prozent gegenüber 43,2 Prozent am 31. Dezember 2015. Die Verringerung ergibt sich bei einem positiven Konzern-Gesamtergebnis von 11,7 Mio.€ aus einer Ausschüttung der Regeldividende in Höhe von 5,8 Mio.€ sowie einer Sonderdividende in Höhe von 8,4 Mio.€. XING ist auch weiterhin sehr gut für zukünftiges Wachstum positioniert.

Die langfristigen Vermögenswerte waren mit 106,2 Prozent (Vorperiode: 154,2 Prozent) immer noch durch Eigenkapital überdeckt. Der Rückgang resultiert aus dem Anstieg der langfristigen Vermögenswerte, die insbesondere durch die Zugänge bei der selbst entwickelten Software und beim Geschäfts- oder Firmenwert bedingt sind. Des Weiteren ist das Eigenkapital durch eine Regeldividende (5,8 Mio.€) sowie eine Sonderdividende (8,4 Mio.€) verringert.

Die kurzfristigen Verbindlichkeiten werden durch die kurzfristigen Vermögenswerte (einschließlich liquider Mittel) mit 127,9 Prozent (Vorperiode: 154,8 Prozent) überdeckt. Der Rückgang ist im Wesentlichen durch den Anstieg der Erlösabgrenzung (8,2 Mio.€) bedingt.

#### Strategische Finanzierungsmaßnahmen

Die Gesellschaft hat sich in 2014 aufgrund des günstigen Marktumfeldes zur Erhöhung der kurzfristigen Flexibilität Kreditlinien in Höhe von insgesamt 20 Mio.€ gesichert. Eine Inanspruchnahme erfolgte bisher nicht.

#### Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit

Der Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit betrug in der Berichtsperiode 27,8 Mio.€ nach 17,9 Mio.€ in der Vergleichsperiode (+ 55 Prozent gegenüber dem Vorjahr). Der Anstieg resultiert im Wesentlichen aus dem im Vergleich zum Vorjahr um 5,1 Mio.€ höheren EBITDA. In der Vorperiode sind Earn-out-Zahlungen im Rahmen des Erwerbs der kununu GmbH in Höhe von 4,0 Mio.€ enthalten, die wir betriebswirtschaftlich als Cashflow aus Investitionstätigkeit sehen. Ohne die Earn-out-Zahlung ergibt sich ein operativer Cashflow der Vorperiode in Höhe von 21,9 Mio.€ (+ 27 Prozent gegenüber der Vergleichsperiode).

### Cashflow aus Investitionstätigkeit

Der Cashflow aus Investitionstätigkeit enthielt in der Berichtsperiode gegenüber der Vorperiode deutlich höhere Beträge im Bereich der Plattformentwicklung (7,5 Mio. € im Vergleich zu 4,4 Mio. €). Bei den Sachanlagen stieg die Investitionstätigkeit gegenüber der Vorperiode (1,2 Mio. €) auf 2,3 Mio. €. Dies ist insbesondere durch Erweiterung des Rechenzentrums sowie Mieterausbauten bedingt. Weiterer Treiber des Cashflows aus der Investitionstätigkeit ist die Akquisition der BuddyBroker AG mit 2,7 Mio. € sowie die Einlage in die kununu US LLC in Höhe von 2,7 Mio. €.

### Cashflow aus Finanzierungstätigkeit

Während der Vorperiode gab es aus der Durchführung des Aktienoptionsprogramms 2010 für Mitarbeiteraktienoptionen eine Einzahlung in Höhe von 2,5 Mio. €. Auszahlungen im Halbjahr 2016 resultieren insbesondere aus der Auszahlung der regulären Dividende von 5,8 Mio. € sowie einer Sonderdividende von 8,4 Mio. € (Vorjahr: 5,1 Mio. € reguläre Dividende).

### VERMÖGENSLAGE IM KONZERN

Das langfristige Vermögen hat sich um 15,4 Mio. € erhöht – von 39,2 Mio. € zum 31. Dezember 2015 auf 54,6 Mio. € zum 30. Juni 2016. Dies hängt im Wesentlichen mit dem Erwerb der BuddyBroker AG sowie der Aktivierung neuer Module für die XING-Plattform zusammen. Der Anteil des Langfristvermögens an der Bilanzsumme hat sich gegenüber der Vorperiode (28,0 Prozent) auf 35,7 Prozent erhöht. In der Folge ist der Anteil des Kurzfristvermögens auf 64,3 Prozent (Vorjahr 72,0 Prozent) gesunken.

Am 30. Juni 2016 verfügte der Konzern über liquide Mittel in Höhe von 79,5 Mio. € (Vorperiode: 81,0 Mio. €). Bei einer Bilanzsumme von 153,2 Mio. € (Vorperiode: 139,9 Mio. €) entspricht dies 51,8 Prozent (Vorjahr: 57,9 Prozent) des Gesamtvermögens.

In den liquiden Mitteln zum 30. Juni 2016 waren Fremdzahlungsmittel des Geschäftsbereichs XING Events von 4,3 Mio. € (Vorperiode: 3,0 Mio. €) enthalten. Die Eigenzahlungsmittel

betragen mit 75,2 Mio. € 49,1 Prozent der Bilanzsumme (Vorperiode: 78,0 Mio. € bzw. 55,8 Prozent). Der Rückgang der liquiden Mittel ist in Höhe von 14,2 Mio. € durch die Regeldividende in Höhe von 5,8 Mio. € und die Sonderdividende in Höhe von 8,4 Mio. € bedingt.

Die Forderungen aus Dienstleistungen sind stichtagsbedingt leicht rückläufig von 15,9 Mio. € in der Vorperiode auf 15,5 Mio. € zum 30. Juni 2016. Die Forderungen aus Dienstleistungen betreffen hauptsächlich Forderungen im B2B-Bereich und Forderungen aus Mitgliedsbeiträgen gegenüber Premium-Mitgliedern.

Die Investitionen in erworbene Software in Höhe von 0,4 Mio. € (vor Akquisitionen) liegen in 2015 unterhalb der Abschreibungen in Höhe von 1,2 Mio. €. Wie in der Onlinebranche üblich, werden Softwarelösungen und Plattformerweiterungen überwiegend selbst entwickelt. Durch den Erwerb der BuddyBroker AG wird unter der erworbenen Software auch die Technologie von eqipia ausgewiesen (1,9 Mio. €).

In den selbsterstellten immateriellen Vermögenswerten sind die selbsterstellten kapitalisierbaren Teile der XING-Plattformen sowie der mobilen XING-Applikationen und Testingtools enthalten. Auf die selbsterstellten immateriellen Vermögenswerte wurden neben der planmäßigen auch außerplanmäßige Abschreibungen in Höhe von 0,1 Mio. € (Vorjahr: 0,1 Mio. €) vorgenommen. Begründet ist dies durch die Überarbeitung und Neugestaltung der Plattform.

Der Geschäfts- oder Firmenwert betrifft im Wesentlichen die Intelligence Competence Center (Deutschland) AG (6,1 Mio. €), die BuddyBroker AG (4,9 Mio. €) sowie die kununu GmbH (2,2 Mio. €).

Der Wert der sonstigen immateriellen Vermögenswerte verminderte sich durch planmäßige Abschreibungen (0,4 Mio. €), die durch Zugänge in Höhe von 0,5 Mio. € kompensiert wurden.

# Risikobericht

Die permanente Überwachung und das Management von Risiken sind zentrale Aufgaben jedes börsennotierten Unternehmens. Zu diesem Zweck hat die XING AG das nach § 91 Abs. 2 AktG erforderliche Risikofrüherkennungssystem implementiert und entwickelt es vor dem Hintergrund aktueller Markt- und Unternehmensgegebenheiten fortlaufend weiter. Wie auch im Vorjahr hat der Abschlussprüfer die Funktionsfähigkeit des Systems bestätigt.

Jeder einzelne Mitarbeitende ist aufgefordert, aktiv potenzielle Schäden vom Unternehmen abzuwenden. Jeder hat die Aufgabe, Gefahren in seinem Verantwortungsbereich unverzüglich zu beseitigen und bei Hinweisen auf entstehende oder existierende Risiken umgehend die jeweiligen Ansprechpartner für das Risikomanagement bei XING zu informieren. Voraussetzung hierfür ist die Kenntnis des Risikomanagementsystems und ein möglichst hohes Risikobewusstsein der Mitarbeitenden. Aus diesem Grund sensibilisiert XING die Mitarbeitenden für die Bedeutung des Risikomanagements und macht sie mithilfe von Informationsmaterial mit dem Risikomanagementsystem vertraut.

Das Unternehmen identifiziert und analysiert potenzielle Risiken kontinuierlich. Dabei bewertet es erkannte Gefahren systematisch nach der Wahrscheinlichkeit ihres Eintritts und dem zu erwartenden potenziellen Schaden. Im Rahmen von quartalsweisen Risikoinventuren bzw. Statusabfragen werden die Risikoverantwortlichen und Führungskräfte zum Status bestehender Risiken und zur Identifizierung neuer Risiken befragt. Die Risiken werden nach der Bruttomethode bewertet. Das bedeutet, dass Eintrittswahrscheinlichkeit und erwarteter Schaden ohne Berücksichtigung von Gegenmaßnahmen geschätzt werden.

Die Tochtergesellschaften XING Events GmbH und kununu GmbH sind in das Risikomanagementsystem des Konzerns integriert. Auch dort werden potenzielle Risiken laufend identifiziert und analysiert und Risikoverantwortliche und Führungskräfte quartalsweise zum Risikostatus befragt. Durch diese Integration ist sichergestellt, dass aus den operativen Tochtergesellschaften herrührende Risiken, die sich nachhaltig negativ auf den Konzern auswirken könnten, ebenfalls frühzeitig erkannt werden.

Das Risikomanagementsystem erfasst lediglich Risiken, nicht Chancen.

Gegenüber den im Geschäftsbericht 2015 dargestellten Risiken wurden keine weiteren bestandsgefährdenden Risiken identifiziert.

# Prognose- und Chancenbericht

## KONJUNKTURAUSBLICK

Mit Beruhigung der Finanz- und Ölmärkte war das globale Wirtschaftswachstum laut dem Internationalen Währungsfonds (IWF) bis zum britischen EU-Referendum robust, zum Teil sogar leicht besser als erwartet. Allerdings blieb die Dynamik in den Industrieländern überwiegend moderat. Zusätzlich zu bestehenden Risiken durch geopolitische Krisen, hohe Staatsschulden und angeschlagene Bankbilanzen hat das Brexit-Votum die wirtschaftlichen Perspektiven kräftig eingetrübt. Laut IWF müssen vor allem die Wirtschaft Großbritanniens, aber auch der Euroraum und speziell Deutschland mit spürbaren Wachstumseinbußen rechnen. Das Ausmaß dieser Belastungen ist u. a. abhängig von der Dauer der Ausstiegsverhandlungen und der Ausgestaltung künftiger Beziehungen zwischen Großbritannien und der EU. Bis dahin werden hohe Unsicherheiten die Wirtschaft und die Finanzmärkte prägen. Eine weltweite Wachstumsbelebung bleibt damit erneut aus. Im aktuellen Weltwirtschaftsausblick hat der IWF die Prognose für das globale Wachstum im Jahr 2016 von 3,2 Prozent auf 3,1 Prozent gesenkt (2015: + 3,1 Prozent).

Die US-Notenbank hält bei einer weiterhin günstigen Konjunkturentwicklung graduelle Zinserhöhungen für angemessen. Markterwartungen gehen derzeit maximal von einem Zinsschritt im Jahr 2016 aus. Dagegen dürfte die EZB ihren Kurs der sehr expansiven Geldpolitik mit niedrigen Zinsen und quantitativer Lockerung durch Anleihekäufe fortsetzen – gegebenenfalls sogar forcieren. In diesem Umfeld erholt sich die Konjunktur im Euroraum weiter. Der IWF erwartet für 2016 ein Wachstum von 1,6 Prozent (2015: + 1,7 Prozent). Deutschlands Aufschwung setzt sich laut Ifo-Institut ohne Überhitzungserscheinungen fort. Wichtige Frühindikatoren (Ifo, ZEW) waren bis einschließlich Juni deutlich gestiegen. Nach dem Brexit-Votum sind diese im Juli jedoch kräftig eingebrochen und reflektieren die sprunghaft gestiegene Unsicherheit. Laut Deutscher Bundesbank könnten die Brexit-Auswirkungen

aber zumindest kurzfristig begrenzt bleiben. Sie hält die Treiber des binnenwirtschaftlich getragenen Aufschwungs für intakt (starker Arbeitsmarkt, höhere Reallöhne, expansive Finanzpolitik). Der IWF prognostiziert ein BIP-Wachstum in Deutschland für 2016 von 1,6 Prozent, die Deutsche Bundesbank rechnet mit einem Plus von 1,7 Prozent.

Die Wirtschaft in Österreich expandiert nach Einschätzung der Notenbank (OeNB) solide und moderat. Das ist angesichts der vier schwachen Vorjahre eine spürbare Verbesserung, die durch den privaten und den staatlichen Konsum gespeist wird. Zudem ziehen die Investitionen und die Exporte wieder an. Die OeNB schätzt das BIP-Wachstum 2016 auf 1,6 Prozent (2015: + 0,8 Prozent). In der Schweiz wird die Wirtschaft 2016 laut Konjunkturforschungsstelle KOF vom privaten Konsum und den Anlageinvestitionen gestützt. Die Nachwehen der Frankenstärke und die schwache Weltkonjunktur bremsen jedoch die Konjunkturdynamik. Per saldo wird von der KOF ein BIP-Anstieg von 1,0 Prozent für 2016 erwartet (2015: + 0,9 Prozent). Andere eidgenössische Konjunkturforscher (SECO, Expertengruppe des Bundes) sind optimistischer und prognostizieren für das laufende Jahr einen Zuwachs von 1,4 Prozent. Für 2017 unterstellen beide Prognosen eine weitere Wachstumsbeschleunigung.

## ERWARTETE BRANCHENSPEZIFISCHE RAHMENBEDINGUNGEN

Die Grundtendenz auf dem deutschen Arbeitsmarkt bleibt trotz zunehmenden Fachkräftemangels positiv. Der Beschäftigungsaufbau setzt sich nach Einschätzung des Ifo-Instituts bis 2017 trotz nachlassender Dynamik fort. 2016 wird die Beschäftigtenzahl in Deutschland demnach um 514.000 Personen zunehmen (2017: + 379.000). Durch den Flüchtlingszuzug wächst das Potenzial der Erwerbspersonen im laufenden Jahr um 260.000 Personen (2017: + 200.000). Die Arbeitslosenzahl sinkt 2016 laut dem Institut nochmals um 97.000 auf knapp 2,7 Mio. Personen. 2017 wird sie aber im Jahresdurchschnitt erstmals um 34.000 Arbeitslose wieder zunehmen. Die Arbeitslosenquote (BA-Definition) geht dabei von 6,4 Prozent im Vorjahr auf 6,1 Prozent für 2016 und 2017 zurück. Die international verwendete Erwerbslosenquote (ILO-Konzept) verbessert sich 2016 auf 4,0 Prozent und steigt im kommenden Jahr leicht auf 4,1 Prozent (2015: 4,3 Prozent). Eine konjunkturelle Abkühlung infolge wachsender Unsicherheiten könnte die Entwicklung am Arbeitsmarkt allerdings stärker beeinträchtigen. Im Sog der konjunkturellen Belebung in Österreich verbessert sich mittlerweile auch die Lage am dortigen Arbeitsmarkt. 2016 steigen die Anzahl der offenen Stellen wie auch die Erwerbspersonenzahl. Die OeNB schätzt für 2016 etwa 1,5 Prozent mehr unselbstständig Beschäftigte in Österreich und für 2017 nochmals ein Plus von 1,1 Prozent. Die ILO-Erwerbslosenquote wird laut OeNB aber 2016 wegen des stark wachsenden Arbeitskräfteangebots bei 6,0 Prozent

liegen nach 5,7 Prozent im Vorjahr (2017: 6,1 Prozent). Der schweizerische Arbeitsmarkt zeigt laut KOF noch keine Normalisierung. Der Druck zur Kostensenkung über Produktivitätserhöhungen bleibt demnach stark und stellt eine Bürde für die Arbeitsmarktentwicklung dar. Die schweizerischen Konjunkturforscher (KOF, SECO, Expertengruppe des Bundes) erwarten einen leichten Anstieg der Arbeitslosenquote für 2016 und 2017 auf 3,5 bis 3,6 Prozent nach 3,3 Prozent im Jahr 2015 (nationale SECO-Definition). Gemäß dem international gebräuchlichen ILO-Konzept steigt die Rate in beiden Prognosejahren auf 4,8 Prozent.

Die Arbeitskräftemobilität innerhalb des Euroraums wird in den nächsten Jahren weiter zunehmen. Die zum Teil sehr großen Ungleichgewichte zwischen den Arbeitsmärkten werden tendenziell, aber nur sehr moderat und auf lange Sicht, abgebaut. Unternehmen konkurrieren mittlerweile zunehmend um geeignete, qualifizierte Arbeitskräfte. Dies führt zu einer künftig eher stärker steigenden Bedeutung von E-Recruiting, von der vor allem digitale Angebote und Lösungen profitieren könnten.



## VORAUSSICHTLICHE ENTWICKLUNG DER XING

### Umsatz- und Ergebnisziele

Bei den finanziellen Leistungsindikatoren erwarten wir auf Konzernebene weiter steigende Umsätze und Ergebnisse. Entsprechend gaben wir mit Vorlage des Geschäftsberichts 2015 folgenden Ausblick für die Umsatz- und Ergebnisziele 2016 im Konzern sowie der wesentlichen Segmente:

Finanzielle Leistungsindikatoren	Prognose 2016	Fortschritt HJ 2016 vs. HJ 2015
Umsatzerlöse Konzern	Wachstum im zweistelligen Prozentbereich	19 %
EBITDA (bereinigt um Sondereffekte) Konzern	Deutliche Steigerung des EBITDA	29 %
Umsatzerlöse Segment B2C	Wachstum im zweistelligen Prozentbereich	15 %
EBITDA (bereinigt um Sondereffekte) Segment B2C	In etwa gleichbleibendes EBITDA	+ 8 %
Umsatzerlöse Segment B2B E-Recruiting	Wachstum im zweistelligen Prozentbereich	29 %
EBITDA (bereinigt um Sondereffekte) Segment B2B E-Recruiting	Deutliche Steigerung des EBITDA	+ 47 %
Umsatzerlöse Segment B2B Advertising & Events	Wachstum im zweistelligen Prozentbereich	11 %
EBITDA (bereinigt um Sondereffekte) Segment B2B Advertising & Events	Deutliche Steigerung des EBITDA	+ 64 %

### Dividendenziele

Seit 2012 verfolgen wir eine nachhaltige Dividendenpolitik. Der Bestand an liquiden Eigenmitteln von 75,2 Mio. € zum Ende des ersten Halbjahres 2016 sowie das cash-generative Geschäftsmodell von XING ermöglichen der Gesellschaft die Auszahlung von regelmäßigen Dividenden, ohne die weiter auf Wachstum ausgerichtete Geschäftsstrategie des Unternehmens zu verändern. Wir beabsichtigen auch weiterhin regelmäßige Dividendenzahlungen vorzunehmen.

### Liquiditäts- und Finanzziele

Unser Liquiditätsbedarf ist aufgrund des sehr profitablen und cash-generativen Geschäftsmodells sehr gering. Wir erwarten im Geschäftsjahr 2016 – ohne Berücksichtigung von Sonderfaktoren wie beispielsweise Akquisitionen – eine konstante Entwicklung der liquiden Mittel.

### Geplante Investitionen

Nach einem Anstieg des Investitionsvolumens (CAPEX) um 3,3 Mio. € auf 15,1 Mio. € im Geschäftsjahr 2015 erwarten wir für das Geschäftsjahr 2016 einen weiteren Anstieg gegenüber 2015. Schwerpunkt der Investitionen werden wie auch in den Vorjahren Serverkapazitäten, Softwarelizenzen und selbst entwickelte Software sein.

### Prognose der nicht-finanziellen Leistungsindikatoren

Bei den berichteten nicht-finanziellen Leistungsindikatoren handelt es sich um wesentliche Messgrößen für den Erfolg und die Attraktivität unserer Angebote. Entsprechend haben wir für das Segment B2C die Anzahl der Mitglieder in der D-A-CH-Region sowie die der zahlenden Mitglieder in der D-A-CH-Region als zentrale Messgrößen definiert. Dabei ist unser Ziel, im Geschäftsjahr 2016 in der D-A-CH-Region deutlich zu wachsen (2015: + 1,6 Millionen) und die Anzahl der zahlenden Mitglieder leicht zu steigern (2015: + 46.000 neue zahlende Mitglieder).

In den Segmenten B2B E-Recruiting und B2B Advertising & Events ist die Beziehung zu Geschäftskunden die wesentliche Messgröße. Denn hiervon hängt die Umsatz- und Ergebnisentwicklung der Segmente maßgeblich ab. Daher soll die Zahl der Unternehmenskunden im Geschäftsjahr 2015 im Segment B2B E-Recruiting leicht gesteigert werden. Im Segment B2B Advertising & Events erwarten wir ebenfalls eine leichte Steigerung der Geschäftskundenzahl.

Nicht-finanzielle Leistungsindikatoren	Prognose 2016	Fortschritt HJ 2016
Segment B2C: Mitglieder in der D-A-CH-Region	Deutliches Wachstum	+ 882.000
Segment B2C: Zahlende-Mitglieder in der D-A-CH-Region	Leichtes Wachstum	+ 33.000
Segment B2B E-Recruiting: Anzahl Unternehmenskunden (B2B)	Leichtes Wachstum	+ 700
Segment B2B Advertising & Events: Anzahl Unternehmenskunden (B2B)	Leichtes Wachstum	+ 6.000

### CHANCENBERICHT

Als Marktführer in den Bereichen Business Social Networking oder auch Social Recruiting in der D-A-CH-Region sehen wir weitere Chancen für den Ausbau unserer Marktstellung und die weitere Durchdringung der für uns bedeutenden Märkte.

#### Chancen durch gesamtwirtschaftliche Entwicklung

In unterschiedlicher Ausprägung haben auch die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen einen Einfluss auf unsere Geschäftsentwicklung. Da unsere Aussagen zur zukünftigen Entwicklung der Ertragslage auf den im Lagebericht beschriebenen Annahmen zur Konjunkturerwicklung basieren, könnte eine deutlich bessere Entwicklung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen einen sehr positiven Einfluss auf unsere Geschäftstätigkeit haben. Eine weitere Verschärfung des Fachkräftemangels und ein beschleunigter Austritt der Babyboomer aus dem Berufsleben bei weiterhin stabiler Konjunktur können insbesondere die Attraktivität unserer E-Recruiting-Angebote weiter steigern, sodass die bisherige Planung übertroffen wird.

Sollte sich die konjunkturelle und gesamtwirtschaftliche Situation in der D-A-CH-Region deutlich verschlechtern, wird dies vermutlich zwar negative Effekte auf das Segment B2B E-Recruiting haben, andererseits könnte dadurch das Segment B2C eine stärker als geplante Entwicklung erfahren, weil die Positionierung bzw. das aktive Präsentieren des professionellen Lebenslaufs beispielsweise über die ProJobs-Mitgliedschaft wichtiger wird.

### **Chancen durch Produktentwicklung und Innovation**

XING ist ein Wachstumsunternehmen. So hängt der unternehmerische Erfolg stark von unserer Innovationsgeschwindigkeit und Umsetzungsstärke bei der Entwicklung neuer Produkte und Services für unsere Mitglieder und Geschäftskunden in allen Geschäftsbereichen ab. Durch kontinuierliche Prozessverbesserungen und den effizienten Einsatz unserer Entwicklungsressourcen sowie die Erkennung wichtiger Trends können sich weitere Chancen für die Verbesserung der Wachstumsraten ergeben. Sollten wir hier noch schneller als erwartet Fortschritte machen und noch schneller relevante Angebote für unsere Kunden etablieren, so hätte dies zusätzliche positive Effekte auf die Umsatz- und Ergebnisentwicklung von XING.

### **Chancen durch schnellere Durchdringung wichtiger Wachstumsmärkte**

Im Segment B2B E-Recruiting können sich zusätzliche Chancen durch die schneller als erwartet stattfindende Akzeptanz der Unternehmen für die Umsetzung von aktiven Recruiting-Maßnahmen und Employer Branding ergeben. Dabei spielen die von uns identifizierten Megatrends weiterhin eine wichtige Rolle. Digitalisierung, Fachkräftemangel und die Ansprüche der Generation Y (Gen Y) prägen nach unserer Auffassung heute und in den kommenden Jahren den Arbeitsmarkt. Wenn dieser Trend sich schneller als erwartet in den deutschsprachigen Märkten fortsetzt, kann dies sehr positive Effekte auf unsere Umsatz- und Ergebnisentwicklung insbesondere im Segment B2B E-Recruiting haben.

In der Gesamtbetrachtung hat die XING AG, insbesondere aufgrund der bisher noch geringen Penetration in wichtigen Wachstumsmärkten, zahlreiche Chancen durch eine schnellere Durchdringung dieser Märkte als geplant. Weitere Chancen können sich zusätzlich aus der Etablierung neuer Erlösquellen bzw. Geschäftsmodelle ergeben.

# 03. Konzern- Zwischen- abschluss

für den Zeitraum vom 1. Januar bis zum 30. Juni 2016

- 27 Konzern-Gesamtergebnisrechnung
- 28 Konzern-Bilanz
- 30 Konzern-Kapitalflussrechnung
- 32 Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung
- 33 Erläuterungen zum Konzern-Zwischenabschluss

# Konzern-Gesamtergebnisrechnung der XING AG

für den Zeitraum vom 1. Januar bis zum 30. Juni 2016

## Konzern-Gesamtergebnisrechnung

In Tsd. €	Anhang Nr.	01.01.2016 – 30.06.2016	01.01.2015 – 30.06.2015	01.04.2016 – 30.06.2016	01.04.2015 – 30.06.2015
Umsatzerlöse aus Dienstleistungen		68.900	57.290	35.570	29.609
Sonstige betriebliche Erträge	7	1.625	2.187	668	605
<b>GESAMTE BETRIEBSERTRÄGE</b>		<b>70.525</b>	<b>59.477</b>	<b>36.238</b>	<b>30.214</b>
Personalaufwand		-26.023	-22.777	-13.400	-11.530
Marketingaufwand		-6.898	-5.680	-2.719	-2.095
Sonstige betriebliche Aufwendungen	8	-14.716	-13.275	-7.677	-7.073
<b>EBITDA</b>		<b>22.888</b>	<b>17.745</b>	<b>12.442</b>	<b>9.516</b>
Abschreibungen	9	-4.694	-4.427	-2.461	-2.278
<b>EBIT</b>		<b>18.194</b>	<b>13.318</b>	<b>9.981</b>	<b>7.238</b>
Ergebnis aus den nach der Equity-Methode bewerteten Beteiligungen		-808	0	-705	0
Finanzerträge		134	12	133	6
Finanzaufwendungen		-115	-43	-89	-27
<b>EBT</b>		<b>17.405</b>	<b>13.287</b>	<b>9.320</b>	<b>7.217</b>
Ertragsteuern		-5.664	-4.503	-2.923	-2.550
<b>KONZERNERGEBNIS</b>		<b>11.741</b>	<b>8.784</b>	<b>6.397</b>	<b>4.667</b>
Ergebnis je Aktie (unverwässert)		2,09 €	1,57 €	1,14 €	0,83 €
Ergebnis je Aktie (verwässert)		2,09 €	1,57 €	1,14 €	0,83 €
<b>KONZERNERGEBNIS</b>		<b>11.741</b>	<b>8.784</b>	<b>6.397</b>	<b>4.667</b>
Unterschiede aus Währungsumrechnung		0	-8	0	0
Sonstiges Ergebnis		0	-8	0	0
<b>KONZERN-GESAMTERGEBNIS</b>		<b>11.741</b>	<b>8.776</b>	<b>6.397</b>	<b>4.667</b>

# Konzern-Bilanz der XING AG

zum 30. Juni 2016

## Aktiva

In Tsd. €	Anhang Nr.	30.06.2016	31.12.2015
<b>LANGFRISTIGE VERMÖGENSWERTE</b>			
Immaterielle Vermögenswerte			
Erworbene Software		4.955	3.784
Selbst entwickelte Software		25.603	19.855
Geschäfts- oder Firmenwert		13.143	8.228
Sonstige immaterielle Vermögenswerte		2.084	1.930
Sachanlagen			
Mietereinbauten		347	411
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung		5.516	4.570
Finanzanlagen			
Nach der Equity-Methode bilanzierte Beteiligungen	3	1.900	0
Sonstige Beteiligungen		1	51
Andere finanzielle Vermögenswerte		49	34
Latente Steueransprüche		1.037	378
		<b>54.635</b>	<b>39.241</b>
<b>KURZFRISTIGE VERMÖGENSWERTE</b>			
Forderungen und sonstige Vermögenswerte			
Forderungen aus Dienstleistungen		15.532	15.873
Ertragsteuerforderungen		0	237
Sonstige Vermögenswerte		3.579	3.547
Zahlungsmittel und kurzfristige Einlagen			
Eigenzahlungsmittel		75.180	78.034
Fremdzahlungsmittel		4.306	2.993
		<b>98.597</b>	<b>100.684</b>
		<b>153.232</b>	<b>139.925</b>

## Passiva

In Tsd. €	Anhang Nr.	30.06.2016	31.12.2015
<b>EIGENKAPITAL</b>			
Gezeichnetes Kapital	6	5.620	5.620
Kapitalrücklagen	6	22.622	22.622
Sonstige Rücklagen	6	2.432	2.432
Bilanzgewinn	6	27.355	29.834
		<b>58.029</b>	<b>60.508</b>
<b>LANGFRISTIGE VERBINDLICHKEITEN</b>			
Latente Steuerverbindlichkeiten		9.218	6.992
Erlösabgrenzung		3.488	3.244
Sonstige Rückstellungen		335	333
Andere finanzielle Verbindlichkeiten		3.068	1.304
Sonstige Verbindlichkeiten		2.015	2.495
		<b>18.124</b>	<b>14.368</b>
<b>KURZFRISTIGE VERBINDLICHKEITEN</b>			
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		1.847	3.797
Erlösabgrenzung		52.473	44.234
Sonstige Rückstellungen		900	588
Andere finanzielle Verbindlichkeiten		2.009	435
Ertragsteuerverbindlichkeiten		1.386	154
Sonstige Verbindlichkeiten		18.464	15.841
		<b>77.079</b>	<b>65.049</b>
		<b>153.232</b>	<b>139.925</b>

# Konzern-Kapitalflussrechnung der XING AG

für den Zeitraum vom 1. Januar bis zum 30. Juni 2016

## Konzern-Kapitalflussrechnung

In Tsd. €	Anhang Nr.	01.01.2016 – 30.06.2016	01.01.2015 – 30.06.2015
Ergebnis vor Steuern		17.405	13.287
Abschreibungen auf aktivierte Entwicklungskosten		1.743	1.344
Abschreibungen auf übriges Anlagevermögen		2.951	3.083
Personalkosten Aktienoptionsprogramm		0	15
Zinserträge		-6	-12
Erhaltene Zinsen		3	12
Zinsaufwendungen		115	43
Ergebnis von at equity bilanzierten Beteiligungen		808	0
Gezahlte Steuern		-2.841	-2.273
Gewinn aus Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens		-134	0
Veränderung der Forderungen und sonstiger Aktiva		294	-4.028
Veränderung der Verbindlichkeiten und sonstiger Passiva		626	-1.571
Veränderung der Erlösabgrenzung		8.350	9.213
Zahlungsunwirksame Veränderungen des Konsolidierungskreises		-228	-15
Eliminierung amianto Fremdverpflichtung		-1.313	-1.196
<b>CASHFLOW AUS LAUFENDER GESCHÄFTSTÄTIGKEIT</b>		<b>27.773</b>	<b>17.902</b>
Auszahlung für aktivierte Aufwendungen selbstentwickelter Software		-7.491	-4.415
Auszahlung für den Erwerb von Software		-400	-142
Auszahlungen für den Erwerb von sonstigen immateriellen Vermögenswerten		-490	-353
Auszahlungen für den Erwerb von Sachanlagen		-2.320	-1.218
Einzahlungen aus dem Abgang von Anlagevermögen		178	0
Auszahlungen für Akquisitionen konsolidierter Unternehmen (abzüglich erworbener Finanzmittel)	4	-3.148	-5.003
Auszahlungen für Investitionen in at equity bilanzierte Beteiligungen	3	-2.706	0
<b>CASHFLOW AUS INVESTITIONSTÄTIGKEIT</b>		<b>-16.377</b>	<b>-11.131</b>



### Konzern-Kapitalflussrechnung (Fs.)

In Tsd. €	Anhang Nr.	01.01.2016 – 30.06.2016	01.01.2015 – 30.06.2015
Einzahlung aus Optionsausübungen		0	1.053
Einzahlungen aus dem Verkauf eigener Aktien		0	1.457
Auszahlung Regeldividende		-5.789	-5.145
Auszahlung Sonderdividende		-8.431	0
Gezahlte Zinsen		-30	-17
<b>CASHFLOW AUS FINANZIERUNGSTÄTIGKEIT</b>		<b>-14.250</b>	<b>-2.652</b>
Differenzen aus der Währungsumrechnung		0	-8
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelbestands		-2.854	4.111
Eigen-Finanzmittelbestand zu Beginn der Periode		78.034	63.951
<b>EIGEN-FINANZMITTELBESTAND AM ENDE DER PERIODE <sup>1)</sup></b>		<b>75.180</b>	<b>68.062</b>
Fremd-Finanzmittelbestand zu Beginn der Periode		2.993	3.248
Veränderung des Fremdmittelbestands		1.313	1.196
<b>FREMD-FINANZMITTELBESTAND AM ENDE DER PERIODE</b>		<b>4.306</b>	<b>4.444</b>

<sup>1)</sup> Finanzmittel bestehen aus liquiden Mitteln.

# Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung der XING AG

für den Zeitraum vom 1. Januar bis zum 30. Juni 2016

## Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung der XING AG

In Tsd. €	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklagen	Eigene Anteile	Sonstige Rücklagen	Bilanzgewinn	Eigenkapital Summe
<b>STAND 01.01.2015</b>	<b>5.592</b>	<b>18.479</b>	<b>-434</b>	<b>2.429</b>	<b>17.341</b>	<b>43.407</b>
Währungsumrechnung	0	0	0	-8	-	-8
<b>Summe direkt im EK erfasstes Ergebnis</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>-8</b>	<b>0</b>	<b>-8</b>
Konzernergebnis	0	0	0	0	8.784	8.784
<b>Konzerngesamtergebnis</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>-8</b>	<b>8.784</b>	<b>8.776</b>
Kapitalerhöhung aus anteilsbasierter Vergütung	28	2.958	0	0	0	2.986
Verkauf eigener Aktien	0	1.201	434	0	0	1.635
Dividende für 2014	0	0	0	0	-5.145	-5.145
Personalkosten Aktienoptionsprogramm	0	0	0	15	0	15
<b>STAND 30.06.2015</b>	<b>5.620</b>	<b>22.638</b>	<b>0</b>	<b>2.436</b>	<b>20.980</b>	<b>51.674</b>
<b>STAND 01.01.2016</b>	<b>5.620</b>	<b>22.622</b>	<b>0</b>	<b>2.432</b>	<b>29.834</b>	<b>60.508</b>
Konzernergebnis	0	0	0	0	11.741	11.741
<b>Konzerngesamtergebnis</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>11.741</b>	<b>11.741</b>
Regeldividende für 2015	0	0	0	0	-5.789	-5.789
Sonderdividende	0	0	0	0	-8.431	-8.431
<b>STAND 30.06.2016</b>	<b>5.620</b>	<b>22.622</b>	<b>0</b>	<b>2.432</b>	<b>27.355</b>	<b>58.029</b>

# Erläuterungen zum Konzern-Zwischenabschluss

für den Zeitraum vom 1. Januar bis zum 30. Juni 2016

## 1. Informationen zu Gesellschaft und Konzern

Die XING AG hat ihren Firmensitz in der Dammtorstraße 30, 20354 Hamburg, Deutschland, und ist beim Amtsgericht Hamburg unter HRB 98807 eingetragen. Das Mutterunternehmen der Gesellschaft ist die Burda Digital GmbH, München, das oberste Mutterunternehmen der Gesellschaft ist seit dem 18. Dezember 2012 die Hubert Burda Media Holding Kommanditgesellschaft, Offenburg, Deutschland. Das nächsthöhere Mutterunternehmen, das einen Konzernabschluss aufstellt, ist die Burda Gesellschaft mit beschränkter Haftung, Offenburg.

XING betreibt das führende soziale Netzwerk für berufliche Kontakte im deutschsprachigen Raum und begleitet seine Mitglieder durch die Umwälzungsprozesse der Arbeitswelt. In einem Umfeld von Fachkräftemangel, Digitalisierung und Wertewandel unterstützt XING seine mehr als 10 Millionen Mitglieder dabei, Arbeiten und Leben möglichst harmonisch miteinander zu vereinen. XING erzielt seine Umsatzerlöse im Wesentlichen aus kostenpflichtigen Produktangeboten für Endkunden und Unternehmen. Dabei wird ein Großteil der erbrachten Dienstleistungen durch unsere Kunden im Voraus bezahlt.

## 2. Grundlagen der Abschlusserstellung sowie Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Der verkürzte Konzern-Zwischenabschluss der XING AG für die am 30. Juni 2016 endende Berichtsperiode wurde in Übereinstimmung mit dem von der EU verabschiedeten International Financial Reporting Standard für Zwischenabschlüsse (IAS 34) erstellt. Der verkürzte Konzern-Zwischenabschluss enthält nicht alle für den Konzernabschluss zum Geschäftsjahresende erforderlichen Informationen und Angaben und ist daher in Verbindung mit dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2015 zu lesen.

Der Betrachtungszeitraum umfasst die Zeitspanne vom 1. Januar 2016 bis zum 30. Juni 2016. Als Vergleichsperiode wird der Zeitraum vom 1. Januar 2015 bis zum 30. Juni 2015 dargestellt. Der Konzern-Zwischenabschluss und der Konzern-Zwischenlagebericht zum 30. Juni 2016 der XING AG wurden durch den Vorstand am 4. August 2016 zur Veröffentlichung freigegeben.

Die angewandten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden des verkürzten Konzern-Zwischenabschlusses entsprechen den angewandten Methoden im Konzernabschluss zum 31. Dezember 2015. Der Zwischenabschluss wurde vom Abschlussprüfer nicht geprüft oder einer prüferischen Durchsicht unterzogen.

Die Erstellung des Konzern-Zwischenabschlusses erfordert in einem begrenzten Umfang Annahmen und Schätzungen, die sich auf Höhe und Ausweis der bilanzierten Vermögenswerte und Schulden, der Erträge und Aufwendungen sowie der Eventualverbindlichkeiten auswirken. Obwohl diese Schätzungen durch die Geschäftsleitung nach bestem Wissen und unter Berücksichtigung sämtlicher aktuell verfügbarer Erkenntnisse vorgenommen wurden, können die tatsächlichen Ergebnisse von diesen Schätzungen abweichen.

Die Abschreibungsdauer, die Restwerte und die Abschreibungsmethode für immaterielle Vermögenswerte mit begrenzter Nutzungsdauer werden regelmäßig überprüft. Die Überprüfung der Restnutzungsdauer im Berichtszeitraum hat ergeben, dass die Nutzungsdauer der XING-Plattform um weitere 12 Monate auf den 31. Dezember 2020 verlängert wurde.

Mehrere geänderte IFRS gelten erstmals für das Jahr 2016. Aus der Anwendung dieser IFRS ergeben sich jedoch keine wesentlichen Auswirkungen auf den jährlichen Konzernabschluss oder den verkürzten Zwischenkonzernabschluss.

### 3. Joint Venture mit Monster Worldwide, Inc.

XING hat in den USA ein Joint Venture mit der führenden Jobplattform Monster vereinbart, um die Erfolgchancen eines gemeinsamen Angebotes in den USA zu sondieren.

Ziel ist es, mehr Arbeitgebertransparenz auch im US-Arbeitsmarkt zu schaffen. Für das US-Angebot wird die Expertise von kununu in den Bereichen Arbeitgeberbewertung und Employer-Branding mit dem Markt-Know-how, der Marketingexpertise und der Reichweite von Monster verbunden. Sitz des Joint Ventures ist Boston.

XING hat im Berichtszeitraum eine Einlage in Höhe von 3.000 Tsd. USD (2.706 Tsd. €) in das Joint Venture geleistet. Das Finanzergebnis enthält den anteiligen Anlaufverlust des Joint Ventures in Höhe von 911 Tsd. USD (808 Tsd. €).

## 4. Erwerb der BuddyBroker AG, Zürich/Schweiz im Januar 2015

Die XING AG hat am 14. April 2016 sämtliche Geschäftsanteile an der BuddyBroker AG, Zürich/Schweiz sowie der eqipia GmbH, Zug/Schweiz (im Folgenden: BuddyBroker) übernommen. Die BuddyBroker ist unter anderem Betreiberin des Produktes eqipia, dem führenden Programm für Mitarbeiterempfehlungen in der Schweiz. Mit diesem Produkt sind wir in der Lage, allen unseren Kunden in der D-A-CH-Region einen Empfehlungsmanager anzubieten – und sind somit das erste berufliche Netzwerk, das ein solches Produkt anbietet. Der Kaufpreis nach IFRS 3 besteht aus einem unmittelbar fälligen Barkaufpreis für 100 Prozent der Anteile in Höhe von umgerechnet 2,7 Mio. € sowie einer Earn-Out-Komponente (bis zu 4,8 Mio. CHF), die auf bestimmten Zusicherungen sowie Umsatzgrößen basiert. Der beizulegende Zeitwert dieser bedingten Kaufpreiskomponente wird auf 3,7 Mio. € geschätzt. Der bedingte Kaufpreis ist überwiegend im Jahr 2019 fällig. Die vorläufige Erstkonsolidierung erfolgt zum Zeitpunkt der Übertragung der Geschäftsanteile (14. April 2016).

Die Transaktionskosten in Höhe von 225 Tsd. € wurden als Aufwand gebucht und werden im sonstigen betrieblichen Aufwand in der Gewinn- und Verlustrechnung sowie in den Cashflows aus der betrieblichen Tätigkeit ausgewiesen.

Die nachfolgende Tabelle erläutert die finanziellen Auswirkungen dieses Unternehmenszusammenschlusses auf den Konzernabschluss der XING AG. Es werden lediglich Bilanzposten dargestellt, die Werte enthalten:

Akquisition BuddyBroker AG	
In Tsd. €	14.04.2016
Erworbene Software	1.940
Sachanlagen	9
Latente Ertragsteuererstattungsansprüche	145
<b>Langfristige Vermögenswerte</b>	<b>2.094</b>
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	40
Sonstige Vermögenswerte	17
<b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>	<b>57</b>
Latente Ertragsteuerschulden	358
<b>Langfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen</b>	<b>358</b>
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	24
Erlösabgrenzung	76
Sonstige Verbindlichkeiten	187
<b>Kurzfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen</b>	<b>287</b>
<b>Netto-Reinvermögen</b>	<b>1.506</b>
Kaufpreis nach IFRS 3	6.420
<b>Geschäfts- oder Firmenwert</b>	<b>4.914</b>

Die Kaufpreisallokation wurde im Konzern-Zwischenabschluss zum 30. Juni 2016 zunächst auf vorläufiger Basis vorgenommen.

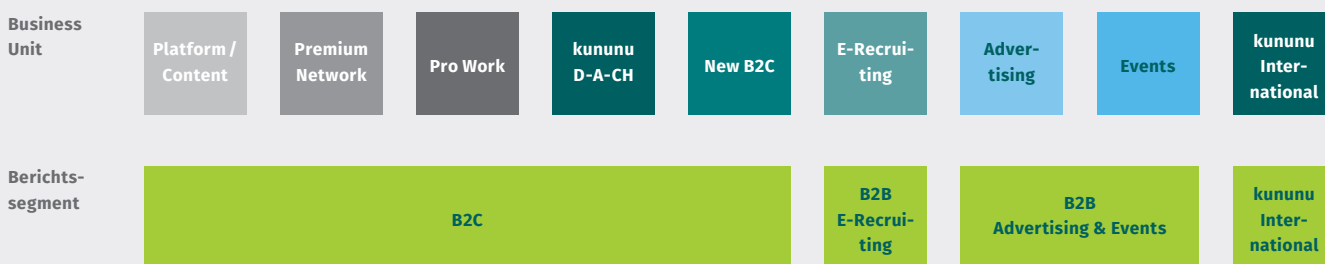
Die BuddyBroker hat seit dem Erwerbszeitpunkt 24 Tsd. € zu den Umsatzerlösen und –168 Tsd. € zum EBITDA beigetragen. Hätte der Unternehmenszusammenschluss zu Jahresbeginn stattgefunden, hätten sich die Umsatzerlöse auf 66 Tsd. € und das EBITDA auf –421 Tsd. € belaufen.

Der erfasste Geschäfts- oder Firmenwert resultiert in erster Linie aus Synergien, die aus der Einbindung der Technologie auf der XING-Plattform resultieren. Der erfasste Geschäfts- oder Firmenwert ist steuerlich nicht abzugsfähig.

## 5. Segmentinformationen

Seit Januar 2016 berichten wir 4 Segmente: B2C, B2B E-Recruiting, B2B Advertising & Events, (kununu) International.

### Übersicht Business Units / Berichtssegmente



Im Berichtssegment B2C sind die Business Units „Platform/Content“, „Premium Network“, „Pro Work“, „kununu DACH“ und „New B2C“ abgebildet. Sie adressieren die Mitglieder von XING, die sich auf XING.com, dem XING Stellenmarkt (ehemals E-Recruiting) und kununu.com (ehemals E-Recruiting) mit anderen Berufstätigen vernetzen, einen passenden Job finden, sich über potenzielle Arbeitgeber informieren bzw. sich über beruflich relevante Themen informieren wollen. Die Monetarisierung erfolgt im Wesentlichen über Bezahlmitgliedschaften (Premium, ProJobs). Auch neue B2C-Aktivitäten werden hier abgebildet (z.B. Pro Coach).

Das Segment B2B-E-Recruiting adressiert B2B-Kunden, die Zugang zu Arbeitnehmern und Talenten suchen. Die Monetarisierung erfolgt über die Entwicklung, die Vermarktung und den Vertrieb der Produkte XING Talentmanager (Active Recruiting), Stellenanzeigen (Passive Recruiting) und Employer-Branding-Profile. Die notwendigen Profile bzw. der notwendige Traffic von Kandidaten wird im Segment B2C generiert.

Im Segment B2B Advertising & Events sind die Business Units „Advertising“ (ehemals „Network/Premium“) und „Events“ abgebildet. Sie adressieren Werbe- und Eventkunden. Die Monetarisierung erfolgt über Werbeerlöse und Ticketing.

Weitere Aktivitäten außerhalb der D-A-CH-Region werden in einem Segment (kununu) International berichtet.

Die Überleitungsrechnung (sonstige betriebliche Erträge/Aufwendungen) beinhaltet Zentralbereiche wie IT, Finanzen und Personal sowie sonstige Geschäftstätigkeiten, die definitionsgemäß keine Segmente darstellen.

Die Segmentierung von Vermögen, Verbindlichkeiten und Investitionen auf Basis der operativen Geschäftsfelder wird nicht vorgenommen, da diese Kennzahlen nicht als Steuerungsgrößen auf Segmentebene verwendet werden. So bezieht sich etwa ein wesentlicher Teil der Investitionen auf die selbst-erstellte Plattform, die den Segmenten nicht zugeordnet werden kann. Die Segmentdaten werden auf Grundlage der im Konzernabschluss angewendeten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden ermittelt. Die Kosten werden den Bereichen verursachungsgerecht zugeordnet. Den Geschäftsbeziehungen zwischen den Gesellschaften der Segmente liegen grundsätzlich Preise zugrunde, die auch mit Dritten vereinbart werden. Als Segmentergebnisgröße verwendet XING das Segment-

betriebsergebnis, das als Bruttoergebnis abzüglich der dem Segment direkt zurechenbaren Kosten (Personal-, Marketing-, Mietaufwendungen, bereichsbezogene IT-Aufwendungen (z. B. Entwicklungskosten), etc.) definiert ist. Einem Segment nicht direkt zuordenbare Aufwendungen (z. B. zentrale IT-Aufwendungen), Wertminderungen und Wertaufholungen werden in der Überleitungsrechnung ausgewiesen, ebenso wie das Betriebsergebnis von zentralen Funktionen, die kein Segment darstellen. Sondereffekte und Effekte aus Kaufpreisallokationen werden herausgerechnet. Bereinigte Sondereffekte sind beispielsweise Restrukturierungsaufwendungen, Veräußerungsergebnisse, Wertminderungsaufwendungen sowie andere nicht operative Aufwendungen oder Erträge.

Die Werte der Vergleichsperiode sind in die neue Struktur der Berichtsperiode überführt. Die aufgeteilten Umsatzerlöse und Ergebnisse sind in den nachfolgenden Tabellen abgebildet:

In Tsd. €	B2C		B2B E-Recruiting		B2B Advertising & Events		kununu International		Konsolidierung segmentinterner Umsätze / Aufwendungen		Summe Segmente	
	01.01. – 30.06. 2016	01.01. – 30.06. 2015	01.01. – 30.06. 2016	01.01. – 30.06. 2015	01.01. – 30.06. 2016	01.01. – 30.06. 2015	01.01. – 30.06. 2016	01.01. – 30.06. 2015	01.01. – 30.06. 2016	01.01. – 30.06. 2015	01.01. – 30.06. 2016	01.01. – 30.06. 2015
Umsatzerlöse (mit Dritten)	37.262	32.487	25.305	19.604	5.859	5.199	474	0	0	0	68.900	57.290
Konzerninterne Umsatzerlöse	0	0	0	0	280	324	0	0	-280	-324	0	0
Gesamtumsatzerlöse	37.262	32.487	25.305	19.604	6.139	5.523	474	0	-280	-324	68.900	57.290
Konzerninterne Segmentaufwendungen	-280	-324	0	0	0	0	0	0	280	324	0	0
Sonstige Segmentaufwendungen	-16.842	-13.434	-8.359	-8.065	-4.704	-4.650	-555	0	0	0	-30.460	-26.149
Segmentbetriebsergebnis	20.140	18.729	16.946	11.539	1.435	874	-81	0	0	0	38.440	31.141
Sonstige betriebliche Erträge / Aufwendungen											-15.552	-13.396
EBITDA											22.888	17.745

## Umsatzerlöse nach geographischen Regionen

In Tsd. €	01.01.2016 – 30.06.2016	01.01.2015 – 30.06.2015
D-A-CH	65.559	54.821
International	3.341	2.469
	<b>68.900</b>	<b>57.290</b>

Es bestehen keine Abhängigkeiten von wichtigen Kunden, da mit keinem Kunden ein signifikanter Anteil der Umsatzerlöse der Gruppe erzielt wird.

Die langfristigen Vermögenswerte (ohne latente Steueransprüche) in Höhe von 53.598 Tsd. € (31. Dezember 2015: 38.863 Tsd. €) entfallen wie zum 31. Dezember 2015 ausschließlich auf die D-A-CH-Region.

## 6. Eigenkapital

Zum 30. Juni 2016 betrug das Grundkapital der XING AG 5.620.435 € (31. Dezember 2015: 5.620.435 €) und die Gesellschaft hielt keine eigenen Aktien.

Gemäß des Beschlusses der Hauptversammlung am 2. Juni 2016 wurde eine Dividende für das Geschäftsjahr 2015 in Höhe von 1,03 € pro Aktie (2014: 0,92 € pro Aktie) zuzüglich 1,50 € Sonderdividende pro Aktie ausgeschüttet. Bei 5.620.435 dividendenberechtigten Aktien entspricht das einer Auszahlungssumme von 14,2 Mio. €. Der Bestand an liquiden Eigenmitteln von 75,2 Mio. EUR zum 30. Juni 2016 sowie das cash-generative Geschäftsmodell von XING ermöglichen der Gesellschaft die Auszahlung einer Sonderdividende, ohne die weiter auf Wachstum ausgerichtete Geschäftsstrategie des Unternehmens zu verändern.

## 7. Sonstige betriebliche Erträge

Die sonstigen betrieblichen Erträge enthalten Erträge aus der Währungsumrechnung in Höhe von 29 Tsd. € (Vorjahr: 1.203 Tsd. €). Des Weiteren sind Erträge aus abgeschriebenen Forderungen in Höhe von 380 Tsd. € (Vorjahr: 26 Tsd. €) sowie aus verjährten Verbindlichkeiten in Höhe von 195 Tsd. € (Vorjahr: 0 Tsd. €) enthalten.

## 8. Sonstige betriebliche Aufwendungen

In nachfolgender Übersicht sind die wesentlichen Posten der sonstigen betrieblichen Aufwendungen aufgeschlüsselt:

In Tsd. €	01.01.2016 – 30.06.2016	01.01.2015 – 30.06.2015
IT-Dienstleistungen, betriebswirtschaftliche Dienstleistungen	4.679	3.940
Raumkosten	2.374	2.103
Server-Hosting, Verwaltung und Traffic	1.188	1.152
Reise-, Bewirtungs- und sonstige Geschäftskosten	1.149	958
Kosten für Zahlungsabwicklung	1.046	1.095
Sonstige Personalkosten	985	763
Rechtsberatungskosten	667	419
Forderungsverluste	445	722
Fortbildungskosten	431	313
Buchführungskosten	276	231
Telefon/Mobilfunk/Porto/Kurier	276	255
Miete/Leasing	170	137
Abschluss- und Prüfungskosten	166	165
Periodenfremde Aufwendungen	165	118
Aufsichtsratsvergütung	160	143
Bürobedarf	107	129
Kursverluste	63	144
Übrige	370	488
<b>Gesamt</b>	<b>14.716</b>	<b>13.275</b>



Die übrigen Aufwendungen umfassen im Wesentlichen Ausgaben für Beiträge, sonstige Abgaben und Aufwand für Versicherungen.

## 9. Abschreibungen

Im Berichtszeitraum wurde die Nutzungsdauer der selbst erstellten Software um weitere 12 Monate auf den 31. Dezember 2020 verlängert. Hierdurch sind niedrigere Abschreibungen in Höhe von 497 Tsd.€ gegenüber dem ehemaligen Abschreibungsplan erfasst worden.

## 10. Nahestehende Unternehmen und Personen

Bezüglich der Angaben über Beziehungen zu nahestehenden Unternehmen und Personen verweisen wir auf den Konzernabschluss zum 31. Dezember 2015. Es haben sich bis zum 30. Juni 2016 aus Sicht der XING AG keine wesentlichen Änderungen in Hinblick auf die Burda-Gruppe ergeben.

Gegenüber dem in der Berichtsperiode gegründeten Gemeinschaftsunternehmen mit der Monster Inc. „kununu US LLC“ bestehen zum 30. Juni 2016 Forderungen in Höhe von 555 Tsd.€, die unter den Forderungen aus Dienstleistungen ausgewiesen werden.

Zum 30. Juni 2016 bestehen keine Forderungen gegenüber Mitgliedern des Vorstands und des Aufsichtsrats.

## 11. Wesentliche Ereignisse nach der Zwischenberichtsperiode

Es liegen keine Vorgänge von besonderer Bedeutung nach dem Ende der Berichtsperiode vor, die eine wesentliche Auswirkung auf den Geschäftsverlauf des XING-Konzerns haben werden.

Hamburg, 4. August 2016

Dr. Thomas Vollmoeller

Ingo Chu

Timm Richter

Jens Pape

# Versicherung der gesetzlichen Vertreter

Wir versichern nach bestem Wissen, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen für die Zwischenberichterstattung der Konzernzwischenabschluss unter Beachtung der Grundsätze ordnungsgemäßer Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt und im Konzernzwischenlagebericht der Geschäftsverlauf einschließlich des Geschäftsergebnisses und die Lage des Konzerns so dargestellt sind, dass ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild vermittelt wird, soweit die wesentlichen Chancen und Risiken der voraussichtlichen Entwicklung des Konzerns im verbleibenden Geschäftsjahr beschrieben sind.

Hamburg, 4. August 2016

Der Vorstand

# Finanzkalender

---

Halbjahresbericht 2016  
Zwischenbericht zum dritten Quartal 2016

4. August 2016  
6. November 2016<sup>1)</sup>

1) Vorläufiger Termin

## Impressum und Kontakt

---

Geschäftsberichte, Zwischenberichte sowie aktuelle Finanzinformationen zur XING AG erhalten Sie über:

### **XING AG**

Investor Relations

Patrick Möller

Dammtorstraße 30

20354 Hamburg

Telefon +49 40 41 91 31 – 793

Telefax +49 40 41 91 31 – 44

Presseinformationen und aktuelle Informationen zur XING AG erhalten Sie über:

### **XING AG**

Corporate Communications

Marc-Sven Kopka

Telefon +49 40 41 91 31 – 763

Telefax +49 40 41 91 31 – 44

presse@xing.com

### **Konzept, Gestaltung und Realisation**

CAT Consultants, Hamburg

www.cat-consultants.com

### **Unsere Social-Media-Kanäle**

Unternehmensblog der XING AG

<http://blog.xing.com>

Kapitalmarktbezogene Themen und Neuigkeiten

Twitter: xing\_ir

Unternehmensübergreifende Themen und Neuigkeiten

Twitter: xing\_de

Unternehmensbezogene Themen und Neuigkeiten auf Englisch

Twitter: xing\_com

Youtube-Kanal der XING AG

Youtube: [www.youtube.com/user/XINGcom?gl=DE](http://www.youtube.com/user/XINGcom?gl=DE)

Facebook-Präsenz der XING AG

Facebook: [www.facebook.com/XING](http://www.facebook.com/XING)

*Dieser Zwischenbericht liegt in deutscher und englischer Sprache vor.*

*Beide Fassungen sowie weitere Presseinformationen stehen auch im Internet unter <http://corporate.xing.com> zum Download bereit.*

[www.xing.com](http://www.xing.com)

**XING AG**

Dammtorstraße 30

20354 Hamburg

Telefon +49 40 41 91 31 – 793

Telefax +49 40 41 91 31 – 44

[investor-relations@xing.com](mailto:investor-relations@xing.com)

**XING** 