



Für den Zeitraum vom 1. Januar bis zum 30. September 2015

Q3 – ZWISCHENBERICHT 2015

XING AG

Kennzahlen

	Einheit	9M 2015	9M 2014	Q3 2015	Q3 2014	Q2 2015
Umsatz ¹	in Mio. €	89,9	73,1	30,5	26,0	30,2
Segment Network und Premium	in Mio. €	52,8	44,5	18,5	15,6	17,8
Segment E-Recruiting	in Mio. €	30,2	23,3	10,2	8,8	10,2
Segment Events ²	in Mio. €	4,8	4,0	1,5	1,2	1,8
EBITDA reported	in Mio. €	27,1	19,6	9,3	9,1	9,5
EBITDA exkl. kununu-Earn-out ³	in Mio. €	27,1	21,4	9,3	9,9	9,5
EBITDA Marge reported	in %	30	27	31	35	31
EBITDA Marge exkl. kununu-Earn-out ³	in %	30	29	31	38	31
Konzernergebnis reported	in Mio. €	13,4	8,5	4,6	4,7	4,7
Konzernergebnis exkl. kununu-Earn-out und Wertberichtigung Events ³	in Mio. €	13,4	10,2	4,6	5,4	4,7
Ergebnis je Aktie (verwässert) reported	in €	2,40	1,51	0,83	0,83	0,83
Ergebnis je Aktie (verwässert) exkl. kununu-Earn-out und Wertberichtigung Events ³	in €	2,40	1,83	0,83	0,97	0,83
Operativer Cash-Flow	in Mio. €	26,8	24,5	8,9	10,5	3,9
Operativer Cash-Flow exkl. kununu-Earn-out ⁴	in Mio. €	30,7	24,5	8,9	10,5	7,9
Eigenkapital	in Mio. €	56,3	45,7	56,3	45,7	51,7
Liquide Mittel	in Mio. €	74,2	57,8	74,2	57,8	68,1
XING-Nutzer Gesamt (D-A-CH)	in Mio.	9,7	7,9	9,7	7,9	9,2
davon Plattform-Mitglieder (D-A-CH)	in Mio.	9,2	7,7	9,2	7,7	8,8
davon zahlende Mitglieder (D-A-CH)	in Tsd.	869	833	869	833	861
B2B-Kunden (D-A-CH)						
im Segment E-Recruiting	in Tsd.	17,6	16,6	17,6	16,6	17,4
im Segment Events	in Tsd.	2,0	2,4	2,0	2,4	2,1
Mitarbeiter		741	638	741	638	727

¹ Gesamtumsatz inkl. sonstiger betrieblicher Erträge und abzüglich jeweils 0,2 Mio. € Intercompany-Umsätze in Q1, Q2 sowie Q3 2015.

² Inkl. jeweils 0,2 Mio. € Intercompany-Umsätze in Q1, Q2 sowie Q3 2015.

³ 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 0,5 Mio. € sind jeweils in Q1, Q2 sowie Q3 2014 im Personalaufwand erfasst worden. Dieser Personalaufwand ist nicht-operativ. Er belastet entsprechend der vertraglich vereinbarten Earn-out-Periode ausschließlich die Ergebnisse der Geschäftsjahre 2013 sowie 2014 sowie den operativen Cash-Flow im Quartal der Auszahlung des Earn-outs (Q2 2015). 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.

⁴ Aufgrund von Änderungen der IFRS-Richtlinien bei der Bilanzierung von Kaufpreisverpflichtungen aus Earn-outs bei Unternehmenskäufen ist die Auszahlung der Earn-outs im operativen Cash-Flow zu erfassen. Diese Änderung betrifft bei XING die Earn-out-Verpflichtung für die kununu-Transaktion. Der Effekt beträgt -3,9 Mio. €. Die Veränderung der Verbindlichkeiten in der Berichtsperiode ohne den nicht operativen kununu-Effekt beträgt 4,8 Mio. €. Der Cash-Flow aus laufender Geschäftstätigkeit in der Berichtsperiode ohne den nicht-operativen kununu-Effekt beträgt 30,7 Mio. €.

Inhalt

01. AN UNSERE AKTIONÄRE

- 03 Brief an unsere Aktionäre
- 06 Die XING-Aktie

02. KONZERN-ZWISCHEN- LAGEBERICHT

- 09 Geschäftsverlauf
- 15 Risikobericht

03. KONZERN-ZWISCHEN- ABSCHLUSS

- 17 Konzern-Gesamtergebnisrechnung
- 19 Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung
- 20 Konzern-Bilanz
- 22 Konzern-Kapitalflussrechnung
- 24 Erläuterungen zum Konzern-Zwischenabschluss
- 29 Finanztermine, Impressum und Kontakt

XING ist das soziale Netzwerk für berufliche Kontakte.

XING ist das soziale Netzwerk für berufliche Kontakte. Plattformübergreifend hat XING rund 9,7 Millionen Nutzer im Kernmarkt D-A-CH. 9,2 Millionen davon sind Mitglieder der XING-Plattform. Auf XING vernetzen sich Berufstätige aller Branchen, suchen und finden Jobs, Mitarbeiter, Aufträge, Kooperationspartner, fachlichen Rat oder Geschäftsideen und informieren sich über die neuesten Trends in ihrer Branche. Mitglieder tauschen sich online in über 74.000 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 September 2011 im TecDAX gelistet.

Mit dem Kauf von kununu, der marktführenden Plattform für Arbeitgeberbewertungen im deutschsprachigen Raum, hat XING seine Position als Marktführer im Bereich Social Recruiting weiter gestärkt.

Anfang 2015 hat XING zudem die Intelligence Competence Center AG übernommen. Damit gehört die Webseite Jobbörse.com, mit über 2,5 Millionen Jobs die größte Jobsuchmaschine im deutschsprachigen Raum, zum Portfolio des Unternehmens.

Weitere Informationen finden Sie unter www.xing.com.

01.

AN UNSERE AKTIONÄRE

Brief an unsere Aktionäre



Dr. Thomas Vollmoeller,
Vorstandsvorsitzender der XING AG

SEHR GEEHRTE DAMEN UND HERREN,

das dritte Quartal war ein gutes für XING. Wir konnten den Umsatz gegenüber dem Vorjahr um 17 Prozent steigern. Alle drei Segmente haben mit Wachstumsraten zwischen 16 und 24 Prozent dazu beigetragen.

Das Mitgliederwachstum entwickelte sich ebenfalls erfreulich: Nachdem wir in der Vorjahresperiode insgesamt 282.000 neue XING-Mitglieder begrüßen konnten, waren es mit 401.000 neuen Mitgliedern in der Berichtsperiode 2015 sogar 42 Prozent mehr als im Vorjahr.

Außerdem haben wir im dritten Quartal wichtige Investitionen in neue Produkte und Dienstleistungen getätigt. Beispielsweise bieten wir unseren Mitgliedern seit kurzem ein neues Produkt an: „XING Klartext“. Dabei handelt es sich um ein journalistisches Format, auf dem Experten und bekannte Persönlichkeiten exklusiv Position beziehen und ihre Meinungen zu aktuellen und kontroversen Themen rund um Wirtschaft und Beruf zur Debatte stellen.

Zum Start warnte Dr. Frank Appel, Vorstandsvorsitzender der Deutsche Post DHL Group, mit Blick auf die aktuelle Konjunkturentwicklung in China vor „Panik“. Dr. Marcus Schenck, Finanzvorstand der Deutschen Bank, argumentierte, warum die Digitalisierung und ihre Folgen „ein lauter Weckruf“ für die Finanzbranche seien. Und Elke Hannack, die stellvertretende Bundesvorsitzende des Deutschen Gewerkschaftsbundes (DGB), klagte an, dass in deutschen Unternehmen für gleiche Arbeit noch immer nicht der gleiche Lohn gezahlt wird.

Die Sichtweisen der prominenten Wirtschaftsvertreter werden jeweils flankiert von konträren oder abweichenden Ansichten. Das Besondere an „Klartext“: XING-Mitglieder haben nicht nur die Möglichkeit, Meinungsbeiträge zu kommentieren, sondern können auch selbst Klartext-Autoren werden und sich interaktiv an der Debatte beteiligen. Die Auswahl trifft das Redaktionsteam rund um Herausgeber Roland Tichy, ehemaliger Chefredakteur der Wirtschaftswoche, und die Chefredakteurin Jennifer Lachman, die von der Financial Times Deutschland kommt.

Ziel dieses neuen Angebotes ist es, noch relevanter für die tägliche Nutzung von XING zu werden. Übrigens können auch Nicht-Mitglieder die Artikel lesen, allerdings kann sich nur an der Debatte aktiv beteiligen, wer eingeloggt ist.

Unsere zweite große Produktneuheit ist der „XING Stellenmarkt“ - mittlerweile mit mehr als 1 Million Jobs. Während andere Stellenmärkte sich nach den Interessen der Firmenkunden richten, orientieren wir uns konsequent an den Bedürfnissen der Nutzer, so speziell sie auch sein mögen. Bei XING finden sie nicht nur klassische Karrierechancen, sondern auch familienfreundliche Jobs oder solche für Sinnsucher. Das macht niemand sonst. Mit dem Angebot von 1 Million Jobs bieten wir unseren Nutzern nun auf einem einzigen Portal die relevanten Stellen passend zu ihren Bedürfnissen - sie müssen nirgendwo anders mehr suchen. Den Launch dieses Angebotes hatten wir durch eine breit angelegte Marketingkampagne unterstützt, die auch reichweitenstarke TV-Spots beinhaltete.

Auch für unsere B2B-Kunden haben wir neue Angebote entwickelt, unter anderem den „XING Jobmanager“. Durch den Jobmanager erhält der Kunde eine vollständige Übersicht aller veröffentlichten, entworfenen, archivierten und deaktivierten Stellenanzeigen. Ebenso lässt sich erstmals umfassend nachvollziehen, wie erfolgreich Anzeigen auf XING sind. Neben Statistiken zur Wirksamkeit, wie etwa hinsichtlich Anzahl der Klicks, erhalten Personaler auch aggregiert demografische Angaben zu den XING-Mitgliedern, die die Anzeige aufgerufen haben.

All diese Maßnahmen haben beigetragen zum erfreulichen Wachstum, das wir auch in diesem Quartal ausweisen können. So ist das Kerngeschäft mit kostenpflichtigen Mitgliedschaften im Berichtszeitraum weiter stark gewachsen. Es stieg gegenüber dem Vorjahr um 18 Prozent auf 18,5 Mio. €. Insgesamt konnten wir in den vergangenen 12 Monaten mehr als 36.000 neue zahlende Mitglieder gewinnen, 8.359 davon im dritten Quartal. Dies ist ein Anstieg von 115 Prozent gegenüber dem dritten Quartal 2014 (Q3 2014: 3.880). Per Ende September nutzten damit insgesamt 869.000 XING-Mitglieder die erweiterten Angebote (Premium und ProJobs) der XING-Plattform.

Das Segment E-Recruiting stieg im dritten Quartal um 16 Prozent auf 10,2 Mio. €. Das Wachstum fällt insgesamt niedriger aus als im Vorjahr, was vor allem an einem Sondereffekt im Teilbereich Employer Branding liegt. So haben wir begonnen, die alten XING-Unternehmensprofile nicht mehr zu verlängern. In der Folge laufen diese Profile im Geschäftsjahr 2015 aus. Dies führt insbesondere im dritten und vierten Quartal 2015 zu einer vorübergehenden kurzfristigen Verlangsamung des Wachstums im Segment E-Recruiting.

Auch die Neuausrichtung unseres Event-Geschäfts trägt Früchte. Gegenüber dem Vorjahr konnten wir den Segmentumsatz um 24 Prozent auf 1,5 Mio. € (Q3 2014: 1,2 Mio. €) steigern.

Sie sehen: XING entwickelt sich weiter sehr gut. Wir sind fest entschlossen, unsere Wachstumsgeschichte auch in der Zukunft weiter fortzuschreiben. Im dritten Quartal haben wir dazu wichtige Grundlagen gelegt und umfassende Investitionen in neue Produkte und Services getätigt.

Ich danke Ihnen für Ihr Vertrauen,

Ihr



Dr. Thomas Vollmoeller
Vorstandsvorsitzender der XING AG

Die XING-Aktie

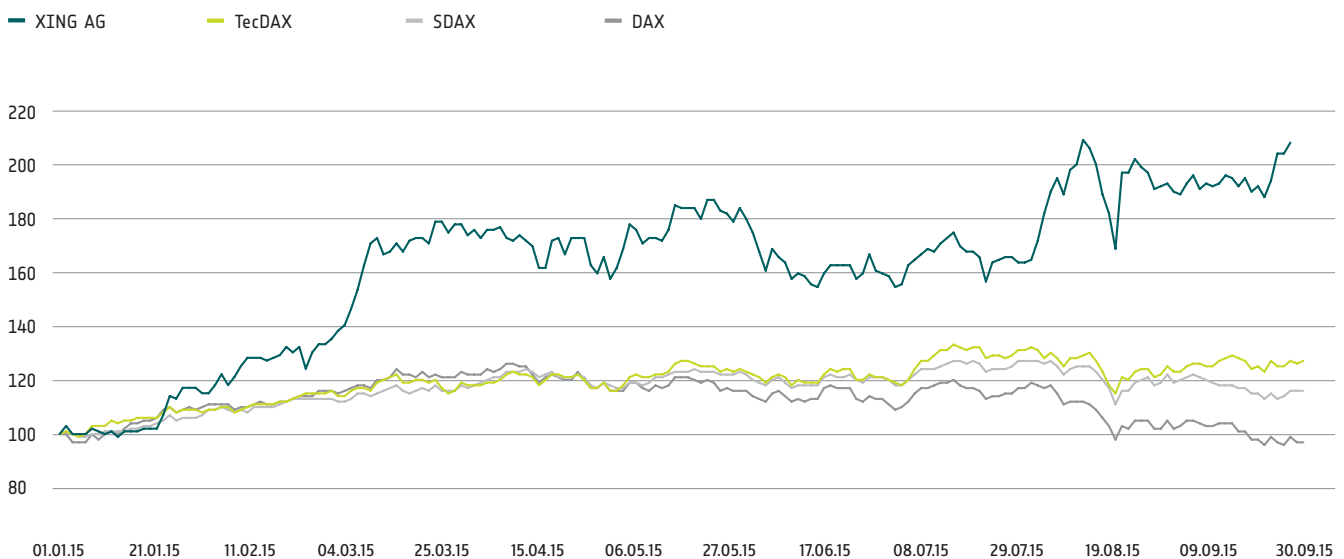
Stammdaten zur XING-Aktie

Aktienanzahl per 30.09.2015	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

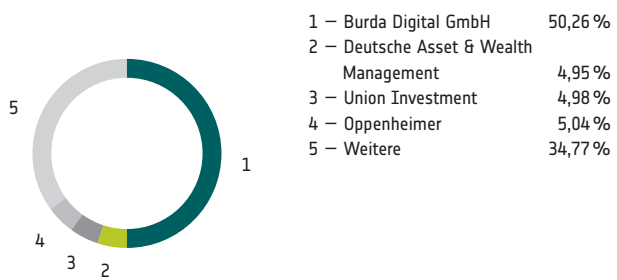
Kennzahlen zur XING-Aktie auf einen Blick

	9M 2015	9M 2014
XETRA-Schlusskurs am Ende der Periode	192,00 €	84,29 €
Hoch	192,60 €	105,85 €
Tief	92,19 €	75,78 €
Marktkapitalisierung am Periodenende	1.079 Mio. €	471 Mio. €
Durchschnittliches Handelsvolumen je Handelstag (XETRA)	15.330 Stk.	7.125 Stk.
Rang TecDax		
nach Handelsumsatz	23	28
nach FreeFloat Marktkapitalisierung	24	30
Ergebnis je Aktie (verwässert) exkl. kununu-Earn-out	2,40 €	1,83 €

Aktienkursverlauf im Vergleich vom 01.01. bis 30.09.2015 (indexiert)



Aktionärsstruktur



Analystenempfehlungen für die XING-Aktie

Broker	Analyst	Empfehlung	Kursziel
Berenberg Bank	Sarah Simon	Halten	181 €
Commerzbank	Heike Pauls	Kaufen	200 €
Oddo Seydler	Marcus Silbe	Kaufen	200 €
Deutsche Bank	Benjamin Kohnke	Kaufen	145 €
Goldman Sachs	Carl Hazeley	Halten	182 €
Hauck & Aufhäuser	Lars Dannenberg	Halten	180 €
Jefferies	James Lockyer	Kaufen	170 €
Montega AG	Alexander Braun	Halten	150 €
Warburg Research	Jochen Reichert	Halten	170 €

02.

KONZERN- ZWISCHEN- LAGEBERICHT

für den Zeitraum vom
1. Januar bis zum 30. September 2015

Geschäftsverlauf

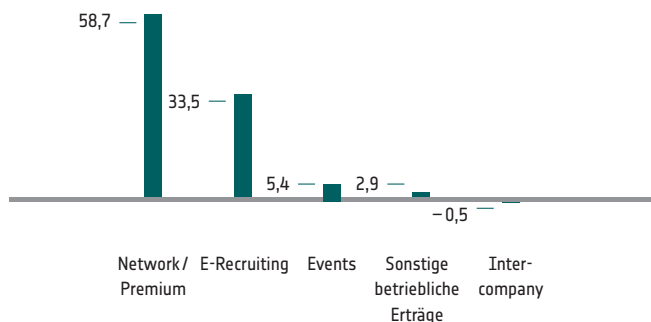
Ertragslage im Konzern

Konzernergebnis legt um ein Drittel zu

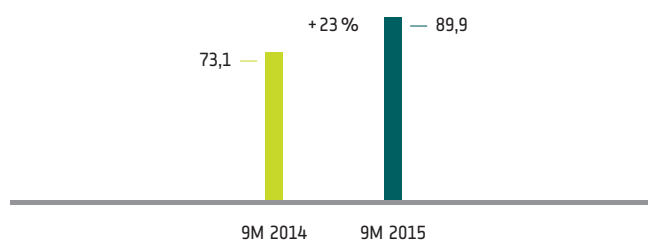
XING ist auch nach neun Monaten im laufenden Geschäftsjahr weiter auf Wachstumskurs. Konzernergebnis und -umsatz (inkl. sonstiger betrieblicher Erträge) konnten deutlich gesteigert werden. So erzielten wir ein Umsatzwachstum von 23 Prozent (9M 2015) auf 89,9 Mio. € gegenüber dem Vorjahreszeitraum (9M 2014: 73,1 Mio. €). Hierbei ist zu beachten, dass die sonstigen betrieblichen Erträge durch positive Währungseffekte im ersten Quartal 2015 um etwa 1 Mio. € höher als üblich ausgefallen sind. Ohne diesen Effekt beträgt das Umsatzwachstum rund 22 Prozent. Das Konzernergebnis legte im selben Zeitraum sogar um 31 Prozent auf 13,4 Mio. € zu (9M 2014 exkl. kununu-Earn-out-Verpflichtungen: 10,2 Mio. €).

Alle drei Segmente konnten mit Wachstumsraten zwischen 19 und 29 Prozent zu dieser positiven Entwicklung beitragen. Darüber hinaus haben sich die Kosten insgesamt unterproportional entwickelt. So stieg die größte Kostenposition „Aufwendungen für Personal“ um 17 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum auf 34,2 Mio. € an (9M 2014: 29,3 Mio. € exkl. kununu-Earn-out-Verpflichtungen).

Umsatzverteilung 9M 2015 [in %]



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

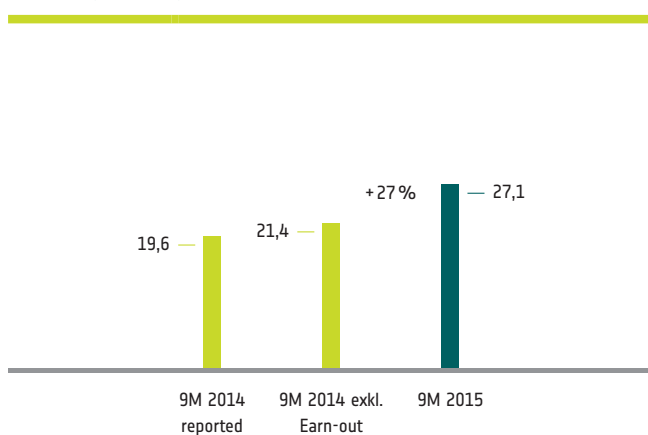


Bei den Marketingaufwendungen haben wir die Investitionen gegenüber dem Vorjahreszeitraum stärker ausgeweitet und insbesondere zwei TV-Kampagnen in den ersten neun Monaten durchgeführt. Insgesamt investierten wir somit 8,7 Mio. € (+30 Prozent) in den Aufbau der Marke, unserer Positionierung und zur Gewinnung neuer Mitglieder (9M 2014: 6,6 Mio. €).

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen stiegen um 27 Prozent auf 20,0 Mio. € (9M 2014: 15,8 Mio. €) in den ersten neun Monaten des laufenden Geschäftsjahres. Dieser Anstieg ist im Wesentlichen auf zusätzliche externe Beratungsdienstleistungen im Zusammenhang mit der Erarbeitung der Langfrist-Strategie von XING sowie den Ausbau von freien Mitarbeitern (Freelancer) zurückzuführen.

In der Folge steigt das operative Ergebnis (EBITDA) des Konzerns im Neunmonatszeitraum 2015 um 27 Prozent auf 27,1 Mio. € (9M 2014: 21,4 Mio. € ohne die nicht-operative kununu-Earn-out-Verpflichtung) an. Entsprechend liegt die Marge für den Neunmonatszeitraum bei 30 Prozent gegenüber 29 Prozent in der Vergleichsperiode 2014.

EBITDA (in Mio. €¹)



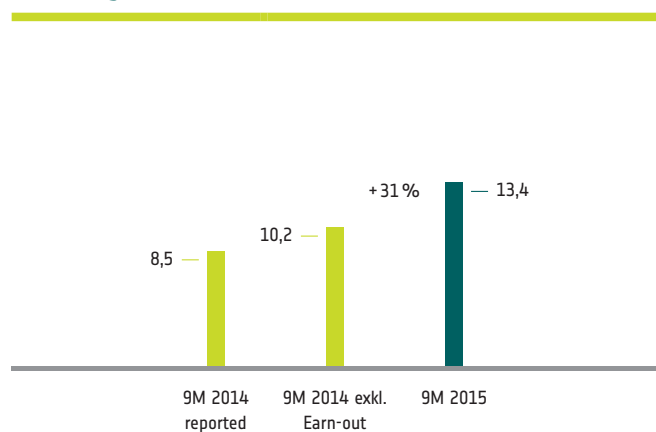
¹ Durch Änderungen der IFRS-Richtlinien zur Bilanzierung von Kaufpreisverpflichtungen aus Earn-outs bei Unternehmenskäufen sind diese seit 2013 nicht mehr als Bestandteil des Unternehmenskaufpreises, sondern als Personalaufwand zu erfassen. Bei XING betrifft diese Änderung die Earn-out-Verpflichtung für die kununu-Transaktion. Rund 0,5 Mio. € sind jeweils in Q1, Q2 und Q3 2014 im Personalaufwand erfasst worden. Dieser Personalaufwand ist nicht-operativ und hat keine Auswirkungen auf den Free Cash-Flow. Er belastet entsprechend der vertraglich vereinbarten Earn-out-Periode ausschließlich die Ergebnisse der Geschäftsjahre 2013 sowie 2014. 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 Abschreibungen für die ersten neun Monate 2015 liegen mit 6,8 Mio. € 7 Prozent über dem Vorjahreszeitraum (9M 2014: 6,4 Mio. €) und beinhalten rund 0,4 Mio. € Abschreibungen für die im Rahmen der Kaufpreisallokation identifizierten Vermögenswerte der akquirierten Gesellschaft Intelligence Competence Center (Deutschland) AG.

In der Folge beträgt das EBIT im Berichtszeitraum 20,2 Mio. € gegenüber einem EBIT ohne die nicht-operativen Aufwendungen für den kununu-Earn-out in der Vergleichsperiode 2014 von 15,0 Mio. € (+ 35 Prozent).

Nach Abzug von Steuern in Höhe von 6,7 Mio. € beträgt der Konzernüberschuss im Berichtszeitraum 13,4 Mio. € und liegt somit 31 Prozent über dem Ergebnis der Vergleichsperiode 2014 ohne die nicht-operativen Aufwendungen für den kununu-Earn-out (9M 2014: 10,2 Mio. €).

Konzernergebnis (in Mio. €¹)



¹ 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 0,5 Mio. € sind jeweils in Q1, Q2 und in Q3 2014 im Personalaufwand erfasst worden. Dieser Personalaufwand ist nicht-operativ und hat keine Auswirkungen auf den Free Cash-Flow. Er belastet entsprechend der vertraglich vereinbarten Earn-out-Periode ausschließlich die Ergebnisse der Geschäftsjahre 2013 sowie 2014. 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.

Das Ergebnis je Aktie beträgt somit im Berichtszeitraum 2,40€ gegenüber einem Ergebnis je Aktie ohne den nicht-operativen Aufwand für den kununu-Earn-out in Höhe von 1,83€ in der Vergleichsperiode des Vorjahres (+ 31 Prozent).

Entwicklung im dritten Quartal 2015

Auf Quartalsebene haben sich die wesentlichen finanziellen Metriken im Rahmen der Erwartungen entwickelt. So stieg der Umsatz inkl. sonstiger betrieblicher Erträge im dritten Quartal um 17 Prozent auf 30,5 Mio. € (Q3 2014: 26,0 Mio. €). Nach Abzug der Kosten für Personal (11,4 Mio. €), Marketing (3,0 Mio. €) und sonstige betriebliche Aufwendungen (6,8 Mio. €) im dritten Quartal 2015 beträgt das EBITDA 9,3 Mio. €. Es liegt damit leicht unter dem Vorjahreswert von 9,9 Mio. € ohne die nicht-operative kununu-Earn-out-Verpflichtung. Es ist zu beachten, dass das EBITDA sowie das Konzernergebnis im dritten Quartal 2014 durch Kostenverschiebungen und sehr geringe Marketinginvestitionen überdurchschnittlich positiv ausgefallen ist. Dem stehen in Q3 2015 überdurchschnittlich hohe Marketingaufwendungen für die Launches des XING Stellenmarktes und XING Klartext gegenüber. In der Folge reduzierte sich der Nettogewinn des dritten Quartals 2015 gegenüber dem außerordentlich starken Vorjahresquartal um 14 Prozent auf 4,6 Mio. € (Q3 2014: 5,4 Mio. €).

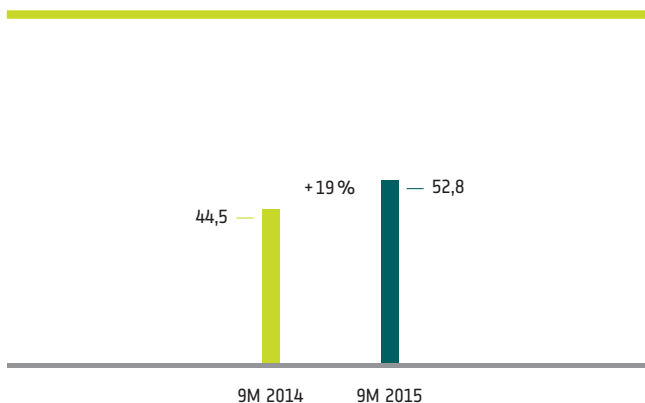
ENTWICKLUNG IM SEGMENT „NETWORK / PREMIUM“

Kerngeschäft Network & Premium wächst um 19 Prozent

Das Kerngeschäft mit kostenpflichtigen Mitgliedschaften ist im Berichtszeitraum weiter stark gewachsen. Der Segmentumsatz stieg um 19 Prozent auf 52,8 Mio. € (9M 2014: 44,5 Mio. €). Im dritten Quartal stieg der Umsatz um 18 Prozent auf 18,5 Mio. €.

Mit der Erneuerung des Premium-Angebots Anfang 2013 startete die konsequente Neuausrichtung des Kerngeschäfts der XING AG. Mit der Aufwertung des Premium-Angebots haben wir ab Mitte 2013 auch neue Tarifkonditionen am Markt etabliert und erstmals seit Gründung der XING AG zwischen Q1 und Q3 2014 begonnen, auch Bestandskunden auf die neuen Tarife nach Ablauf der regulären Vertragslaufzeit zu migrieren. Darüber hinaus haben wir über den Jahreswechsel 2014 / 2015 eine weitere zusätzliche kostenpflichtige ProJobs-Mitgliedschaft eingeführt. Diese Maßnahmen tragen Früchte und wirken sich allesamt positiv auf die Umsatzentwicklung unseres Kerngeschäfts aus.

„Network / Premium“-Segmentumsatz (in Mio. €)

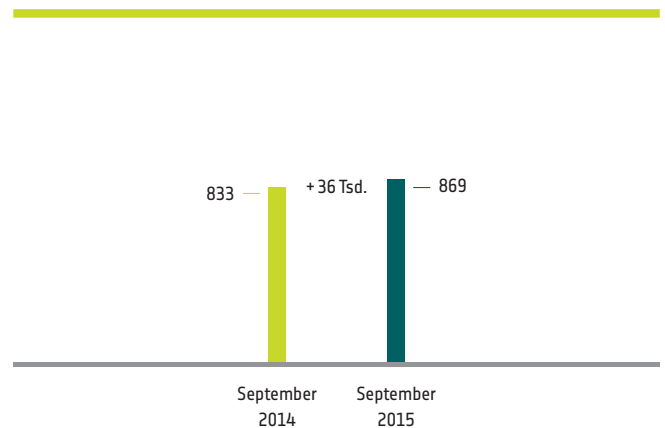


So konnten wir in den ersten neun Monaten des laufenden Geschäftsjahres mehr als 34.000 neue zahlende Mitglieder gewinnen (8.358 davon im dritten Quartal 2015). Das ist ein Anstieg von mehr als 30 Prozent gegenüber der Vorjahresperiode (9M 2014: 25.800). Damit nutzen per Ende September insgesamt 869.000 XING-Mitglieder die erweiterten Angebote (Premium und ProJobs) der Plattform (September 2014: 833.000).

Gleichzeitig stieg auch der durchschnittliche Umsatz je zahlendes Mitglied von 5,4€ (9M 2014) auf 6,2€ im Berichtszeitraum. Im dritten Quartal 2015 liegt der ARPU (average revenue per user) bei 6,4€ (Q3 2014: 5,6€).

So konnten wir in der Folge das Segment-EBITDA auf 33,0 Mio. € in der Berichtsperiode ausweiten (9M 2014: 31,6 Mio. €).

Entwicklung zahlende Mitglieder in D-A-CH (in Tsd.)

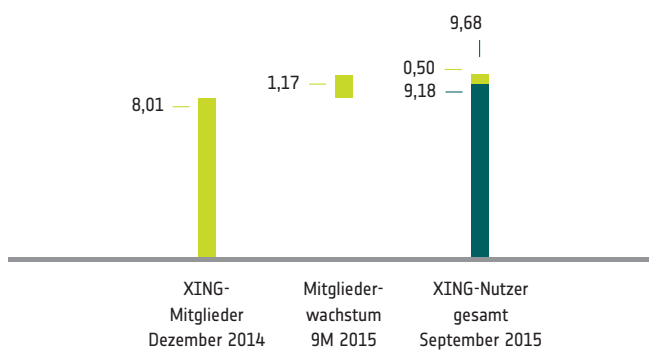


1,2 Millionen neue XING-Mitglieder in neun Monaten

In den ersten neun Monaten des laufenden Geschäftsjahres konnten wir ein sich weiter beschleunigendes Wachstum bei Mitgliedern erreichen. Nachdem wir in der Vorjahresperiode insgesamt 739.000 neue XING-Mitglieder begrüßen konnten, waren es mit rund 1,2 Millionen neuen Mitgliedern in der Berichtsperiode 2015 sogar 59 Prozent mehr als im Vorjahr. Entsprechend erhöhte sich die Plattform-Mitglieder-Basis auf 9,2 Millionen per Ende September 2015 (September 2014: 7,7 Millionen).

Seit der Umbenennung unserer Event-Plattform amiando in XING EVENTS und der damit einhergehend stärkeren Verzahnung mit der XING-Plattform erfassen wir auch das Wachstum der XING-Events-Nutzer. Hier haben wir seit Januar 2014 0,5 Millionen zusätzliche Nutzer in der XING-Gruppe gewinnen können. Zusammen mit den 9,2 Millionen Plattform-Mitgliedern ergibt sich daraus eine XING-Nutzerbasis von 9,7 Millionen per Ende September 2015.

Mitglieder- und Nutzerwachstum in den ersten neun Monaten 2015 in D-A-CH (in Millionen)



ENTWICKLUNG IM SEGMENT „E-RECRUITING“

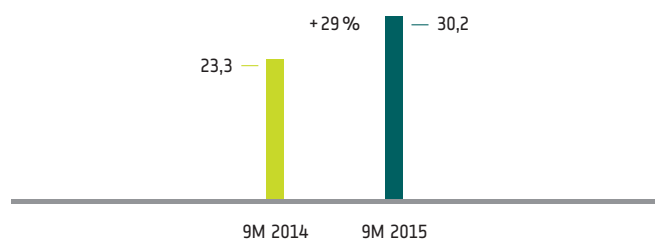
29 Prozent Wachstum in den ersten neun Monaten 2015

Im Segment E-Recruiting sind wir weiter auf ungebremstem Wachstumskurs. In den ersten neun Monaten des laufenden Geschäftsjahres konnten wir die Segmentumsätze um 29 Prozent auf 30,2 Mio. € (9M 2014: 23,3 Mio. €) steigern. Das Segment-EBITDA stieg um 16 Prozent auf 14,9 Mio. € (9M 2014 ohne die nicht-operativen kununu-Earn-out-Verpflichtungen: 12,9 Mio. €).

Im dritten Quartal verzeichnet der Geschäftsbereich E-Recruiting ein verlangsamtes Umsatzwachstum von 16 Prozent auf 10,2 Mio. €. Hierbei ist zu beachten, dass im Wesentlichen durch das Wirksamwerden der Abschaltung der alten XING-Unternehmensprofile sowie durch das überdurchschnittlich starke Wachstum (Basiseffekt) in der zweiten Jahreshälfte 2014 der Teilbereich Employer Branding in der zweiten Jahreshälfte 2015 kein Wachstum gegenüber dem Vorjahr erzielt. Diese Effekte sollten die Umsatzentwicklung dieses Teilbereichs zu Beginn des kommenden Jahres nicht mehr belasten. Das Segment-EBITDA des dritten Quartals liegt mit 5,1 Mio. € auf dem Niveau des Vorjahresquartals.

Die Zahl der Corporate Customers (B2B-Kunden) stieg von etwa 16.569 auf 17.551 per Ende September 2015 an.

„E-Recruiting“-Segmentumsatz (in Mio. €)



In der Detailbetrachtung wächst der Teilbereich „Active Recruiting“ mit dem Produkt XING-Talentmanager am stärksten. Hier konnte die Anzahl der verkauften Lizenzen an HR-Abteilungen und Recruiting-Firmen von 3.644 auf knapp 5.000 per Ende September 2015 ausgeweitet werden. Zudem haben wir die Neukundenpreise ab Anfang April 2015 von 249,00 € auf 329,00 € je Lizenz erhöht. Die proaktive Suche und Ansprache geeigneter Kandidaten gehört nach Auffassung des Managements zu den wichtigsten Bausteinen einer erfolgreichen HR-Strategie und wird zunehmend an Bedeutung gewinnen.

Ebenso wichtig ist nach unserer Auffassung die gezielte Vermarktung der Arbeitgebermarke genau dort, wo sich die potenziellen Kandidaten über zukünftige Arbeitgeber informieren. Aus diesem Grunde haben wir im Jahr 2011 die kununu-Plattform akquiriert und erfolgreich mit der XING-Plattform zusammengeführt. Mit den Employer-Branding-Profilen auf XING und kununu können sich Arbeitgeber gezielt ins Schaufenster potenzieller Kandidaten stellen.

Zu Beginn der zweiten Jahreshälfte haben wir uns zudem stark auf die Neuausrichtung des Teilbereichs „Passive Recruiting“ konzentriert. Im Januar akquirierten wir den mit mehr als 2,5 Millionen Stellenanzeigen größten Job-Crawler in Deutschland jobbörse.com. In wenigen Monaten haben wir die Technologie sowie die für die XING-Zielgruppe relevanten Stellenanzeigen in den neuen XING Stellenmarkt integriert und mit einer umfassenden Marketingkampagne inkl. TV-Werbung und starker Präsenz auf der wichtigsten HR-Messe, der „Zukunft Personal“ in Köln, dem breiten Publikum vorgestellt.

Während andere Stellenmärkte sich nach den Interessen der Arbeitgeber richten, orientieren wir uns konsequent an den Bedürfnissen der Arbeitnehmer, so speziell sie auch sein mögen. Bei XING finden sie nicht nur klassische Karrierechancen, sondern auch familienfreundliche Jobs oder solche für Sinnsucher. Ermöglicht wird dies durch die direkte Integration von abgegebenen Informationen auf unserem Arbeitgeberbewertungsportal kununu.

Dass wir Dinge anders machen, uns insbesondere auf die Seite der Arbeitnehmer schlagen, drückt auch unser Claim „For a better working life“ aus. Hierzu gehört unser Bestreben, unsere Nutzer mit dem Job zusammenzubringen, der wirklich zu ihrem Leben passt. Voraussetzung hierfür ist, dass wir aus dem Vollen schöpfen können - bedeutet: Mit dem XING Stellenmarkt wollen wir jede Stelle anbieten, die zu unseren Nutzern passen könnte. Seit der erfolgreichen Integration Ende September bieten wir in unserem XING Stellenmarkt im deutschsprachigen Raum damit 1 Million potenzielle Jobs!

Das heißt, Nutzer müssen im Grunde nirgendwo anders mehr nach spannenden Jobs suchen. Denn wir haben alle, die für sie in Frage kommen könnten. Hierzu zählen vor allem Anzeigen von Karriere-Webseiten von Unternehmen.



Und dank der vielfältigen Such- und Filtermöglichkeiten finden Nutzer auch aus 1 Million Jobs den für sie passenden. Neben der obligatorischen Suche nach Branche, Position oder Umkreis bietet der XING Stellenmarkt als weiteres Alleinstellungsmerkmal die Möglichkeit, nach familienfreundlichen Jobs zu filtern, nach solchen im Umwelt- und Sozialsektor oder eben in hundefreundlichen Unternehmen.



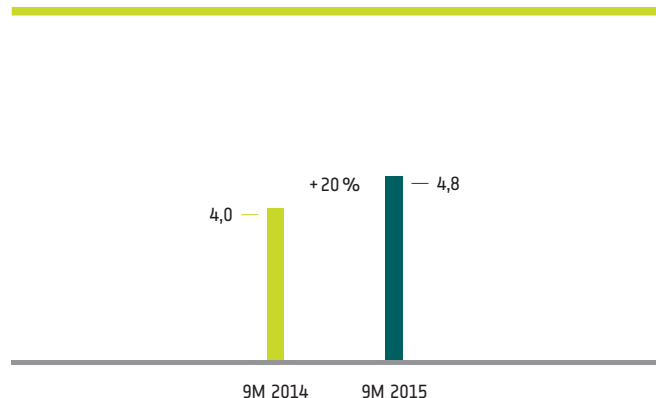
Frank Hassler (Senior Vice President E-Recruiting) stellt den neuen XING Stellenmarkt auf der Fachmesse „Zukunft Personal“ vor

ENTWICKLUNG IM SEGMENT „EVENTS“

Segmentumsatz steigt um 20 Prozent

Die zu Beginn des laufenden Geschäftsjahres gestartete Neuausrichtung unseres Event-Geschäfts trägt Früchte. So konnten wir den Umsatz im Berichtszeitraum um 20 Prozent auf 4,8 Mio. € (9M 2014: 4,0 Mio. €) steigern. Auf Quartalsebene steigt der Umsatz sogar um 24 Prozent auf 1,5 Mio. € (Q3 2014: 1,2 Mio. €).

„Events“-Segmentumsatz (in Mio. €)



Im Rahmen der strategischen Neuausrichtung haben wir das Event-Geschäft in den vergangenen Quartalen deutlich stärker und fokussierter auch für die Gewinnung neuer Plattform-Mitglieder eingesetzt und so auf Segment-Ebene entsprechende Intercompany-Umsätze realisiert. Darüber hinaus haben wir für unsere Event-Organizer mehr Möglichkeiten geschaffen, Reichweite aufzubauen und ihr Event zielgruppengenau zu vermarkten. Die Maßnahmen haben in den vergangenen Quartalen Traktion gewonnen und tragen seitdem wesentlich zur Umsatz- und Ergebnisentwicklung bei.

Darüber hinaus arbeiten wir weiterhin an der Kostenoptimierung auf Segmentebene, um in den kommenden Jahren auch in diesem Bereich eine nachhaltig positive EBITDA-Marge erzielen zu können. Für die ersten neun Monate des laufenden Geschäftsjahres liegt das EBITDA bei -40 Tsd. € (9M 2014: -1,5 Mio. €). Hier zeichnet sich bereits ein positiver Trend ab. Im dritten Quartal 2015 beträgt das Segment-EBITDA -0,2 Mio. € nach -0,4 Mio. € im Vorjahresquartal.

Risikobericht

Auf der Produktseite haben wir mit XING EVENTS unser Portfolio für Messe-Veranstalter vervollständigt und bieten Full-Service-Lösungen für die komplexen Anforderungen von Messen. Dabei legen wir mithilfe intelligenter Vermarktungsoptionen im Business-Netzwerk XING und Software-Lösungen für das Besucher-, Ticket- und Kundenbeziehungs-Management einen klaren Fokus auf die wichtigsten Aspekte einer Messe: die Aussteller und Besucher.

Folgende Produkte gehören dazu:

- ▶ Reichweitenstarke Vermarktungsoptionen im Business-Netzwerk XING
- ▶ Einfaches Management von Ticket-Kontingenten für verschiedene Besuchergruppen mit dem XING ExpoManager
- ▶ Effizientes Besuchermanagement durch sichere Zahlungsabwicklung, zuverlässige API-Schnittstelle und einfache Integration des Ticketshops
- ▶ Professionelles Einlassmanagement durch modernste Technik und professionelle Beratung
- ▶ Individuelle Lösungen für komplexe Messe-Anforderungen in einer App
- ▶ Kundenbeziehungs-Management auf der XING-Plattform



Ende September wurden die Event-Services von 1.987 Veranstaltern genutzt (September 2014: 2.397).

Damit ist die Neuausrichtung des Segments Events weiter in vollem Gange, um die gesteckten Ziele zu erreichen.

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 seine 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.

Gegenüber den im Geschäftsbericht 2014 dargestellten Risiken wurden keine weiteren bestandsgefährdenden Risiken identifiziert.

03.

KONZERN- ZWISCHEN- ABSCHLUSS

für den Zeitraum vom
1. Januar bis zum 30. September 2015

- 17 Konzern-Gesamtergebnisrechnung
- 19 Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung
- 20 Konzern-Bilanz
- 22 Konzern-Kapitalflussrechnung
- 24 Erläuterungen zum Konzern-Zwischenabschluss

Konzern-Gesamtergebnisrechnung der XING AG

für den Zeitraum vom 1. Januar bis zum 30. September 2015

Konzern-Gesamtergebnisrechnung

In Tsd. €	01.01.2015 – 30.09.2015	01.01.2014 – 30.09.2014	01.07.2015 – 30.09.2015	01.07.2014 – 30.09.2014
Umsatzerlöse aus Dienstleistungen	87.291	71.875	30.001	25.604
Sonstige betriebliche Erträge	2.642	1.240	454	372
GESAMTE BETRIEBSERTRÄGE	89.933	73.115	30.455	25.976
Personalaufwand	-34.179	-31.018	-11.402	-10.434
Marketingaufwand	-8.659	-6.649	-2.979	-1.270
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-20.028	-15.807	-6.753	-5.171
EBITDA	27.067	19.641	9.321	9.101
Abschreibungen	-6.817	-6.365	-2.390	-1.944
EBIT	20.250	13.276	6.931	7.157
Finanzerträge	23	62	12	20
Finanzaufwendungen	-123	-45	-80	-14
EBT	20.150	13.293	6.863	7.163
Ertragsteuern	-6.725	-4.827	-2.223	-2.511
KONZERNERGEBNIS	13.425	8.466	4.640	4.652
Ergebnis je Aktie (unverwässert)	2,40 €	1,51 €	0,83 €	0,83 €
Ergebnis je Aktie (verwässert)	2,40 €	1,51 €	0,83 €	0,83 €
KONZERNERGEBNIS	13.425	8.466	4.640	4.652
Unterschiede aus Währungsumrechnung	-8	0	0	0
Sonstiges Ergebnis	-8	0	0	0
KONZERN-GESAMTERGEBNIS	13.417	8.466	4.640	4.652

Verkürzte Konzern-Gesamtergebnisrechnung exkl. kununu-Earn-out

für den Zeitraum vom 1. Januar bis zum 30. September 2015

Verkürzte Konzern-Gesamtergebnisrechnung exkl. kununu-Earn-out

In Tsd. €	01.01.2015 – 30.09.2015	01.01.2014 – 30.09.2014	01.07.2015 – 30.09.2015	01.07.2014 – 30.09.2014
Gesamte Betriebserträge	89.933	73.115	30.455	25.976
EBITDA exkl. kununu-Earn-out	27.067	21.383	9.321	9.855
EBIT exkl. kununu-Earn-out	20.250	15.018	6.931	7.911
Konzernergebnis exkl. kununu-Earn-out	13.425	10.208	4.640	5.405
Ergebnis je Aktie (unverwässert) exkl. kununu-Earn-out	2,40	1,83	0,83	0,97
Ergebnis je Aktie (verwässert) exkl. kununu-Earn-out	2,40	1,83	0,83	0,97
Konzernergebnis exkl. kununu-Earn-out	13.425	10.208	4.640	5.405
Unterschiede aus Währungsumrechnung	-8	0	0	0
Sonstiges Ergebnis	-8	0	0	0
Konzern-Gesamtergebnis exkl. kununu-Earn-out	13.417	10.208	4.640	5.405

Verkürzte Konzern-Kapitalflussrechnung exkl. kununu-Earn-out

für den Zeitraum vom 1. Januar bis zum 30. September 2015

Verkürzte Konzern-Kapitalflussrechnung exkl. kununu-Earn-out

In Tsd. €	01.01.2015 – 30.09.2015	01.01.2014 – 30.09.2014	01.07.2015 – 30.09.2015	01.07.2014 – 30.09.2014
Konzernergebnis exkl. kununu-Earn-out	13.425	10.208	4.640	5.405
Konzernergebnis vor Steuern exkl. kununu-Earn-out	20.150	15.035	6.863	7.917
Cash-Flow aus laufender Tätigkeit	30.718	24.458	8.827	10.467
Cash-Flow aus Investitionstätigkeit	-19.882	-9.388	-4.792	-3.558

Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung der XING AG

für den Zeitraum vom 1. Januar bis zum 30. September 2015

Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung

In Tsd. €	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklagen	Eigene Anteile	Sonstige Rücklagen	Bilanzgewinn	Eigenkapital Summe
STAND 01.01.2014	5.592	18.477	- 455	16.368	20.600	60.582
Währungsumrechnung	0	0	0	0	0	0
Summe direkt im EK erfasstes Ergebnis	0	0	0	0	0	0
Jahresergebnis	0	0	0	0	8.466	8.466
Konzern-Gesamtergebnis	0	0	0	0	8.466	8.466
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
STAND 30.09.2014	5.592	18.477	- 432	16.413	5.633	45.683
STAND 01.01.2015	5.592	18.479	- 434	2.429	17.341	43.407
Währungsumrechnung und sonstige direkt im Eigenkapital erfassten Ergebnisse	0	0	0	- 8	0	- 8
Jahresergebnis	0	0	0	0	13.424	13.424
Gesamtes Periodenergebnis	0	0	0	- 8	13.424	13.416
Kapitalerhöhung aus anteilsbasierter Vergütung	28	2.942	0	0	0	2.970
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
STAND 30.09.2015	5.620	22.622	0	2.436	25.620	56.298

Konzern-Bilanz der XING AG

zum 30. September 2015

Aktiva

In Tsd. €	30.09.2015	31.12.2014
LANGFRISTIGE VERMÖGENSWERTE		
Immaterielle Vermögenswerte		
Erworbene Software	3.673	3.645
Selbst entwickelte Software	17.944	12.631
Geschäfts- oder Firmenwert	8.478	2.169
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	2.296	2.168
Sachanlagen		
Mietereinbauten	386	442
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	4.378	4.687
Finanzanlagen		
Beteiligungen	51	51
Andere finanzielle Vermögenswerte	31	25
Latente Steueransprüche	553	483
	37.790	26.301
KURZFRISTIGE VERMÖGENSWERTE		
Forderungen und sonstige Vermögenswerte		
Forderungen aus Dienstleistungen	12.811	12.013
Sonstige Vermögenswerte	3.252	2.622
Zahlungsmittel und kurzfristige Einlagen		
Eigenzahlungsmittel	74.157	63.951
Fremdzahlungsmittel	6.150	3.248
	96.370	81.834
	134.160	108.135

Passiva

In Tsd. €	30.09.2015	31.12.2014
EIGENKAPITAL		
Gezeichnetes Kapital	5.620	5.592
Eigene Aktien	0	-434
Kapitalrücklage	22.622	18.479
Sonstige Rücklagen	2.436	2.429
Bilanzgewinn	25.620	17.341
	56.298	43.407
LANGFRISTIGE VERBINDLICHKEITEN		
Latente Steuerverbindlichkeiten	6.559	4.503
Erlösabgrenzung	2.173	2.314
Sonstige Rückstellungen	270	249
Andere finanzielle Verbindlichkeiten	1.554	0
Sonstige Verbindlichkeiten	290	251
	10.846	7.317
KURZFRISTIGE VERBINDLICHKEITEN		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	1.153	2.489
Erlösabgrenzung	43.333	35.780
Sonstige Rückstellungen	602	489
Andere finanzielle Verbindlichkeiten	435	3.896
Ertragsteuerverbindlichkeiten	1.860	1.089
Sonstige Verbindlichkeiten	19.633	13.668
	67.016	57.411
	134.160	108.135

Konzern-Kapitalflussrechnung der XING AG

für den Zeitraum vom 1. Januar bis zum 30. September 2015

Konzern-Kapitalflussrechnung

In Tsd. €	01.01.2015 – 30.09.2015	01.01.2014 – 30.09.2014
EBT (Ergebnis vor Steuern)	20.150	13.293
Abschreibungen auf aktivierte Entwicklungskosten	2.274	1.761
Abschreibungen	4.543	4.604
Personalkosten Aktienoptionsprogramm	15	45
Zinserträge	-23	-62
Erhaltene Zinsen	25	77
Zinsaufwendungen	123	45
Gezahlte Steuern	-4.292	-2.886
Veränderung der Forderungen und sonstiger Aktiva	-1.436	-1.805
Veränderung der Verbindlichkeiten und sonstiger Passiva	885	6.474
Zahlungsunwirksame Veränderungen durch Änderungen des Konsolidierungskreises	-15	0
Veränderung der Erlösabgrenzung	7.412	6.000
Eliminierung amianto Fremdverpflichtung	-2.902	-3.088
CASH-FLOW AUS LAUFENDER GESCHÄFTSTÄTIGKEIT	26.759	24.458
Auszahlung für aktivierte Aufwendungen selbst entwickelter Software	-7.587	-5.665
Auszahlung für den Erwerb von Software	-457	-1.722
Auszahlungen für den Erwerb von sonstigen immateriellen Vermögenswerten	-407	-179
Auszahlungen für den Erwerb von Sachanlagen	-1.646	-869
Auszahlung für Akquisition konsolidierter Unternehmen (abzüglich erworbener Finanzmittel)	-5.820	-947
Auszahlungen für Investitionen in andere finanzielle Vermögenswerte	-6	-6
CASH-FLOW AUS INVESTITIONSTÄTIGKEIT	-15.923	-9.388

Konzern-Kapitalflussrechnung

In Tsd. €	01.01.2015 – 30.09.2015	01.01.2014 – 30.09.2014
Einzahlung aus Optionsausübungen	2.942	0
Einzahlungen aus dem Verkauf eigener Aktien	1.635	23
Auszahlung Dividende	-5.145	-23.433
Gezahlte Zinsen	-54	0
CASH-FLOW AUS FINANZIERUNGSTÄTIGKEIT	-622	-23.410
Differenzen aus der Währungsumrechnung	-8	0
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelbestands	10.206	-8.340
Eigen-Finanzmittelbestand zu Beginn der Periode	63.951	66.160
EIGEN-FINANZMITTELBESTAND AM ENDE DER PERIODE ¹	74.157	57.820
Fremd-Finanzmittelbestand zu Beginn der Periode	3.248	2.820
Veränderung des Fremdmittelbestandes	2.902	3.088
FREMD-FINANZMITTELBESTAND AM ENDE DER PERIODE	6.150	5.908

¹ Finanzmittel bestehen aus liquiden Mitteln.

Erläuterungen zum Konzern-Zwischenabschluss

für den Zeitraum vom 1. Januar bis zum 30. September 2015

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.

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 knüpfen, bestehende Kontakte zu pflegen, ihren Wirkungsbereich auf neue Märkte auszudehnen sowie Meinungen und Informationen auszutauschen. 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.

GRUNDLAGEN DER ABSCHLUSSERSTELLUNG SOWIE BILANZIERUNGS- UND BEWERTUNGSMETHODEN

Der verkürzte Konzern-Zwischenabschluss der XING AG für die am 30. September 2015 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 2014 zu lesen.

Der Betrachtungszeitraum umfasst den Zeitraum vom 1. Januar 2015 bis zum 30. September 2015. Als Vergleichsperiode wird der Zeitraum vom 1. Januar 2014 bis zum 30. September 2014 dargestellt. Der Konzern-Zwischenabschluss und der Konzern-Zwischenlagebericht zum 30. September 2015 der XING AG wurden durch den Vorstand am 5. November 2015 zur Veröffentlichung freigegeben.

Die angewandten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden des verkürzten Konzern-Zwischenabschlusses entsprechen den angewandten Methoden im Konzernabschluss zum 31. Dezember 2014. Der Zwischenabschluss wurde vom Abschlussprüfer nicht geprüft oder einer prüferischen Durchsicht unterzogen.

Mehrere geänderte IFRS gelten erstmals für das Jahr 2015. Aus der Anwendung dieser IFRS ergeben sich jedoch keine Auswirkungen auf den jährlichen Konzernabschluss oder den verkürzten Konzernabschluss.

ERWERB DER INTELLIGENCE COMPETENCE CENTER (DEUTSCHLAND) AG, ASCHAFFENBURG, IM JANUAR 2015

Die XING AG hat am 22. Januar 2015 sämtliche Geschäftsanteile an der Intelligence Competence Center (Deutschland) AG, Aschaffenburg (im Folgenden: ICC), übernommen. Die ICC ist unter anderem Betreiberin der Webseite www.jobbörse.com, der mit über 2,5 Mio. Stellenanzeigen größten Jobsuchmaschine im deutschsprachigen Raum. Darüber hinaus hat sich die XING die Suchtechnologie von Jobbörse.com gesichert, die heute rund 15 Mio. Domains und darunter mehr als 1,3 Mio. Unternehmensseiten durchsucht. Die XING AG hat an alle Aktionäre für 100 Prozent der Aktien einen Kaufpreis von ca. 6,3 Mio. € gezahlt. Weitere Kaufpreiszahlungen in Höhe von 2,4 Mio. € könnten geringer ausfallen, sofern bestimmte Zusicherungen nicht erfüllt sind. Die Erstkonsolidierung erfolgte zum Zeitpunkt der Übertragung der Geschäftsanteile.

Die Transaktionskosten in Höhe von 175 Tsd.€ wurden als Aufwand gebucht und werden im sonstigen betrieblichen Aufwand in der Gewinn- und Verlustrechnung und in den Cash-Flows aus der betrieblichen Tätigkeit ausgewiesen. Der Zahlungsmittelabfluss aufgrund des Unternehmenserwerbs ist nachfolgend aufgezeigt:

In Tsd. €	2015
Kaufpreiszahlungen 1. Januar – 30. September 2015	5.820
zzgl. dem Erwerb direkt zurechenbare Kosten	175
abzgl. mit dem Tochterunternehmen erworbene Fremdzahlungsmittel	59
Zahlungsmittelabfluss 1. Januar – 30. September 2015 (Saldo)	6.054
zzgl. noch nicht geleisteter Kaufpreisannteil (abgezinst)	1.898
ZAHLUNGSMITTELABFLUSS GESAMT (SALDO)	7.952

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

Erstkonsolidierung

In Tsd. €	22.01.2015
VERMÖGENSWERTE	
Immaterielle Vermögenswerte	13
Sachanlagen	122
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	83
Sonstige Aktiva	18
Zahlungsmittel	59
	295
SCHULDEN	
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	53
Sonstige Verbindlichkeiten und Rückstellungen	63
	116
Summe des identifizierbaren Nettovermögens zum beizulegenden Zeitwert vor Aufteilung des Kaufpreises	179

Die Kaufpreisallokation wurde im Konzern-Zwischenabschluss zum 31. März 2015 zunächst auf vorläufiger Basis vorgenommen, diese Einschätzung hat sich zum 30. September 2015 nicht verändert. Die beizulegenden Zeitwerte der im Rahmen der Kaufpreisallokation identifizierten Vermögenswerte und Schulden sowie der Geschäfts- oder Firmenwert stellen sich zum Erstkonsolidierungszeitpunkt wie folgt dar:

Erstkonsolidierung

In Tsd. €	22.01.2015
Kaufpreis	7.836
Eigenkapital der ICC (vor Kaufpreisaufteilung)	179
WERT KAUFPREISAUFTEILUNG	7.657
Wert selbst erstellte Software	1.006
Wert Kundenbeziehungen	335
Wert Marke / Domain	326
Aktive latente Steuern	219
Passive latente Steuern	-538
GESCHÄFTS- ODER FIRMENWERT	6.309

Die ICC hat seit dem Erwerbszeitpunkt 511 Tsd.€ zu den Umsatzerlösen und 139 Tsd.€ zum EBITDA beigetragen. Hätte der Unternehmenszusammenschluss zu Jahresbeginn stattgefunden, hätten sich die Umsatzerlöse auf 572 Tsd.€ und das EBITDA auf 147 Tsd.€ belaufen.

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

EIGENKAPITAL

Zur Bedienung von Ansprüchen aus den Aktienoptionsprogrammen 2008 und 2010 wurden im Betrachtungszeitraum 12.067 eigene Aktien der XING AG sowie 28.298 Aktien aus dem Bedingten Kapital 2010 an Bezugsberechtigte ausgegeben. Zum 30. September 2015 betrug das Grundkapital der XING AG 5.620.435€ (31. Dezember 2014: 5.592.137€), und die Gesellschaft hielt keine eigenen Aktien mehr (31. Dezember 2014: 12.067).

Gemäß Beschluss der Hauptversammlung vom 3. Juni 2015 hat die XING AG eine Dividende für das Geschäftsjahr in Höhe von 0,92 € pro Aktie (2014: 0,62 € pro Aktie zuzüglich 3,58 € Sonderdividende) ausgeschüttet. Bei 5.592.137 dividendenberechtigten Aktien entspricht das einer Auszahlungssumme von 5.145 Tsd. €.

Aus der Veräußerung der eigenen Aktien sind der Kapitalrücklage 1.201 Tsd. € zugeführt worden. In Zusammenhang mit der Ausgabe der neu geschaffenen Aktien sind der Kapitalrücklage 2.942 Tsd. € zugeführt worden.

SONSTIGE BETRIEBLICHE ERTRÄGE

Die sonstigen betrieblichen Erträge enthalten Erträge aus der Währungsumrechnung in Höhe von 1.246 Tsd. € (Vorjahr: 267 Tsd. €).

SONSTIGE BETRIEBLICHE AUFWENDUNGEN

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

In Tsd. €	01.01.2015 – 30.09.2015	01.01.2014 – 30.09.2014
IT-Dienstleistungen, betriebswirtschaftliche Dienstleistungen	6.237	4.305
Raumkosten	3.148	2.883
Server-Hosting, Verwaltung und Traffic	1.684	1.711
Kosten für Zahlungsabwicklung	1.574	1.510
Reise-, Bewirtungs- und sonstige Geschäftskosten	1.458	1.261
Sonstige Personalkosten	1.003	815
Forderungsverluste	990	414
Rechtsberatungskosten	587	358
Fortbildungskosten	473	452
Kursverluste	466	161
Telefon / Mobilfunk / Porto / Kurier	374	313
Buchführungskosten	342	369
Abschluss- und Prüfungskosten	260	228
Aufsichtsratsvergütung	215	214
Periodenfremde Aufwendungen	128	240
Übrige	1.089	573
GESAMT	20.028	15.807

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

ABSCHREIBUNGEN

In den Abschreibungen sind 281 Tsd. € (Vorjahr: 414 Tsd. €) außerplanmäßige Abschreibungen auf nicht mehr genutzte Plattform-Module enthalten.

SEGMENTINFORMATIONEN

Das Berichtsformat an Vorstand und Aufsichtsrat gliedert sich nach den operativen Geschäftsfeldern Network (Basisfunktionen der XING-Plattform), Premium (Abonnement-Mitgliedschaften und Enterprise Groups), E-Recruiting (Stellenanzeigen, Unternehmensprofile und XING Talentmanager) und Events (Eventorganisation und Ticketing). Die Aufteilung in diese Bereiche und Regionen entspricht auch der internen Organisationsstruktur und der Berichterstattung an Vorstand und Aufsichtsrat. Die Geschäftsfelder Network und Premium sind aus Übersichtsgründen bewusst in ein Segment zusammengefasst, deren gemeinsame Segment-Aufgabe das Basisgeschäft der XING AG (Erlöserzielung aus der Vermarktung der Plattform durch Abo-Mitgliedschaften) ist. Die Überleitungsrechnung 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. Innenumsatzerlöse zwischen den einzelnen Segmenten sind erstmalig in 2015 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 (u. a. 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. Bereinigte Sondereffekte sind beispielsweise Restrukturierungsaufwendungen, Veräußerungsergebnisse, Wertminderungsaufwendungen sowie andere nicht-operative Aufwendungen und Erträge.

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

In Tsd. €	Konsolidierung segment- interner Umsätze / Aufwendungen									
	Network / Premium		E-Recruiting		Events		Summe Segmente			
	01.01.2015 – 30.09.2015	01.01.2014 – 30.09.2014	01.01.2015 – 30.09.2015	01.01.2014 – 30.09.2014	01.01.2015 – 30.09.2015	01.01.2014 – 30.09.2014	01.01.2015 – 30.09.2015	01.01.2014 – 30.09.2014	01.01.2015 – 30.09.2015	01.01.2014 – 30.09.2014
Umsatzerlöse (mit Dritten)	52.803	44.542	30.154	23.310	4.334	4.023	–	–	87.291	71.875
Konzerninterne Umsatzerlöse	0	0	0	0	476	0	–476	0	–	0
Gesamtumsatzerlöse	52.803	44.542	30.154	23.310	4.810	4.023	–476	0	87.291	71.875
Konzerninterne Segmentaufwendungen	–476	0	0	0	0	0	476	0	–	0
Sonstige Segmentaufwendungen	–19.301	–12.965	–15.218	–12.155	–4.850	–5.549	–	–	39.369	–30.669
Segmentbetriebsergebnis	33.026	31.577	14.936	11.155	–40	–1.526	0	0	47.922	41.206
Sonstige betriebliche Erträge / Aufwendungen									–20.855	–21.565
EBITDA									27.067	19.641

Umsatzerlöse nach geografischen Regionen

In Tsd. €	01.01.2015 – 30.09.2015	01.01.2014 – 30.09.2014
D-A-CH	83.535	68.630
International	3.756	3.245
	87.291	71.875

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 37.237 Tsd. € (31. Dezember 2014: 25.818 Tsd. €) entfallen wie zum 31.12.2014 ausschließlich auf die D-A-CH-Region.

RISIKOMANAGEMENTAKTIVITÄTEN

Während des Betrachtungszeitraums designierte der Konzern einen Devisenterminkontrakt als Sicherungsgeschäft für Vermögenswerte in ausländischer Währung zur Absicherung des beizulegenden Zeitwertes in Höhe von 7.000 Tsd. CHF. Das Ausfallrisiko der Gegenpartei in Verbindung mit dem Kontrakt wurde als gering eingestuft. Folglich wurde das Sicherungsgeschäft als in hohem Maße tatsächlich wirksam eingeschätzt. Zum 30. September 2015 wurde ein nicht realisierter Ertrag in Höhe von 283 Tsd. € mit den Aufwendungen aus der Umbewertung der Vermögenswerte saldiert.

Zu Beginn des Jahres 2015 bestand eine erhöhte Volatilität des Euro-Wechselkurses gegenüber dem Schweizer Franken und in geringerem Ausmaß gegenüber dem US-Dollar. Dies führte zu erhöhten Erträgen bei der Umbewertung der Zahlungsmittel, die unter den sonstigen betrieblichen Erträgen erfasst sind.

NAHESTEHENDE UNTERNEHMEN UND PERSONEN

Bezüglich der Angaben über Beziehungen zu nahestehenden Unternehmen und Personen verweisen wir auf den Konzernabschluss zum 31. Dezember 2014. Aus Sicht der XING AG haben sich bis zum 30. September 2015 keine wesentlichen Änderungen in Hinblick auf die Burda-Gruppe ergeben.

Zum 30. September 2015 bestehen keine Forderungen gegenüber Mitgliedern des Vorstands und des Aufsichtsrats.

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, 5. November 2015

Dr. Thomas Vollmoeller

Ingo Chu

Timm Richter

Jens Pape

Finanztermine

Zwischenbericht zum dritten Quartal 2015

5. November 2015

Impressum und Kontakt

HERAUSGEBER

XING AG
Dammtorstraße 30
20354 Hamburg

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

INVESTOR RELATIONS

Patrick Möller (Director Investor Relations)
Telefon +49 40 41 91 31 – 793
Telefax +49 40 41 91 31 – 44
investor-relations@xing.com

Presseinformationen und aktuelle Informationen zur XING AG erhalten Sie über:

CORPORATE COMMUNICATIONS

Marc-Sven Kopka (Vice President External Affairs)
Telefon +49 40 41 91 31 – 763
Telefax +49 40 41 91 31 – 44
presse@xing.com

UNSERE SOCIAL-MEDIA-KANÄLE

<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
(Youtube-Kanal der XING AG)

Facebook: www.facebook.com/XING
(Facebook-Präsenz der XING AG)

KONZEPT UND GESTALTUNG

CAT Consultants, Hamburg
www.cat-consultants.com

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.



XING AG

Dammtorstraße 30

20354 Hamburg

Telefon +49 40 41 91 31 – 793

Telefax +49 40 41 91 31 – 44

investor-relations@xing.com

www.xing.com