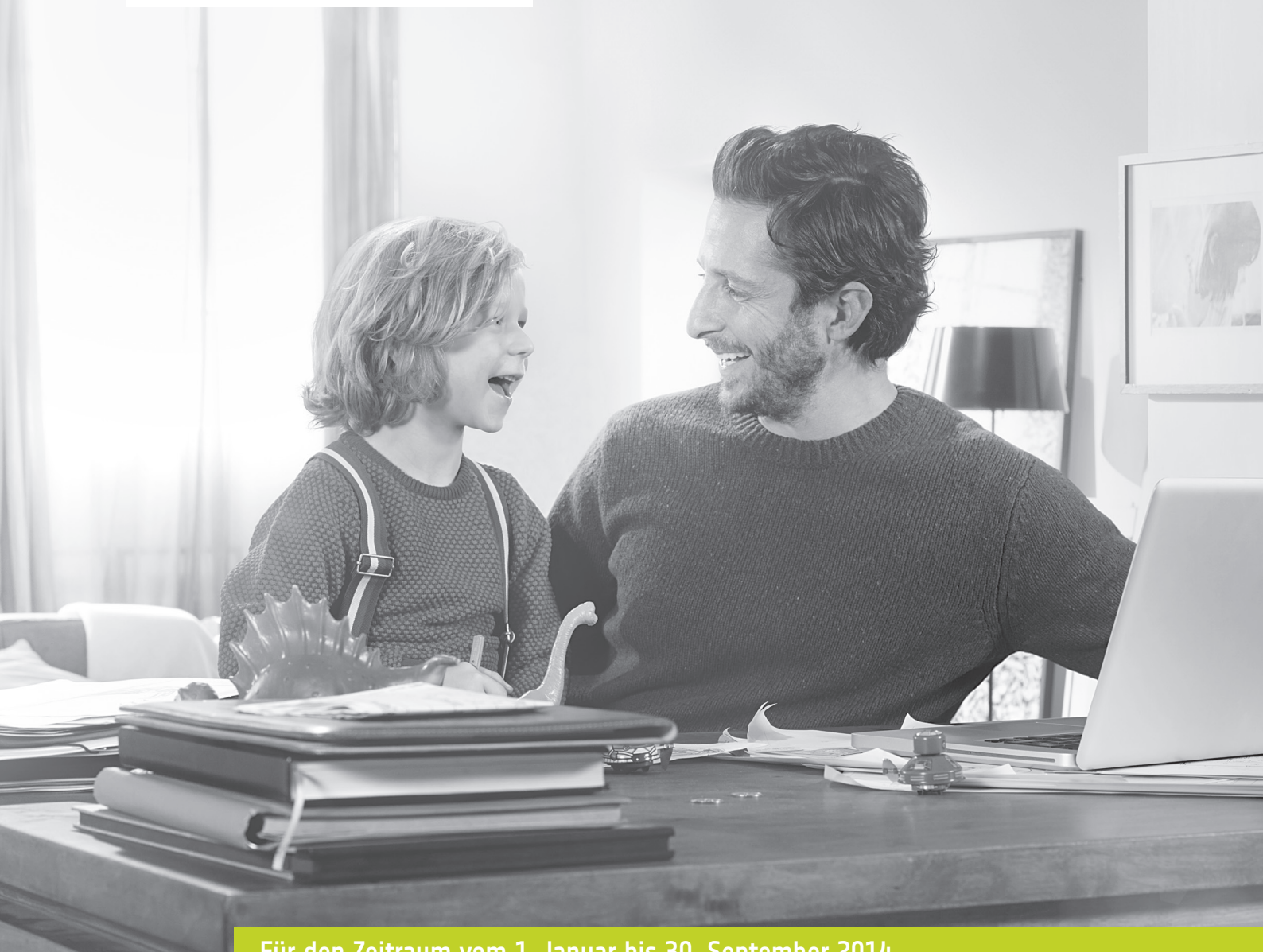


**XING** 



Für den Zeitraum vom 1. Januar bis 30. September 2014

# Q3 – Zwischenbericht

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

# Kennzahlen der XING AG

	Einheit	9M 2014	9M 2013	Q3 2014	Q3 2013	Q2 2014
Umsatz <sup>1</sup>	in Mio. €	73,11	62,06	25,98	21,58	24,38
Segment Network/Premium	in Mio. €	44,54	40,26	15,61	13,70	15,02
Segment E-Recruiting	in Mio. €	23,31	17,06	8,77	6,19	7,54
Segment Events	in Mio. €	4,02	3,69	1,22	1,25	1,36
EBITDA reported	in Mio. €	19,64	17,37	9,10	6,21	6,53
EBITDA exkl. kununu-Earn-Out <sup>2</sup>	in Mio. €	21,38	17,37	9,86	6,21	7,02
EBITDA-Marge reported	in %	27	28	35	29	27
EBITDA-Marge exkl. kununu-Earn-Out <sup>2</sup>	in %	29	28	38	29	29
Periodenergebnis reported	in Mio. €	8,47	7,41	4,65	2,72	2,77
Periodenergebnis exkl. kununu-Earn-Out <sup>2</sup>	in Mio. €	10,21	7,41	5,41	2,72	3,26
Ergebnis je Aktie (verwässert) reported	in €	1,51	1,33	0,83	0,48	0,49
Ergebnis je Aktie (verwässert) exkl. kununu-Earn-Out <sup>2</sup>	in €	1,83	1,33	0,97	0,48	0,58
Operativer Cashflow	in Mio. €	24,46	17,76	10,47	4,41	6,38
Eigenkapital	in Mio. €	45,68	58,27	45,68	58,27	41,02
Liquide Mittel	in Mio. €	57,82	62,60	57,82	62,60	50,91
XING-Nutzer gesamt (D-A-CH)	in Mio.	7,94	6,72	7,94	6,72	7,57
davon Plattform-Mitglieder	in Mio.	7,67	6,72	7,67	6,72	7,39
davon zahlende Mitglieder	in Tsd.	833	829	833	829	829
davon XING-Events-Nutzer	in Tsd.	265	K.A.	265	K.A.	183
B2B-Kunden (D-A-CH)						
im Segment E-Recruiting	in Tsd.	16,57	16,27	16,57	16,27	14,75
im Segment Events	in Tsd.	2,40	2,08	2,40	2,08	2,40
Mitarbeiter		638	560	638	560	626

1 Gesamtumsatz inkl. sonstiger betrieblicher Erträge.

2 Durch Änderungen der IFRS-Richtlinien zur Bilanzierung von Kaufpreisverpflichtungen aus Earn-Outs bei Unternehmenskäufen sind diese seit 2013 nicht mehr als Bestandteil des Unternehmenskaufpreises, sondern als Personalaufwand zu erfassen. Bei XING betrifft diese Änderung die Earn-Out-Verpflichtung für die kununu-Transaktion. Rund 1,5 Mio. € wurden daher bereits in Q4 2013 für das Gesamtjahr 2013 als Personalaufwand erfasst. Weitere rund 0,5 Mio. € sind jeweils in Q1 sowie in Q2 2014 im Personalaufwand erfasst worden, weitere rund 0,8 Mio. € in Q3. Dieser Personalaufwand ist nicht operativ und hat keine Auswirkungen auf den operativen Cashflow. Er belastet entsprechend der vertraglich vereinbarten Earn-Out-Periode ausschließlich die Ergebnisse der Geschäftsjahre 2013 sowie 2014 (Q1 bis Q4). Die XING AG weist in ihren Berichten auch die um diesen Effekt eliminierten Kennzahlen aus, um eine sachgerechte Interpretation der operativen Geschäftsentwicklung anhand von EBITDA, Periodenergebnis und anderen Ergebniskennzahlen zu ermöglichen

# Unternehmensporträt

---

XING ist das soziale Netzwerk für berufliche Kontakte. Rund 15 Millionen Mitglieder weltweit nutzen die Plattform für Geschäft, Job und Karriere, davon etwa 8 Millionen im deutschsprachigen Raum. Auf XING vernetzen sich Berufstätige aller Branchen, sie suchen und finden Jobs, Mitarbeiter, Aufträge, Kooperationspartner, Veranstaltungen, fachlichen Rat oder Geschäftsideen. Mitglieder tauschen sich online über 50.000 Fachgruppen aus und treffen sich persönlich auf XING-Events. Betreiber der Plattform ist die XING AG. Das Unternehmen wurde 2003 in Hamburg gegründet, ist seit 2006 börsennotiert und seit 2011 im TecDAX gelistet.

## Inhalt

---

### 01.

#### An unsere Aktionäre

- 02 An unsere Aktionäre
- 03 Vorwort des Vorstandsvorsitzenden
- 06 Die XING-Aktie

### 02.

#### Konzern-Zwischenlagebericht

- 08 Konzern-Zwischenlagebericht
- 09 Geschäftsverlauf
- 09 Ertragslage im Konzern
- 11 Entwicklung im Segment „Network/Premium“
- 13 Entwicklung im Segment „E-Recruiting“
- 14 Entwicklung im Segment „Events“
- 15 Risikobericht

### 03.

#### Konzern-Zwischenabschluss

- 16 Konzern-Zwischenabschluss
- 17 Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung
- 18 Konzern-Gesamtergebnisrechnung
- 19 Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung
- 20 Konzern-Bilanz
- 22 Konzern-Kapitalflussrechnung
- 24 Erläuterungen zum Konzern-Zwischenabschluss
- 29 Versicherung der gesetzlichen Vertreter

### 04.

#### Service

- U3 Finanztermine, Impressum und Kontakt

# 01.

# AN UNSERE AKTIONÄRE

- 
- 03 Vorwort des Vorstandsvorsitzenden
  - 06 Die XING-Aktie

# Vorwort des Vorstandsvorsitzenden



Dr. Thomas Vollmoeller,  
Vorstandsvorsitzender der XING AG

## SEHR GEEHRTE DAMEN UND HERREN,

ich habe Ihnen in den vergangenen Quartalen ausführlich beschrieben, wie wir XING neu positioniert und auf Basis dessen eine neue Produkt- wie Kommunikations-Strategie entwickelt haben. Kern unseres Ansatzes ist die Tatsache, dass sich die Arbeitswelt derzeit in einem radikalen Umbruch befindet. Wichtiger als die Optimierung ihrer Karriere nach traditionellen Maßstäben ist immer mehr Berufstätigen, dass sie eine Tätigkeit ausüben, die zur eigenen Lebenssituation passt, zu individuellen Bedürfnissen und Wünschen. Aspekte wie „Sinn“ und „Familienfreundlichkeit“ treten in den Vordergrund. Eine aktuelle forsa-Umfrage, die wir kürzlich durchgeführt haben, kommt zu dem Ergebnis, dass sich acht von zehn unter den befragten 1.011 deutschen Fach- und Führungskräften (82 Prozent) einen Job wünschen, der mehr Zeit für Familie, Lebenspartner oder Freunde lässt. Auch der Wunsch nach einer sinnstiftenden Tätigkeit im Sinne des Gemeinwohls nimmt eine wichtige Rolle ein. Rund zwei Drittel aller Befragten wissen jedoch nicht, wo diese Jobs zu finden sind.

Das haben wir uns nicht zweimal sagen lassen und im September eine Job-Offensive gestartet. Die Herbstoffensive begann mit dem Launch des XING Stellenmarktes, der, anders als herkömmliche Jobbörsen, die Bedürfnisse des Suchenden in den Mittelpunkt stellt. Er findet beispielsweise mit einem Klick Arbeitgeber, deren Mitarbeiter etwa flexible Arbeitszeiten, eine gute Work-Life-Balance oder Kinderbetreuungsmaßnahmen loben. Als Basis dienen die Bewertungen von kununu, der größten Arbeitgeberbewertungsplattform im deutschsprachigen Raum. Zudem bietet der XING Stellenmarkt eine Rubrik für Stellen bei Firmen, die über eine hohe Kompetenz im Umwelt- oder Sozialsektor verfügen. Die dritte Rubrik listet Stellen für diejenigen auf, denen berufliche Entwicklung und Karriere besonders wichtig sind.

Auch nach dem 3. Quartal hat XING die Job-Offensive fortgesetzt und im Oktober mit XING ProJobs erstmals ein kostenpflichtiges Premium-Zusatzpaket auf den Markt gebracht. XING ProJobs gibt Mitgliedern ein leistungsstarkes Werkzeug an die Hand, das ihnen hohe Aufmerksamkeit bei potenziellen neuen Arbeitgebern sicherstellt, Zugang zu exklusiven und hochdotierten Jobangeboten bietet und durch einen Lebenslauf-Check hilft, sich selbst perfekt in Szene zu setzen.

Meine Damen und Herren, ich freue mich sehr, dass unsere Aktivitäten gute Früchte tragen. So darf ich Ihnen mit dem 3. Quartal 2014 in mehreren Dimensionen das beste Quartal vorstellen, das XING seit dem Börsengang im Jahre 2006 vorgelegt hat.

Der Gesamtumsatz stieg um 20 Prozent auf 26,0 Mio. €. Wesentliche Treiber dafür waren die Segmente „E-Recruiting“ und „Network/Premium“. Seit der Runderneuerung des Produktangebotes für Premiumkunden, die wir ebenfalls Ende vergangenen Jahres eingeleitet haben, legen die Erlöse im Geschäftsbereich „Network/Premium“ deutlich zu. So auch im 3. Quartal, in dem der Umsatz um 14 Prozent anstieg und auf 15,6 Mio. € (13,7 Mio. €) stieg. Stärkster Wachstumstreiber im 3. Quartal war erneut der Geschäftsbereich „E-Recruiting“, der 8,8 Mio. € erwirtschaftete und damit 42 Prozent über dem Vorjahreswert (6,2 Mio. €) lag. Sowohl das Gesamtumsatzwachstum als auch das Wachstum in den Segmenten Network/Premium und E-Recruiting beschleunigt sich damit weiter. Der Umsatz im Bereich „Events“ lag mit 1,2 Mio. € wie erwartet knapp unter Vorjahr (1,3 Mio. €). Grund hierfür ist die Neuausrichtung des Events-Geschäfts, das in der Vergangenheit rein auf B2B-Kunden ausgerichtet war, sich aber künftig zusätzlich noch stärker auch auf B2C-Kundenbeziehungen konzentrieren wird. So haben wir im Rahmen dieses Umbaus etwa im dritten Quartal den XING Eventmarkt gelauncht, der unseren Nutzern hilft, in der Vielzahl angebotener Events die Spreu vom Weizen zu trennen. Auf Basis des eigenen Netzwerks und der Profilinformatoren beantwortet er die Fragen: Welche Events sind für mich relevant, welche nicht? Welche bringen mich beruflich weiter? Auf welchen Konferenzen treffe ich die wichtigsten Kontakte, Partner oder potentielle Neukunden?

Das operative Ergebnis (EBITDA) betrug inkl. der nicht-operativen kununu-Earn-Out-Verpflichtung 9,1 Mio. € (exkl. der nicht-operativen kununu-Earn-Out-Verpflichtung 9,9 Mio. €). Der Konzernüberschuss des 3. Quartals inkl. der nicht-operativen kununu-Earn-Out-Verpflichtung betrug 4,7 Mio. € (exkl. der nicht-operativen kununu-Earn-Out-Verpflichtung 5,4 Mio. €).

Für das Gesamtjahr 2014 erwarten wir ein EBITDA inkl. der nicht-operativen kununu-Earn-Out-Verpflichtung in Höhe von 28-29 Mio. €.

Was mich zusätzlich und ganz besonders freut: Das dritte Quartal war nicht nur ein Rekordquartal was das Umsatzwachstum angeht. Wir haben außerdem mehr neue Mitglieder gewonnen, als in irgendeinem anderen Quartal seit dem Börsengang im Jahre 2006. So konnte XING im Berichtszeitraum insgesamt 282.000 neue Plattform-Mitglieder in der D-A-CH-Region willkommen heißen. Dazu hat erstmalig auch die im zweiten Quartal akquirierte Plattform [www.lebenslauf.com](http://www.lebenslauf.com) beigetragen. Damit hatte XING zum Ende des 3. Quartals 7,67 Millionen Mitglieder im deutschsprachigen Raum. Zusätzlich registrierten sich seit Jahresbeginn weitere 265.000 Nutzer bei XING-Events. Addiert stieg die Gesamtnutzerbasis von XING damit auf 7,94 Millionen per Ende September.

An dieser Stelle will ich mich bedanken bei den Mitarbeitern der XING Gruppe, die mit großem Ehrgeiz und Engagement nicht nur für die oben beschriebene Job-Offensive, sondern auch für eine Vielzahl weiterer Initiativen und Entwicklungen, ganz wesentlich dazu beigetragen haben, dass ich Ihnen diese Zahlen vorlegen kann. Ich will mich darüber hinaus bedanken bei Ihnen für Ihr Vertrauen und Ihre Treue.

XING wächst ungebremst weiter, wir haben uns viel vorgenommen und befinden uns auf einem sehr guten Weg. Bleiben Sie uns gewogen,

Ihr  
Dr. Thomas Vollmoeller  
CEO XING AG

Hamburg, den 6. November 2014

# Die XING-Aktie

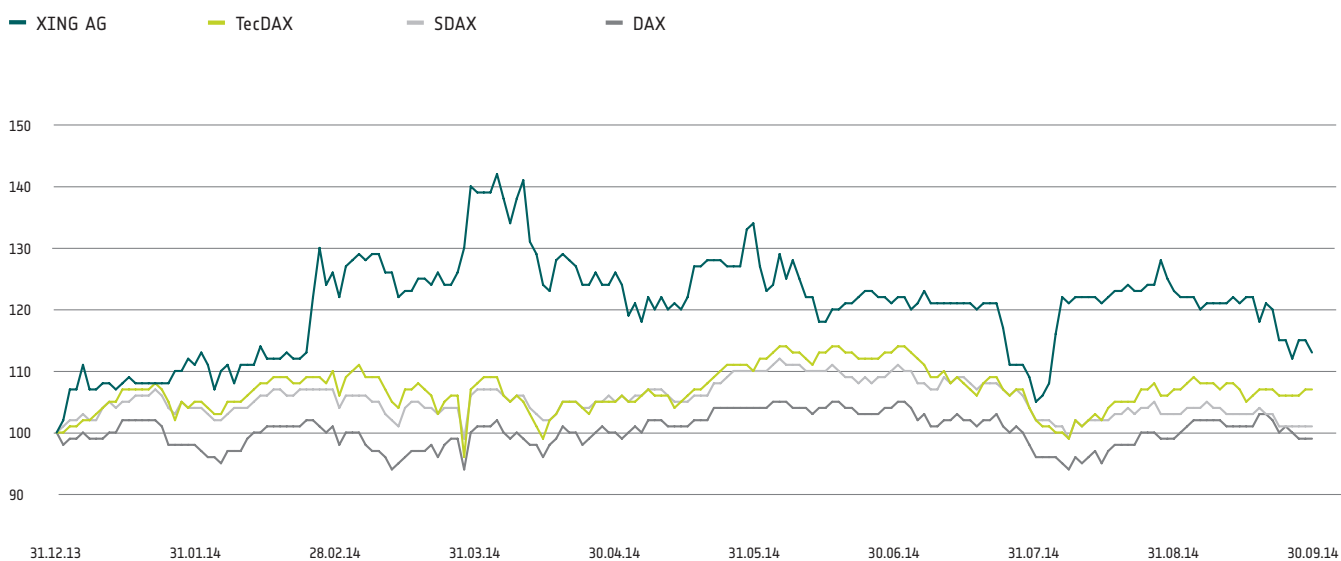
## Stammdaten zur XING-Aktie

Aktienanzahl per 31.09.2014	5.592.137
Grundkapital in €	5.592.137
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

	Q1-Q3 2014	Q1-Q3 2013
XETRA-Schlusskurs am Ende der Periode	84,29 €	81,27 €
Höchstkurs	105,85 €	81,27 €
Tiefstkurs	75,78 €	38,00 €
Marktkapitalisierung am Ende der Periode in Mio. €	471,4	454,5
Durchschnittliches Handelsvolumen je Handelstag (XETRA)	7.125	9.239
Rang TecDAX		
nach Handelsumsatz	28	28
nach Free-Float-Marktkapitalisierung	30	31
Ergebnis je Aktie (verwässert) exkl. kununu-Earn-Out	1,83 €	1,33 €

## Aktienkursverlauf im Vergleich zu den Indizes vom 31.12.2013 bis 30.09.2014 (indexiert)





### Analystenbewertung für die XING-Aktie

Broker	Analyst	Empfehlung	Kursziel
Berenberg Bank	Sarah Simon	Kaufen	96 €
Commerzbank	Heike Pauls	Kaufen	120 €
Close Brothers	Marcus Silbe	Kaufen	140 €
Deutsche Bank	Benjamin Kohnke	Kaufen	110 €
Goldman Sachs	Carl Hazely	Kaufen	130 €
Hauck & Aufhäuser	Sascha Berresch	Verkaufen	65 €
Jefferies	David Reynolds	Halten	110 €
J.P. Morgan Cazenove	Mark O'Donnell	Halten	74 €
Montega	Alexander Braun	Verkaufen	60 €
Warburg Research	Jochen Reichert	Verkaufen	90 €

### Aktionärsstruktur



# 02.

## KONZERN-ZWISCHEN- LAGEBERICHT

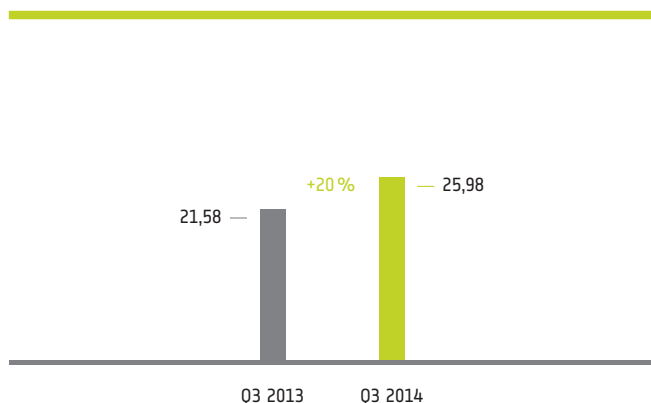
für den Zeitraum vom 1. Januar bis 30. September 2014

- 
- 09 **Geschäftsverlauf**
  - 09 Ertragslage im Konzern
  - 11 Entwicklung im Segment „Network/Premium“
  - 13 Entwicklung im Segment „E-Recruiting“
  - 14 Entwicklung im Segment „Events“
  - 15 Risikobericht

# Geschäftsverlauf

## Ertragslage im Konzern

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



Seit Beginn des Jahres kann XING ein sich beschleunigendes Wachstum präsentieren. Lagen die Wachstumsraten in den Vorquartalen bei 16 bzw. 17 Prozent, haben wir im dritten Quartal ein noch stärkeres Umsatzwachstum von 20 Prozent erzielt. Entsprechend stieg der Gesamtumsatz (inkl. sonstiger betrieblicher Erträge) um 4,39 Mio. € auf insgesamt 25,98 Mio. € an (Q3 2013: 21,58 Mio. €). Größter Wachstumstreiber war im dritten Quartal das Segment E-Recruiting mit einem Anstieg von 42 Prozent gegenüber dem Vorjahresquartal. Darüber hinaus tragen auch die eingeleiteten Maßnahmen zur Stärkung der Wachstumsdynamik im Kerngeschäft Premium Club weiter Früchte. Hier konnte eine Wachstumsrate von 14 Prozent (Vorjahr: 7 Prozent) im dritten Quartal erreicht werden.

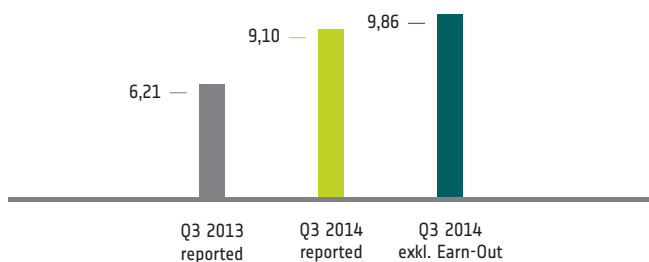
Der Marketingaufwand verringerte sich gegenüber den Vorquartalen, aber auch dem Vorjahresquartal (Q3 2013: 1,80 Mio. €) deutlich auf 1,27 Mio. € – unter anderem auch dank weiterer Verbesserung der Marketingeffizienz. Entsprechend betrug die Marketingaufwandsquote lediglich 5 Prozent (Q3 2013: 8 Prozent).

Bei der größten Kostenposition Personal reduzierte sich die Aufwandsquote auf 40 Prozent nach 44 Prozent im ersten Quartal bzw. 43 Prozent im zweiten Quartal 2014. Der absolute Personalaufwand beträgt im dritten Quartal 10,43 Mio. € (Q3 2013: 8,34 Mio. €). Hierbei ist zu beachten, dass sowohl in den Vorquartalen als auch im dritten Quartal ein Aufwand aufgrund der kununu-Earn-Out-Verpflichtung im Personalaufwand zu erfassen ist. Im dritten Quartal wurden aufgrund der positiven Entwicklung bei kununu insgesamt 0,75 Mio. € im Personalaufwand erfasst. Ohne Berücksichtigung dieser nicht operativen Earn-Out-Verpflichtung beträgt der Personalaufwand damit im dritten Quartal 2014 9,68 Mio. €. Damit liegt die Personalaufwandsquote im dritten Quartal 2014 bei 37 Prozent gegenüber 39 Prozent im Vorjahreszeitraum.

Bei der dritten Aufwandsposition, den sonstigen betrieblichen Aufwendungen reduzierte sich der entsprechende Aufwand von 5,24 Mio. € in Q3 2013 auf 5,17 Mio. € im dritten Quartal 2014. Entsprechend verringerte sich auch die Aufwandsquote von 24 auf 20 Prozent im Berichtszeitraum.

In der Folge der unterproportionalen Kostenentwicklung betrug das operative Ergebnis (EBITDA) inkl. der nicht-operativen kununu-Earn-Out-Verpflichtung 9,1 Mio. € (exkl. der nicht-operativen kununu-Earn-Out-Verpflichtung 9,9 Mio. €).

#### EBITDA (in Mio. €)<sup>1</sup>



<sup>1</sup> Durch Änderungen der IFRS-Richtlinien zur Bilanzierung von Kaufpreisverpflichtungen aus Earn-Outs bei Unternehmenskäufen sind diese seit 2013 nicht mehr als Bestandteil des Unternehmenskaufpreises, sondern als Personalaufwand zu erfassen. Bei XING betrifft diese Änderung die Earn-Out-Verpflichtung für die kununu-Transaktion. Rund 1,5 Mio. € wurden daher bereits in Q4 2013 für das Gesamtjahr 2013 als Personalaufwand erfasst. Weitere rund 0,5 Mio. € sind jeweils in Q1, Q2 sowie 0,8 Mio. € in Q3 2014 im Personalaufwand erfasst worden. Dieser Personalaufwand ist nicht operativ und hat keine Auswirkungen auf den operativen Cashflow. Er belastet entsprechend der vertraglich vereinbarten Earn-Out-Periode ausschließlich die Ergebnisse der Geschäftsjahre 2013 sowie 2014 (Q1 bis Q4). Die XING AG weist in ihren Berichten auch die um diesen Effekt eliminierten Kennzahlen aus, um eine sachgerechte Interpretation der operativen Geschäftsentwicklung anhand von EBITDA, Periodenergebnis und anderen Ergebniskennzahlen zu ermöglichen.

Die planmäßigen Abschreibungen im dritten Quartal 2014 in Höhe von 1,94 Mio. € (Q3 2013: 2,06 Mio. €) beinhalten rund 0,28 Mio. € Abschreibungen für die im Rahmen der Kaufpreisallokation identifizierten Vermögenswerte der akquirierten Gesellschaften XING Events GmbH sowie kununu GmbH. Außerplanmäßige Abschreibungen fielen im dritten Quartal 2014 nicht an.

Nach Abzug von Ertragsteuern in Höhe von 2,51 Mio. € beträgt der Konzernüberschuss des 3. Quartals inkl. der nicht-operativen kununu-Earn-Out-Verpflichtung 4,7 Mio. € (exkl. der nicht-operativen kununu-Earn-Out-Verpflichtung 5,4 Mio. €).

Für das Gesamtjahr 2014 erwarten wir ein EBITDA inkl. der nicht-operativen kununu-Earn-Out-Verpflichtung in Höhe von 28-29 Mio. €.

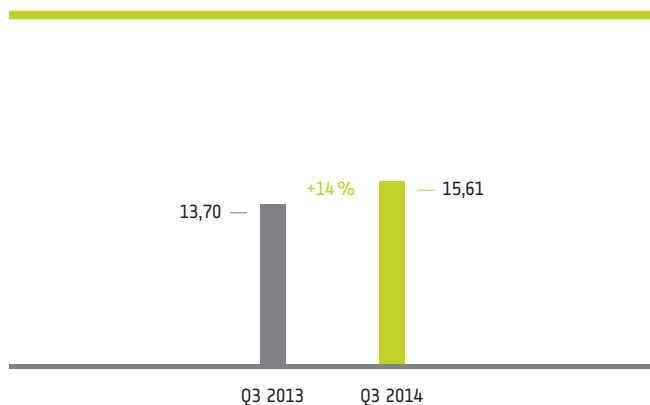
#### STATUSBERICHT ZU DEN FINANZIELLEN UND NICHT FINANZIELLEN LEISTUNGSINDIKATOREN

Finanzielle Leistungsindikatoren	Prognose 2014	Fortschritt 9M 2014
Umsatzerlöse Konzern	Wachstum im zweistelligen Prozentbereich	+18 %
EBITDA (bereinigt um Sondereffekte) Konzern	Deutliche Steigerung des EBITDA	+23 %
Umsatzerlöse Segment „Network/Premium“	Wachstum im höheren einstelligen Prozentbereich	+11 %
EBITDA (bereinigt um Sondereffekte) Segment „Network/Premium“	Deutliche Steigerung des Segment-EBITDA	+26 %
Umsatzerlöse Segment „E-Recruiting“	Wachstum im zweistelligen Prozentbereich	+37 %
EBITDA (bereinigt um Sondereffekte) Segment „E-Recruiting“	Deutliche Steigerung des Segment-EBITDA	+72 %
Umsatzerlöse Segment „Events“	Wachstum im zweistelligen Prozentbereich	+9 %
EBITDA (bereinigt um Sondereffekte) Segment „Events“	Leicht negatives Segment-EBITDA	-1,5 Mio. €

Nicht finanzielle Leistungsindikatoren	Prognose 2014	Fortschritt 9M 2014
Segment „Network/Premium“: Mitglieder in der D-A-CH-Region	Wachstum über Vorjahr (2013: +839.000)	+739.000
Segment „Network/Premium“: Zahlende Mitglieder in der D-A-CH-Region	Stärkeres absolutes Wachstum (2013: +24.000)	+25.800
Segment „E-Recruiting“: Anzahl Unternehmenskunden (B2B)	Starker Anstieg	+3 %
Segment „Events“: Anzahl Unternehmenskunden (B2B)	Starker Anstieg	+15 %

## Entwicklung im Segment „Network/Premium“

Umsatz „Network/Premium“ (in Mio. €)

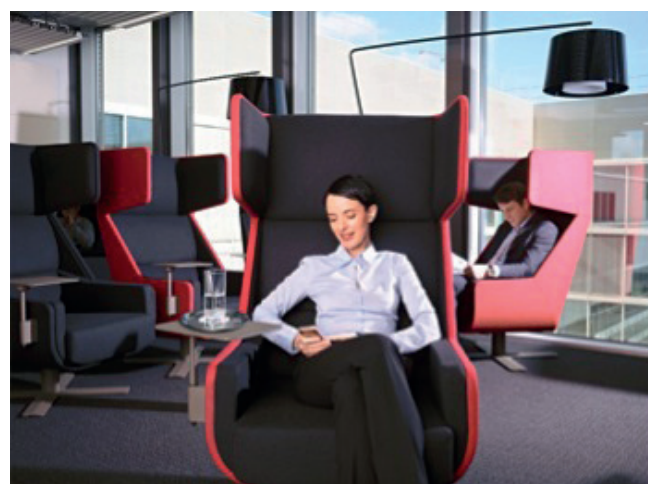


Im Segment der kostenpflichtigen Mitgliedschaften ist die erneute Beschleunigung des Wachstums in vollem Gange. Seit Vorstellung der neuen Premium-Angebote und Anpassung der Preisstruktur ziehen die Umsätze im Geschäftsbereich wieder deutlich an. So erhöhten sich die Erlöse im dritten Quartal um 14 Prozent auf 15,61 Mio. € (Q3 2013: 13,70 Mio. €). Dabei wird das Wachstum im Wesentlichen durch die Steigerung des durchschnittlichen monatlichen Umsatzes je Mitglied sowie durch die stabile Zunahme zahlender Mitglieder getragen. Ende des dritten Quartals nutzten 855.000 Mitglieder weltweit, darunter 833.000 in der D-A-CH-Region, die Zusatzfunktionen und weiteren Services der kostenpflichtigen Mitgliedschaften.

### XING-PREMIUM-MITGLIEDER NUTZEN SBB-BUSINESSPOINTS AB SOFORT KOSTENLOS

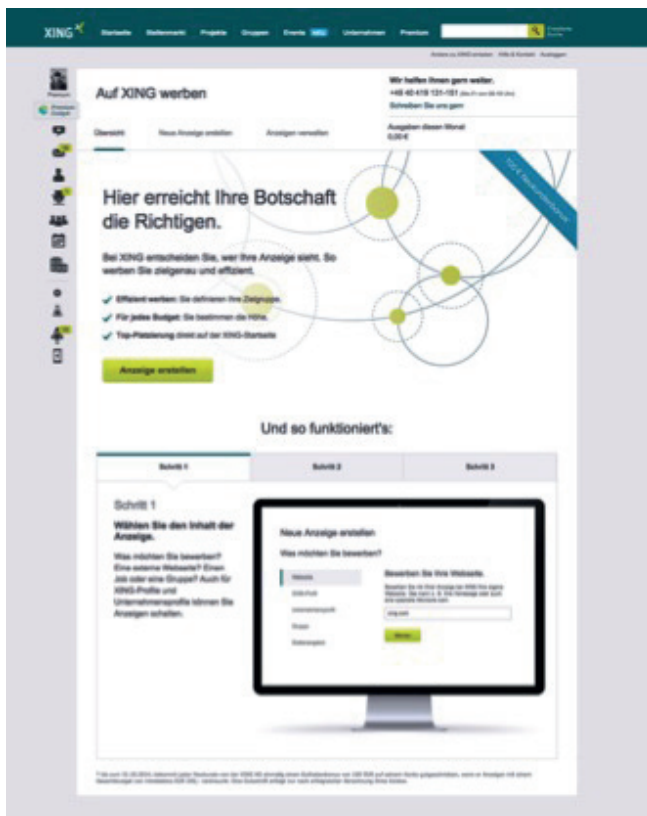
Bereits seit einiger Zeit bietet XING seinen Premium-Mitgliedern Orte zum Arbeiten, für Meetings oder zur Entspannung in Form der XING Workspaces. Im dritten Quartal haben wir nun mit der Schweizerischen Bundesbahn (SBB) einen weiteren attraktiven Partner gefunden, um dieses Angebot nun auch von Deutschland auf die Schweiz auszuweiten. So haben XING-Premium-Mitglieder seit wenigen Monaten die Möglichkeit, ihre Arbeit im Anschluss an einen Flug von Berlin nach Bern flexibel fortzusetzen. In den Businesspoints in Bern und Genf sind moderne Sitzungszimmer (von 2 bis zu 40 Personen)

sowie Einzelarbeitsplätze im Bahnhof verfügbar. So kann Wartezeit als Arbeitszeit genutzt und Sitzungen zentral am Bahnhof abgehalten werden. Die beiden Businesspoints in Bern und Genf stehen, dank der Partnerschaft, allen XING-Premium-Mitgliedern kostenlos zur Verfügung. Sie dürfen unser Angebot an Einzelarbeitsplätzen im „Think pod“ und den Lounge-Bereich täglich für zwei Stunden kostenlos nutzen - WLAN-Zugriff sowie Kaffee und Früchte inklusive.



### XING STARTET SELBSTBUCHUNGSTOOL FÜR ANZEIGEN

Mitte September haben wir darüber hinaus im Teilbereich Advertising eine neue Funktion für Werbetreibende vorgestellt. Mit dieser kann das selbstständige Bewerben von XING-Inhalten, wie beispielsweise Stellenausschreibungen oder auch bestimmten Mitglieder- oder Unternehmensprofilen, einfach, schnell und effizient gestaltet werden. Werbetreibenden wird zudem die Bewerbung externer Websites und Angebote im XING-Netzwerk mit den speziellen Anzeigen bequem und zielgenau ermöglicht. Zur Auslieferung der Anzeigen wird ein automatisiertes Auktionsmodell herangezogen. Der Anzeigenersteller hinterlegt dazu ein Gesamt- oder Tagesbudget. Die entsprechende Bezahlung erfolgt per Klick oder je Einblendung. Alle Werbetreibenden erhalten umfangreiche Statistiken zur Performancemessung und weiteren Optimierung der Anzeigenkampagnen. Die neue Anzeigenfunktion ist ab sofort unter [www.xing.com/anzeigen](http://www.xing.com/anzeigen) zu erreichen.

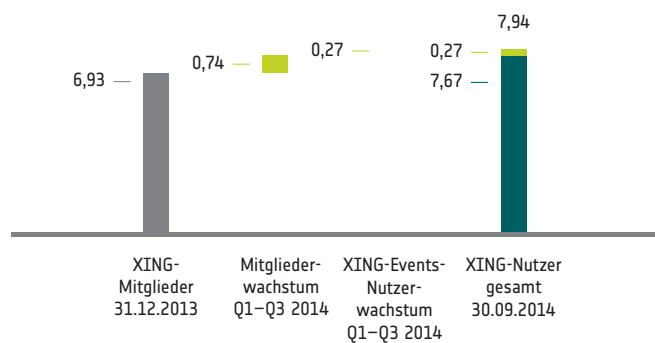


Insbesondere Klein- und Mittelbetriebe (KMU) sowie Freelancer und Agenturen profitieren in besonderem Maße von der neuen Selbstbuchungsfunktion. Sie können individuelle Werbebotschaften auch mit kleineren Budgets selbstständig und ohne vermittelnde Mediaagentur zielgenau an Business Professionals im deutschsprachigen Raum ausspielen. Die geschalteten Anzeigen erscheinen direkt im Newsstream der gewählten Zielgruppe.

### MITGLIEDERWACHSTUM

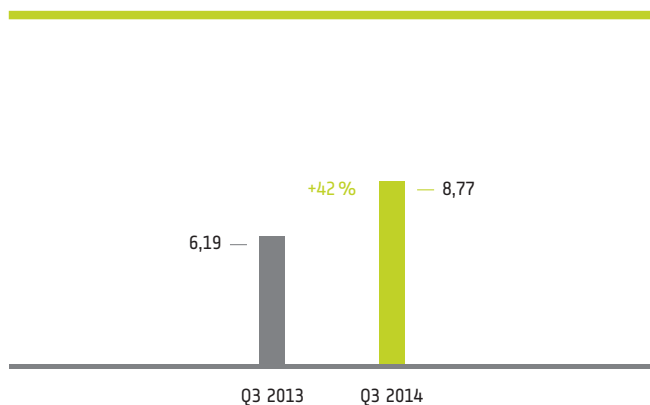
Mit einem neuen Rekord beim Mitglieder- und Nutzerwachstum haben wir das dritte Quartal 2014 beendet. So konnten wir allein im dritten Quartal insgesamt 282.000 neue Plattform-Mitglieder in der D-A-CH-Region willkommen heißen. Dabei hat erstmalig auch die im zweiten Quartal akquirierte Plattform [www.lebenslauf.com](http://www.lebenslauf.com) beigetragen. Zusätzlich registrierten sich weitere 83.000 Nutzer bei XING-Events. Damit stieg die Gesamtnutzerbasis von XING auf 7,94 Millionen Ende September an.

### XING-Mitglieder- und Nutzerwachstum Q1-Q3 2014 (in Mio.)



## Entwicklung im Segment „E-Recruiting“

Umsatz „E-Recruiting“ (in Mio. €)



Die hohe Dynamik aus der ersten Jahreshälfte konnte im Segment E-Recruiting im dritten Quartal nicht nur aufrechterhalten, sondern sogar deutlich gesteigert werden. So beschleunigte sich die Wachstumsrate von 34 Prozent im ersten Halbjahr auf 42 Prozent im dritten Quartal. Entsprechend stieg der Umsatz von 6,19 Mio. € auf 8,77 Mio. € an. Die Zahl der B2B-Kunden stieg von 16.031 Ende Q3 2013 auf 16.569 per Ende September 2014. Für den XING-Talentmanager konnten seit September 2013 insgesamt 841 zusätzliche B2B-Kunden gewonnen werden. Damit nutzen mehr als 1.900 Unternehmen bereits das Aktive-Sourcing-Produkt von XING.

Für die anhaltend starke Entwicklung dieses Geschäftsbereichs gibt es unterschiedliche Gründe, die sich aus der dramatisch verändernden Arbeitswelt ableiten. Da ist zum einen der Wertewandel, der seinen Ausgangspunkt nach Ansicht vieler Beobachter in der anspruchsvollen Haltung der sogenannten „Generation Y“ hat. Ein zentraler Aspekt ist hier der Anspruch, dass die Arbeit zum Leben zu passen hat, nicht umgekehrt. Ein weiterer Treiber ist die demografische Entwicklung und in der Folge der Fachkräftemangel, den die Unternehmen im deutschsprachigen Raum immer stärker spüren. Immer mehr Unternehmen treffen auf immer weniger Fachkräfte. Damit diese beiden Gruppen effizient zueinander finden haben wir im dritten Quartal den neuen XING-Stellenmarkt gelauncht.

Warum? Weil der Job für immer mehr Berufstätige nicht mehr nur das Mittel zum Zweck ist. Neben dem Ziel, die Karriere voranzutreiben, treten Aspekte wie „Sinn“ und „Familienfreundlichkeit“ in den Vordergrund. Einer aktuellen forsa-Umfrage zufolge wünschen sich acht von zehn unter den befragten 1.011 deutschen Fach- und Führungskräften (82 Prozent), dass der Job mehr Zeit für Familie, Lebenspartner oder Freunde lässt. Auch der Wunsch nach einer sinnstiftenden Tätigkeit im Sinne des Gemeinwohls nimmt eine wichtige Rolle ein. Rund zwei Drittel aller Befragten wissen jedoch nicht, wo diese Jobs zu finden sind.

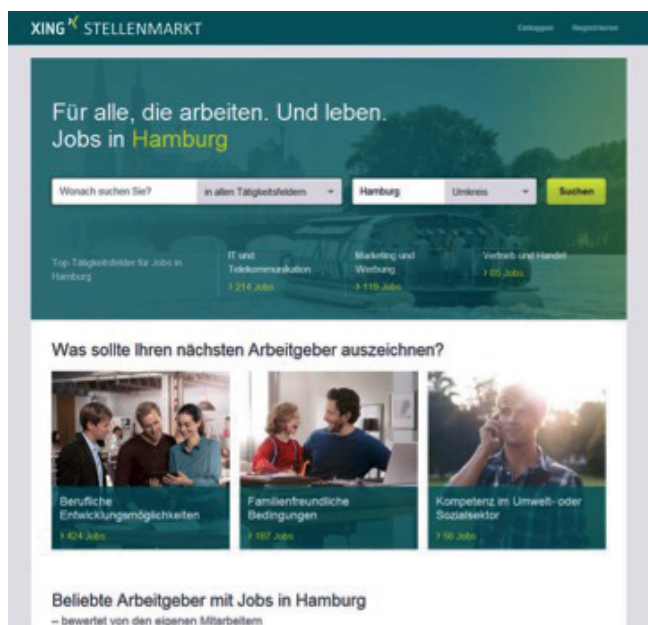
### Neue Art der Jobsuche

Anders als üblich sieht der Jobsuchende nicht nur die vom Unternehmen verfasste Stellenanzeige, die er mittels typischer Kriterien wie der Branche, der Position und dem Umkreis aus einer langen Ergebnisliste finden kann. Vielmehr sieht er im XING-Stellenmarkt darüber hinaus Informationen, die in der heutigen Arbeitswelt hochrelevant, aber nicht auf klassischen Stellenportalen verfügbar sind: So findet er in einer eigenen Rubrik Stellenanzeigen von Unternehmen, in denen die Vereinbarkeit von Beruf und Familie besonders gut möglich ist. Mittels eines Klicks finden Interessenten hier Stellenanzeigen von Arbeitgebern, deren Mitarbeiter beispielsweise flexible Arbeitszeiten, eine gute Work-Life-Balance oder Kinderbetreuungsmaßnahmen loben. Als Basis dienen die von aktuellen wie ehemaligen Mitarbeitern abgegebenen Stimmen auf der größten Arbeitgeberbewertungsplattform im deutschsprachigen Raum, kununu. Zudem bietet der XING-Stellenmarkt eine Rubrik für Stellen bei Firmen, die über eine hohe Kompetenz im Umwelt- oder Sozialsektor verfügen. Die dritte Rubrik listet Stellen für diejenigen auf, denen berufliche Entwicklung und Karriere besonders wichtig sind.

### Rund 300 Städte- und Berufe-Seiten: Alle Jobanzeigen sind auch ohne XING-Mitgliedschaft zugänglich

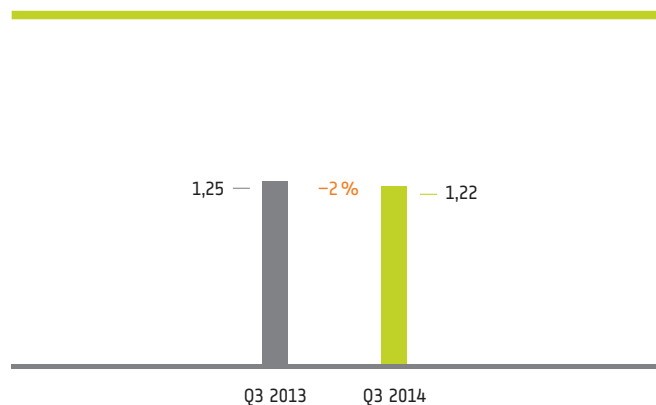
Mit dem Start des Stellenmarkts stellt XING erstmals alle Anzeigen auch für ausgeloggte Nutzer außerhalb der XING-Plattform zur Verfügung. So können auch Nicht-XING-Mitglieder attraktive Stellenanzeigen entdecken. Somit erreichen Arbeitgeber auf einen Schlag wesentlich mehr potenzielle Kandidaten als zuvor, und Berufstätige profitieren vom neuen Stellenmarkt auch ohne Mitgliedschaft. XING startet mit rund 300 Städte- und Berufe-Seiten. So ist es beispielsweise möglich, in Städten wie München, Hamburg oder Zürich nach Jobs von familienfreundlichen Arbeitgebern zu suchen oder nach Stellen von dort ansässigen Unternehmen, die sich durch eine hohe Kompetenz im Umwelt- oder Sozialsektor auszeichnen. Ebenso können etwa IT-Fachleute, die besonderen Wert auf berufliche Entwicklungsmöglichkeiten legen, auf den speziellen Berufe-Seiten geeignete Unternehmen finden. Die Städte- und Berufe-Seiten sollen im weiteren Verlauf auch komfortabel über Online-Suchmaschinen erreichbar sein.

Abgerundet werden die Seiten von einer prominenten Darstellung beliebter Arbeitgeber. So können Jobsuchende auf einen Blick sehen, welche dieser Unternehmen aktuell in der präferierten Stadt über offene Stellen verfügen. Zudem finden sich thematisch passende Reportagen, Analysen, Interviews und Berichte vom Themenportal XING-spielraum auf jeder der Stellenmarkt-Seiten.



## Entwicklung im Segment „Events“

Umsatz „Events“ (in Mio. €)



Die zu Beginn des Jahres begonnene Repositionierung des Eventgeschäfts haben wir in den vergangenen Monaten Schritt für Schritt konsequent weiter umgesetzt. Nachdem wir uns im letzten Jahr sehr stark auf die Erweiterung der B2B-Event-Organizer Basis fokussiert und in der Folge per Ende September rund 2.400 Veranstalter akquiriert hatten, liegt das Hauptaugenmerk in diesem Jahr auf dem Ausbau der B2C-Kundenbeziehungen – also der Eventteilnehmer. Denn nur wenn wir relevante Angebote bzw. Dienstleistungen für beide Zielgruppen zur Verfügung stellen, sind wir in der Lage, einen wirkungsvollen Marktplatz aufzubauen, um die in 2010 akquirierte technologische Infrastruktur des Eventgeschäfts sinnvoll nutzen zu können.

Mit dem neuen Service „people2meet“ haben wir bereits im zweiten Quartal einen ersten Schritt zur Verbesserung des B2C-Angebots gemacht. Und nur wenige Monate später haben wir im dritten Quartal mit dem XING-Eventmarkt unseren Online-Marktplatz für Veranstalter und Teilnehmer live gestellt. Der neue Marktplatz geht auf zahlreiche Bedürfnisse und Fragen unserer Nutzer ein, denn bei 150.000 Events im Jahr oder 400 am Tag war es bisher schwer, den Überblick zu behalten. Welche Events sind für einen selbst wichtig? Welche bringen mich beruflich weiter? Mit dem neuen XING-Eventmarkt wollen wir unsere Nutzer dabei unterstützen, die für sie passenden und relevanten Veranstaltungen zu finden! So erhält jedes Mitglied individuelle Eventempfehlungen: Auf der Basis der Profilinformationen und des eigenen Netzwerkes.



Der Eventmarkt stellt darüber hinaus für den Nutzer die relevanten Events in seinen Industrien und für seinen beruflichen Werdegang zusammen. Mit den Branchen-Highlights bieten wir eine breite Auswahl an Events zu Themen wie Online-Marketing, Finance oder Design.

Außerdem ermöglicht die Funktion „people2meet“ effektives Netzwerken vor, während und nach einem Event. Teilnehmer entdecken so bereits schon vor einer Veranstaltung, mit welchen Teilnehmern sie in Kontakt treten sollten, um ihren Eventbesuch so erfolgreich wie möglich zu gestalten.

Der neue Eventmarkt von XING ist sowohl im eingeloggtten als auch im ausgeloggtten Bereich zugänglich. Natürlich ist der XING-Eventmarkt auch als mobiler Eventbegleiter für iOS und Android als App verfügbar. So können die Teilnehmer auf der Veranstaltung schnell und einfach mit den für sie relevanten Personen in Kontakt treten und sie persönlich kennenlernen. Zudem sind mithilfe der App veranstaltungsbezogene Inhalte wie Agenda, Sprecher, Veranstaltungsorte und Sponsoren einsehbar. Die App bietet mobilen Zugriff auf alle bei XING gelisteten Events und eignet sich besonders gut dazu, spannende Veranstaltungen in der Nähe zu finden.

## 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.

Jeder einzelne Mitarbeiter ist aufgefordert, aktiv potenzielle Schäden vom Unternehmen abzuwenden. Seine Aufgabe ist es, alle Gefahren in seinem Verantwortungsbereich unverzüglich zu beseitigen und bei Hinweisen auf entstehende oder existierende Risiken umgehend die entsprechenden Ansprechpartner zu informieren. Voraussetzung hierfür sind die Kenntnis des Risikomanagementsystems und ein möglichst hohes Risikobewusstsein der Mitarbeiter. Aus diesem Grund sensibilisiert XING die Mitarbeiter 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. Der im Geschäftsbericht 2013 auf den Seiten 56-61 dargestellte Risikobericht gilt auch weiterhin.

# 03.

## KONZERN-ZWISCHEN- ABSCHLUSS

für die Periode vom 1. Januar bis 30. September 2014

---

17	<b>Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung</b>
17	Verkürzte Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung exkl. kununu-Earn-Out
18	<b>Konzern-Gesamtergebnisrechnung</b>
18	Konzern-Gesamtergebnisrechnung exkl. kununu-Earn-Out
19	<b>Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung</b>
20	<b>Konzern-Bilanz</b>
22	<b>Konzern-Kapitalflussrechnung</b>
24	<b>Erläuterungen zum Konzern-Zwischenabschluss</b>
24	Informationen zu Gesellschaft und Konzern
24	Grundlagen der Abschlusserstellung sowie Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden
26	Eigene Aktien
26	Dividendenzahlung
26	Zusammensetzung der sonstigen betrieblichen Aufwendungen
27	Segmentberichterstattung
28	Nahestehende Unternehmen und Personen
28	Wesentliche Ereignisse nach der Zwischenberichtsperiode
29	<b>Versicherung der gesetzlichen Vertreter</b>

# Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung der XING AG

für die Periode vom 1. Januar bis 30. September 2014

## Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

In Tsd. €	01.01.2014 – 30.09.2014	01.01.2013 – 30.09.2013	01.07.2014 – 30.09.2014	01.07.2013 – 30.09.2013
Umsatzerlöse aus Dienstleistungen	71.875	61.000	25.604	21.142
Sonstige betriebliche Erträge	1.240	1.060	372	440
<b>GESAMTE BETRIEBSERTRÄGE</b>	<b>73.115</b>	<b>62.060</b>	<b>25.976</b>	<b>21.582</b>
Personalaufwand	-31.018	-25.742	-10.434	-8.345
Marketingaufwand	-6.649	-4.331	-1.270	-1.801
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-15.807	-14.619	-5.171	-5.231
<b>EBITDA</b>	<b>19.641</b>	<b>17.368</b>	<b>9.101</b>	<b>6.205</b>
Abschreibungen	-6.365	-6.262	-1.944	-2.056
<b>EBIT</b>	<b>13.276</b>	<b>11.106</b>	<b>7.157</b>	<b>4.149</b>
Finanzerträge	62	100	20	37
Finanzaufwendungen	-45	0	-14	0
<b>EBT</b>	<b>13.293</b>	<b>11.206</b>	<b>7.163</b>	<b>4.186</b>
Ertragsteuern	-4.827	-3.793	-2.511	-1.464
<b>KONZERNERGEBNIS</b>	<b>8.466</b>	<b>7.413</b>	<b>4.652</b>	<b>2.722</b>
Ergebnis je Aktie (unverwässert) in €	1,51	1,33	0,83	0,49
Ergebnis je Aktie (verwässert) in €	1,51	1,33	0,83	0,48

## Verkürzte Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung der XING AG exkl. kununu-Earn-Out

### Verkürzte Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung exkl. kununu-Earn-Out

In Tsd. €	01.01.2014 – 30.09.2014	01.01.2013 – 30.09.2013	01.07.2014 – 30.09.2014	01.07.2013 – 30.09.2013
<b>GESAMTE BETRIEBSERTRÄGE</b>	<b>73.115</b>	<b>62.060</b>	<b>25.976</b>	<b>21.582</b>
<b>EBITDA EXKL. KUNUNU-EARN-OUT</b>	<b>21.383</b>	<b>17.368</b>	<b>9.855</b>	<b>6.205</b>
<b>EBIT EXKL. KUNUNU-EARN-OUT</b>	<b>15.018</b>	<b>11.106</b>	<b>7.911</b>	<b>4.149</b>
<b>KONZERNERGEBNIS EXKL. KUNUNU-EARN-OUT</b>	<b>10.208</b>	<b>7.413</b>	<b>5.405</b>	<b>2.722</b>
Ergebnis je Aktie (unverwässert) exkl. kununu-Earn-Out in €	1,83	1,33	0,97	0,49
Ergebnis je Aktie (verwässert) exkl. kununu-Earn-Out in €	1,83	1,33	0,97	0,48

# Konzern-Gesamtergebnisrechnung der XING AG

für die Periode vom 1. Januar bis 30. September 2014

## Konzern-Gesamtergebnisrechnung

In Tsd. €	01.01.2014 – 30.09.2014	01.01.2013 – 30.09.2013	01.07.2014 – 30.09.2014	01.07.2013 – 30.09.2013
<b>Konzernergebnis</b>	<b>8.466</b>	<b>7.413</b>	<b>4.652</b>	<b>2.722</b>
Unterschiede aus Währungsumrechnung	0	0	0	1
<b>Sonstiges Ergebnis</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>
<b>KONZERN-GESAMTERGEBNIS</b>	<b>8.466</b>	<b>7.413</b>	<b>4.652</b>	<b>2.723</b>

## Konzern-Gesamtergebnisrechnung der XING AG exkl. kununu-Earn-Out

### Konzern-Gesamtergebnisrechnung exkl. kununu-Earn-Out

In Tsd. €	01.01.2014 – 30.09.2014	01.01.2013 – 30.09.2013	01.07.2014 – 30.09.2014	01.07.2013 – 30.09.2013
<b>Konzernergebnis exkl. kununu-Earn-Out</b>	<b>10.208</b>	<b>7.413</b>	<b>5.405</b>	<b>2.722</b>
Unterschiede aus Währungsumrechnung	0	0	0	1
<b>Sonstiges Ergebnis</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>
<b>KONZERN-GESAMTERGEBNIS EXKL. KUNUNU-EARN-OUT</b>	<b>10.208</b>	<b>7.413</b>	<b>5.405</b>	<b>2.723</b>

# Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung der XING AG

für die Periode vom 1. Januar bis 30. September 2014

## Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung

In Tsd. €	Ge- zeichnetes Kapital	Kapital- rücklagen	Eigene Anteile	Sonstige Rücklagen	Bilanz- gewinn	Eigen- kapital Summe
<b>STAND 01.01.2013</b>	<b>5.554</b>	<b>17.393</b>	<b>-2.039</b>	<b>16.302</b>	<b>14.552</b>	<b>51.762</b>
Währungsumrechnung	0	0	0	0	0	0
<b>Summe des direkt im Eigenkapital erfassten Ergebnisses</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Konzernergebnis	0	0	0	0	7.413	7.413
<b>Konzern-Gesamtergebnis</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>7.413</b>	<b>7.413</b>
Kapitalerhöhung aus anteilsbasierter Vergütung	38	1.113	0	0	0	1.151
Verkauf eigener Aktien	0	0	984	0	0	984
Dividende für 2012	0	0	0	0	-3.089	-3.089
Personalkosten Aktienoptionsprogramm	0	0	0	52	0	52
<b>STAND 30.09.2013</b>	<b>5.592</b>	<b>18.506</b>	<b>-1.055</b>	<b>16.354</b>	<b>18.876</b>	<b>58.273</b>
<b>STAND 01.01.2014</b>	<b>5.592</b>	<b>18.477</b>	<b>-455</b>	<b>16.368</b>	<b>20.600</b>	<b>60.582</b>
Währungsumrechnung	0	0	0	0	0	0
<b>Summe des direkt im Eigenkapital erfassten Ergebnisses</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Konzernergebnis	0	0	0	0	8.466	8.466
<b>Konzern-Gesamtergebnis</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>8.466</b>	<b>8.466</b>
Verkauf eigener Aktien	0	0	23	0	0	23
Dividende für 2013	0	0	0	0	-23.433	-23.433
Personalkosten Aktienoptionsprogramm	0	0	0	45	0	45
<b>STAND 30.09.2014</b>	<b>5.592</b>	<b>18.477</b>	<b>-432</b>	<b>16.413</b>	<b>5.633</b>	<b>45.683</b>

# Konzern-Bilanz der XING AG

zum 30. September 2014

## Aktiva

In Tsd. €	30.09.2014	31.12.2013
<b>LANGFRISTIGE VERMÖGENSWERTE</b>		
Immaterielle Vermögenswerte		
Software und Lizenzen	4.202	3.534
Selbst erstellte Software	12.656	8.752
Geschäfts- oder Firmenwert	7.743	7.743
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	2.942	3.510
Sachanlagen		
Mietereinbauten	421	490
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	3.937	5.805
Finanzanlagen		
Beteiligungen	51	51
Andere finanzielle Vermögenswerte	48	42
Latente Steueransprüche	876	941
	<b>32.876</b>	<b>30.868</b>
<b>KURZFRISTIGE VERMÖGENSWERTE</b>		
Forderungen und sonstige Vermögenswerte		
Forderungen aus Dienstleistungen	11.335	8.621
Ertragsteuerforderungen	0	389
Sonstige Vermögenswerte	2.519	3.443
Zahlungsmittel und kurzfristige Einlagen		
Eigenzahlungsmittel	57.820	66.160
Fremdzahlungsmittel	5.908	2.820
	<b>77.582</b>	<b>81.433</b>
	<b>110.458</b>	<b>112.301</b>

## Passiva

In Tsd. €	30.09.2014	31.12.2013
<b>EIGENKAPITAL</b>		
Gezeichnetes Kapital	5.592	5.592
Eigene Aktien	-432	-455
Kapitalrücklage	18.477	18.477
Sonstige Rücklagen	16.413	16.368
Bilanzgewinn	5.633	20.600
	<b>45.683</b>	<b>60.582</b>
<b>LANGFRISTIGE VERBINDLICHKEITEN</b>		
Latente Steuerverbindlichkeiten	4.659	3.557
Erlösabgrenzung	2.094	2.082
Sonstige Rückstellungen	237	215
Andere finanzielle Verbindlichkeiten	0	1.485
Sonstige Verbindlichkeiten	441	592
	<b>7.431</b>	<b>7.931</b>
<b>KURZFRISTIGE VERBINDLICHKEITEN</b>		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	1.900	2.015
Erlösabgrenzung	35.356	29.368
Sonstige Rückstellungen	2.144	703
Ertragsteuerverbindlichkeiten	385	0
Andere finanzielle Verbindlichkeiten	1.526	0
Sonstige Verbindlichkeiten	16.033	11.702
	<b>57.344</b>	<b>43.788</b>
	<b>110.458</b>	<b>112.301</b>

# Konzern-Kapitalflussrechnung der XING AG

für die Periode vom 1. Januar bis 30. September 2014

## Konzern-Kapitalflussrechnung

In Tsd. €	01.01.2014 – 30.09.2014	01.01.2013 – 30.09.2013
Ergebnis vor Steuern	13.293	11.206
Abschreibungen auf aktivierte Entwicklungskosten	1.761	1.795
Abschreibungen auf übriges Anlagevermögen	4.604	4.467
Personalkosten Aktienoptionsprogramm	45	52
Zinserträge	- 62	- 100
Erhaltene Zinsen	77	145
Zinsaufwendungen	45	0
Gezahlte Steuern	- 2.886	- 3.498
Nicht aktivierungsfähige Auszahlungen für Akquisition konsolidierter Unternehmen	0	372
Veränderung der Forderungen und sonstiger Aktiva	- 1.805	- 355
Veränderung der Verbindlichkeiten und sonstiger Passiva	6.474	2.703
Zahlungsunwirksame Veränderungen durch Änderungen des Konsolidierungskreises	0	- 1.431
Veränderung der Erlösabgrenzung	6.000	5.043
Eliminierung XING-Events-Fremdverpflichtung	- 3.088	- 2.637
<b>CASHFLOW AUS LAUFENDER GESCHÄFTSTÄTIGKEIT</b>	<b>24.458</b>	<b>17.762</b>
Auszahlung für aktivierte Aufwendungen selbst entwickelter Software	- 5.665	- 2.895
Auszahlung für den Erwerb von Software	- 1.722	- 1.675
Auszahlungen für den Erwerb von sonstigen immateriellen Vermögenswerten	- 179	0
Auszahlungen für den Erwerb von Sachanlagen	- 869	- 2.851
Auszahlungen für den Erwerb von Finanzanlagen	- 6	0
Auszahlung für Akquisition konsolidierter Unternehmen (abzüglich erworbener Finanzmittel)	- 947	- 2.949
<b>CASHFLOW AUS INVESTITIONSTÄTIGKEIT</b>	<b>- 9.388</b>	<b>- 10.370</b>



### Konzern-Kapitalflussrechnung

In Tsd. €	01.01.2014 – 30.09.2014	01.01.2013 – 30.09.2013
Einzahlung aus Optionsausübungen	0	1.151
Einzahlungen aus dem Verkauf eigener Aktien	23	984
Auszahlung Dividende	- 23.433	- 3.089
Gezahlte Zinsen	0	0
<b>CASHFLOW AUS FINANZIERUNGSTÄTIGKEIT</b>	<b>- 23.410</b>	<b>- 954</b>
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelbestands	- 8.340	6.438
Eigenfinanzmittelbestand zu Beginn der Periode	66.160	56.159
<b>EIGENFINANZMITTELBESTAND AM ENDE DER PERIODE <sup>1</sup></b>	<b>57.820</b>	<b>62.597</b>
Fremdfinanzmittelbestand zu Beginn der Periode	2.820	2.614
Veränderung des Fremdmittelbestands	3.088	2.637
<b>FREMDFINANZMITTELBESTAND AM ENDE DER PERIODE</b>	<b>5.908</b>	<b>5.251</b>

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

# Erläuterungen zum Konzern-Zwischenabschluss

für den Zeitraum vom 1. Januar bis 30. September 2014

## 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 die Hubert Burda Media Holding Kommanditgesellschaft, Offenburg, Deutschland.

Gemessen an der weltweiten Gesamtzahl einzelner Besucher betreibt XING eine der führenden Websites für Professional Networking. Die internationale, mehrsprachige, internetbasierte Plattform ist eine „Beziehungsmaschine“, die ihren Mitgliedern die Möglichkeit gibt, neue geschäftliche Kontakte zu finden, bestehende Kontakte aufrechtzuerhalten, ihren Wirkungsbereich auf neue Märkte auszudehnen sowie Meinungen und Informationen auszutauschen. XING erzielt seine Umsatzerlöse im Wesentlichen aus Mitgliedsbeiträgen der Premium-Mitglieder sowie kostenpflichtige Angebote für Unternehmen im Segment E-Recruiting.

## 2. Grundlagen der Abschluss-erstellung sowie Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Der verkürzte Konzern-Zwischenabschluss für die am 30. September 2014 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 2013 zu lesen.

Der Betrachtungszeitraum umfasst den Zeitraum vom 1. Januar 2014 bis zum 30. September 2014. Als Vergleichsperiode wird der Zeitraum vom 1. Januar 2013 bis zum 30. September 2013 dargestellt. Der Konzern-Zwischenabschluss und der Konzern-Zwischenlagebericht zum 30. September 2014 der XING AG wurden durch den Vorstand am 6. November 2014 zur Veröffentlichung freigegeben.

Die angewandten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden des verkürzten Konzern-Zwischenabschlusses entsprechen den angewandten Methoden im Konzernabschluss zum 31. Dezember 2013. Der Zwischenabschluss wurde vom Abschlussprüfer nicht geprüft oder einer prüferischen Durchsicht unterzogen.

### ERWERB DER KUNUNU GMBH IM JANUAR 2013

Die XING AG hat am 8. Januar 2013 sämtliche Geschäftsanteile an der kununu GmbH, Wien, Österreich, der Betreiberin der führenden Plattform für Arbeitgeberbewertungen im deutschsprachigen Raum, übernommen. Mit dem Erwerb erweitert die XING AG die Wertschöpfungskette im E-Recruiting-Geschäft. Mit Vertragsunterschrift hat die XING AG an den Verkäufer zunächst 3,6 Mio. € gezahlt. Weitere 0,9 Mio. € sind im Geschäftsjahr 2014 zu entrichten. In Abhängigkeit von verschiedenen Faktoren, insbesondere der Umsatz- und EBITDA-Entwicklung der kununu GmbH in den Jahren 2013 und 2014, erhalten die weiterhin als Geschäftsführer tätigen ehemaligen Gesellschafter maximal weitere 4,7 Mio. € als erfolgsabhängige Vergütungsbestandteile, die nicht als Kaufpreis zu erfassen sind. Im Zusammenhang mit dieser Akquisition sind im Geschäftsjahr 2012 bereits Aufwendungen in Höhe von 0,4 Mio. € angefallen, die in den sonstigen betrieblichen Aufwendungen enthalten sind. Die Erstkonsolidierung erfolgt zum Zeitpunkt der Übertragung der Geschäftsanteile.

Der Zahlungsmittelabfluss im Geschäftsjahr 2013 aufgrund des Unternehmenserwerbs ist nachfolgend aufgezeigt:

In Tsd. €	2013
Kaufpreis	-4.562
dem Erwerb direkt zurechenbare Kosten	-372
mit dem Tochterunternehmen erworbene Fremdzahlungsmittel	1.085
zzgl. noch nicht geleisteter Kaufpreisanteil (abgezinst)	900
<b>Zahlungsmittelabfluss (Saldo)</b>	<b>-2.949</b>

Die Vermögenswerte und Schulden der kununu GmbH stellten sich zum Erwerbszeitpunkt vor Aufteilung des Kaufpreises wie folgt dar:

Erstkon- solidierung	08.01.2013 in Tsd. €
<b>VERMÖGENSWERTE</b>	
Sachanlagen	109
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	15
Sonstige Aktiva	135
Zahlungsmittel	1.085
	<b>1.344</b>
<b>SCHULDEN</b>	
Rückstellungen	-42
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	-99
Sonstige Verbindlichkeiten	-1.407
	<b>-1.548</b>
Summe des identifizierbaren Nettovermögens vor Aufteilung des Kaufpreises	-204

Die Kaufpreisallokation wurde im Konzern-Zwischenabschluss zum 31. März 2013 zunächst auf vorläufiger Basis vorgenommen. Im zweiten Quartal 2013 erfolgte auf Basis des Jahresabschlusses 2012 der kununu GmbH eine Anpassung des Kaufpreises um 72 Tsd. € auf 9.317 Tsd. € sowie des Eigenkapitals der kununu GmbH um 17 Tsd. € auf 204 Tsd. €. Der Geschäfts- oder Firmenwert erhöhte sich somit um 89 Tsd. € auf 6.924 Tsd. €.

Aufgrund besserer nachträglicher Erkenntnisse der zum Erwerbszeitpunkt bestehenden Verhältnisse wurde die zu diesem Zeitpunkt als bedingte Gegenleistung angesehene Verpflichtung zur Zahlung von maximal 4,7 Mio. € an die Veräußerer nunmehr als Vergütung für die Geschäftsführungsleistungen nach dem Unternehmenszusammenschluss eingestuft. Der Kaufpreis und der Geschäfts- oder Firmenwert haben sich entsprechend vermindert. Die beizulegenden Zeitwerte der

im Rahmen der Kaufpreisallokation identifizierten Vermögenswerte und Schulden sowie der Geschäfts- oder Firmenwert stellen sich zum Erstkonsolidierungszeitpunkt wie folgt dar:

Erstkon- solidierung	08.01.2013 in Tsd. €
Kaufpreis	4.562
Negatives Eigenkapital der kununu GmbH (vor Kaufpreisaufteilung)	204
<b>WERT KAUFPREISAUFTEILUNG</b>	<b>4.766</b>
Wert selbst erstellte Software	-380
Wert Marke/Domain	-780
Wert Kundenbeziehungen	-2.020
Aktive latente Steuern	-213
Passive latente Steuern	796
<b>GESCHÄFTS- ODER FIRMENWERT</b>	<b>2.169</b>

Der Geschäfts- oder Firmenwert ist auf erwartete Synergien und andere Effekte aus den Aktivitäten der kununu GmbH zurückzuführen. Es wird davon ausgegangen, dass der erfasste Geschäfts- oder Firmenwert steuerlich nicht abzugsfähig ist. Die kununu GmbH hat im Geschäftsjahr 2013 einen Umsatz in Höhe von 3.900 Tsd. € und ein Ergebnis in Höhe von 1.102 Tsd. € erwirtschaftet.

### 3. Eigene Aktien

Zur Bedienung von Ansprüchen aus Aktienoptionsprogrammen wurden in den ersten neun Monaten 2014 insgesamt 765 (Vergleichszeitraum: 37.500) eigene Aktien an Anspruchsberechtigte verkauft. Der Erlös betrug 23 Tsd. € (Vergleichszeitraum 984 Tsd. €). Zum 30. September 2014 verfügte die XING AG noch über 12.067 eigene Aktien (31. Dezember 2013: 12.832 Aktien).

## 4. Dividendenzahlung

Gemäß Beschluss der Hauptversammlung vom 23. Mai 2014 hat die XING AG am 26. Mai 2014 eine Dividende für das Geschäftsjahr 2013 in Höhe von 0,62 € pro Aktie sowie eine Sonderdividende in Höhe von 3,58 € pro Aktie ausgeschüttet. Bei 5.579.400 dividendenberechtigten Aktien entspricht das einer Auszahlungssumme von 23.433.480,00 €.

## 5. Zusammensetzung der sonstigen betrieblichen Aufwendungen

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

In Tsd. €	01.01.2014 – 30.09.2014	01.01.2013 – 30.09.2013
IT-Dienstleistungen, betriebswirtschaftliche Dienstleistungen und Dienstleistungen für neue Märkte	4.305	3.461
Raumkosten	2.883	2.960
Server-Hosting, Verwaltung und Traffic	1.711	1.489
Kosten für Zahlungsabwicklung	1.510	1.493
Reise-, Bewirtungs- und sonstige Geschäftskosten	1.261	1.187
Sonstige Personalkosten	815	663
Fortbildungskosten	452	384
Forderungsverluste	414	139
Buchführungskosten	369	326
Rechtsberatungskosten	358	426
Telefon/Mobilfunk/Porto/Kurier	313	257
Periodenfremde Aufwendungen	240	275
Abschluss- und Prüfungskosten	228	293
Aufsichtsratsvergütung	214	210
Kursverluste	161	268
Übrige	573	788
<b>GESAMT</b>	<b>15.807</b>	<b>14.619</b>

Der Anstieg der Kosten für IT-Dienstleistungen, betriebswirtschaftliche Dienstleistungen und Dienstleistungen für neue Märkte resultiert im Wesentlichen aus Fremdleistungen im Zusammenhang mit der Erweiterung unserer Plattform.

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

## 6. Segmentberichterstattung

### BERICHTSPFLICHTIGE SEGMENTE

Ab dem Geschäftsjahr 2013 gliedert sich das Berichtsformat nach den operativen Geschäftsfeldern Network/Premium (Basisfunktionen der XING-Plattform mit Abonnement-Mitgliedschaften und Enterprise Groups), E-Recruiting (Stellenanzeigen, Unternehmensprofile und den XING-Talentmanager) und Events. Die Aufteilung in Bereiche und Regionen entspricht auch der internen Organisationsstruktur und der Berichterstattung an Vorstand und Aufsichtsrat. Dabei ist das Segment Network/Premium aus Übersichtsgründen bewusst in zwei Unterbereiche aufgeteilt, deren gemeinsame Segmentaufgabe das Basisgeschäft der XING AG (Erlöserzielung aus der Vermarktung der Plattform durch Abo-Mitgliedschaften) ist. Die Überleitungsrechnung beinhaltet Zentralbereiche wie IT, Rechnungswesen und Personal sowie sonstige Geschäftstätigkeiten, die definitionsgemäß keine Segmente darstellen. Die Konsolidierung zwischen den Segmenten erfolgt innerhalb der Überleitungsrechnung.

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. Innenumsatzerlöse zwischen den einzelnen Segmenten sind nicht angefallen. 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 Segmentbetriebsergebnis, 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), Abschreibungen, 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. Sondereffekte sind beispielsweise Restrukturierungsaufwendungen, Veräußerungsergebnisse, Wertminderungsaufwendungen sowie andere nicht operative Aufwendungen oder Erträge.

Die aufgeteilten Umsatzerlöse und Ergebnisse sind in den nachfolgenden Tabellen abgebildet:

In Tsd. €	Network/Premium		E-Recruiting		Events		Summe Segmente	
	01.01.2014 – 30.09.2014	01.01.2013 – 30.09.2013	01.01.2014 – 30.09.2014	01.01.2013 – 30.09.2013	01.01.2014 – 30.09.2014	01.01.2013 – 30.09.2013	01.01.2014 – 30.09.2014	01.01.2013 – 30.09.2013
Umsatzerlöse (mit Dritten)	44.542	40.255	23.310	17.058	4.023	3.687	71.875	61.000
Segmentbetriebsergebnis	31.577	27.665	11.155	8.559	-1.526	-2.017	41.206	34.207
Sonstige betriebliche Aufwendungen							-21.565	-16.839
EBITDA							19.641	17.368

In Tsd. €	01.01.2014 – 30.09.2014	01.01.2013 – 30.09.2013
D-A-CH	68.630	58.197
International	3.245	2.803
	<b>71.875</b>	<b>61.000</b>

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

Auf die Darstellung des langfristigen Vermögens wird aufgrund unwesentlicher Veränderungen verzichtet.

## 7. Nahestehende Unternehmen und Personen

Bezüglich der Angaben über Beziehungen zu nahestehenden Unternehmen und Personen verweisen wir auf den Konzernabschluss zum 31. Dezember 2013. Es haben sich bis zum 30. September 2014 keine wesentlichen Änderungen ergeben.

## 8. Wesentliche Ereignisse nach der Zwischenberichtsperiode

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

Hamburg, 6. November 2014

Dr. Thomas Vollmoeller      Ingo Chu

Timm Richter                      Jens Pape

# Versicherung der gesetzlichen Vertreter

Wir versichern nach bestem Wissen, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen der Konzern-Zwischenabschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt und im Konzern-Zwischenlagebericht der Geschäftsverlauf einschließlich des Geschäftsergebnisses und die Lage des Konzerns so dargestellt sind, dass ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild vermittelt wird, sowie die wesentlichen Chancen und Risiken der voraussichtlichen Entwicklung des Konzerns beschrieben sind.

Hamburg, 6. November 2014

Der Vorstand

# 04. Service

## Finanztermine

Geschäftsbericht 2014	25. März 2015
Zwischenbericht zum ersten Quartal 2015	6. Mai 2015
Ordentliche Hauptversammlung	3. Juni 2015
Halbjahresbericht 2015	6. August 2015
Zwischenbericht zum dritten Quartal 2015	6. November 2015

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

### REDAKTION

Patrick Möller

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 - 11  
[presse@xing.com](mailto:presse@xing.com)

### SOCIAL-MEDIA-KANÄLE DER XING AG

<http://blog.xing.com>  
(Unternehmensblog der XING AG)  
Twitter: [xing\\_ir](#)  
(Kapitalmarktbezogene Themen und Neuigkeiten)  
Twitter: [xing\\_de](#)  
(Unternehmensübergreifende Themen und Neuigkeiten)  
Twitter: [xing\\_com](#)  
(Unternehmensbezogene Themen und Neuigkeiten auf Englisch)  
Youtube: [www.youtube.com/user/XINGcom?gl=DE](http://www.youtube.com/user/XINGcom?gl=DE)  
(Youtube-Kanal der XING AG)  
Facebook: [www.facebook.com/XING](http://www.facebook.com/XING)  
(Facebook-Präsenz der XING AG)

### KONZEPT UND GESTALTUNG

CAT Consultants GmbH & Co., Hamburg  
[www.cat-consultants.de](http://www.cat-consultants.de)







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)

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