

XING AG

Ordentliche Hauptversammlung

2. Juni 2016

A man with short grey hair and a beard, wearing a blue and white plaid button-down shirt, is looking down at a small device in his hands. He is sitting at a table in what appears to be a cafe or office setting. The background is slightly blurred, showing a window and some furniture.

XING 



Dr. Thomas Vollmoeller





Dr. Thomas Vollmoeller

Made in Germany: Wie gut ist Deutschlands Image in der Welt noch?

Die Bundesrepublik zählt zu den beliebtesten Ländern der Welt. Dennoch haben die vergangenen Monate das Ansehen Deutschlands spürbar verändert; über die Folgen sind sich Experten uneins.

Der Image-Schaden hält sich in Grenzen

Prof. Dr. Michael Hüther

Direktor, Institut der deutschen Wirtschaft (IW)



- Pegida, DFB-Skandal und VW-Affäre verfälschen das Bild
- Das Ausland nimmt uns weiterhin noch als ein Vorbild wahr
- Die Gesellschaft wandelt sich umfassender, als wir denken

 **6.051 Reaktionen**
 5.957  40  54

Wer bestellt, der zahlt – Was bringt das Bestellerprinzip?

Seit rund neun Monaten gilt die neue Regelung im Maklerrecht für den Mietwohnungsmarkt. Sie bleibt umstritten, auch weil sie für Mieter und Makler unterschiedliche Auswirkungen hat.

Das Bestellerprinzip ist ein Gebot der Fairness

Heiko Maas

Bundesminister der Justiz und für Verbraucherschutz



- Nur wer Leistung bestellt, muss sie seit dem 1. Juni 2015 auch bezahlen
- Umgehungsversuche werden nun mit einem hohen Bußgeld geahndet
- Die meisten Makler haben ihre Geschäftsmodelle problemlos umgestellt

 **16.574 Reaktionen**
 16.114  151  309

Deutsche Bahn – Das soll sich künftig ändern

In der vergangenen Woche wollten wir wissen: Wie bewerten Sie die Leistungen der Bahn? Was läuft gut, woran muss gearbeitet werden? Nun antwortet Dr. Rüdiger Grube, Vorstandsvorsitzender der Bahn AG.

Wir müssen noch besser werden

Dr. Rüdiger Grube

Vorsitzender des Vorstands, Deutsche Bahn AG



- Die konstruktive Kritik der XING-Nutzer ist für uns ein wichtiges Feedback
- Ab 2016 führen wir eine Plattform für rechtzeitige Kundeninformationen ein
- Wir investieren fünf Milliarden Euro in etwa 100 komfortablere ICE 4-Züge

 **17.520 Reaktionen**
 17.138  242  140

Warum ist Gründen immer noch Männersache?

Nur 13 Prozent aller Start-ups werden von Frauen aufgebaut. Liegt das an den Unternehmerinnen oder an der Wirtschaft? Sechs erfolgreiche Frauen über die Vorurteile, mit denen sie heute noch kämpfen.

Ich möchte nicht auf mein Geschlecht reduziert werden

Lea-Sophie Cramer

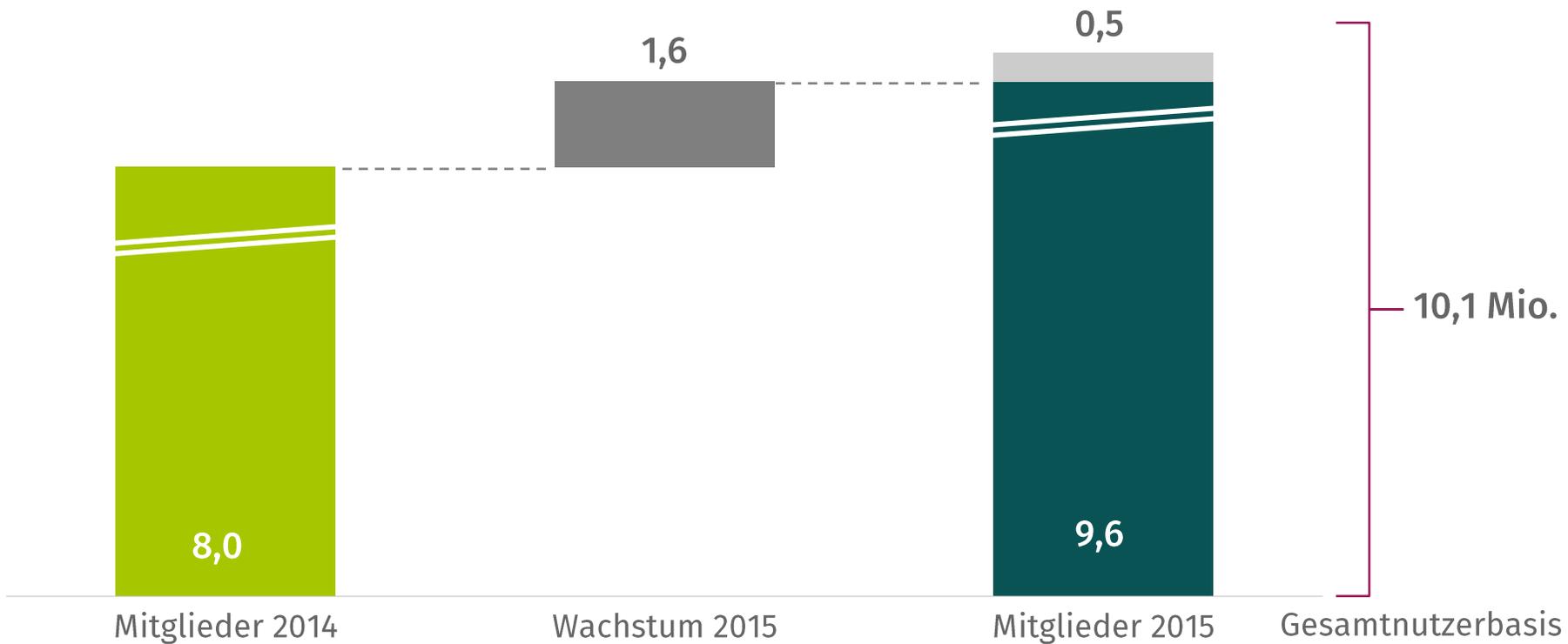
Gründerin und Geschäftsführerin, Amorelie



- Als Unternehmerin ist man heute noch immer in der Minderheit
- Über den Erfolg einer Gründung entscheidet nie das Geschlecht
- Frauen müssen selbstverständlicher in Führung gehen und Risiken annehmen

 **36.255 Reaktionen**
 35.886  68  301

2015: Stärkstes Mitgliederwachstum der Unternehmensgeschichte





Dr. Thomas Vollmoeller



Ingo Chu



Agenda

- Vorstellung der Geschäftszahlen 2015
- Vorstellung der Geschäftszahlen Q1 2016
- Beschlussvorschläge
- Aktienkursentwicklung

Zusammenfassung

- Alle strategischen Ziele erreicht
- Umsatz wächst um 21%
- EBITDA steigt auf 36,6 Mio. €
- Adjustierter operativer Cashflow steigt auf 39,8 Mio. €
- Q1 2016: Weiter starkes Wachstum
- Erhöhung Regeldividende auf 1,03 € und Vorschlag zur Ausschüttung einer einmaligen Sonderdividende von 1,50 €

2015: Umsatz 122,9 Mio. €; EBITDA 36,6 Mio. €

	2015	2014	2015 vs. 2014	2015 vs. 2014
	Abs.	Abs.	Abs.	Rel.
Umsatz ¹	122,9	101,4	21,5	21 %
Kosten	-86,3	-69,8	-16,5	-24 %
EBITDA ohne kununu Earn-Out	36,6	31,6	5,0	16 %
Marge ohne kununu Earn-Out	30 %	31 %	-1 %Pkt.	-1 %Pkt.
Nicht-operative Kosten für kununu Earn-Out	N/A	-2,4	N/A	N/A
EBITDA inkl. kununu Earn-Out	36,6	29,2	7,4	25 %
Abschreibungen (inkl. PPA) ²	-10,0	-8,6	-1,4	-17 %
Finanzergebnis ²	-0,2	-0,0	-0,3	-490 %
Steuern ²	-8,8	-7,3	-1,5	-19 %
Nettoergebnis ²	17,6	13,2	4,4	32 %
Nettoergebnis ohne kununu Earn-Out ²	17,6	15,7	1,9	12 %

Rundungsdifferenzen möglich

1) Inkl. sonstige betriebliche Erträge

2) Exkl. XING Events Wertberichtigung in Höhe von 7,5 Mio. € (-0,5 Mio. € Steuereffekt))

EBITDA-Marge nach Segment

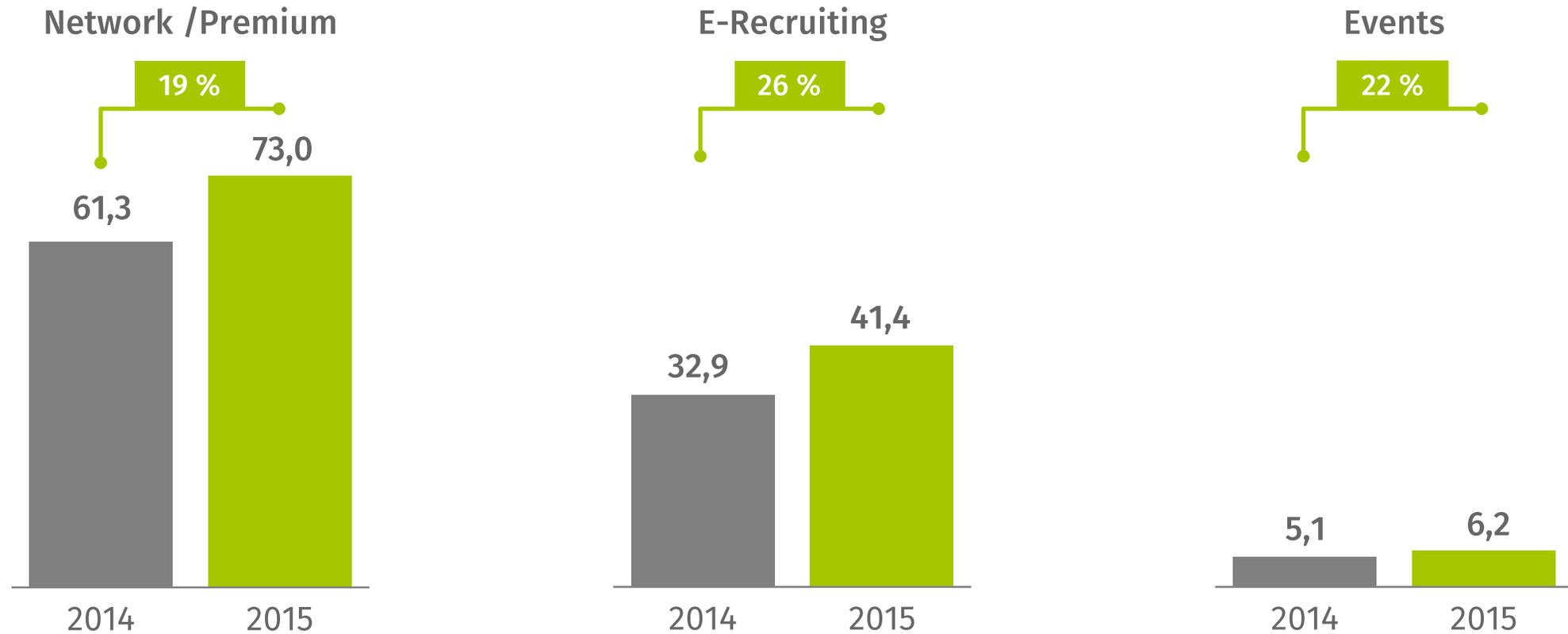
	Segment EBITDA	Marge
Network / Premium	44,7 Mio. €	61 % ¹
E-Recruiting	20,0 Mio. €	48 % ²
Events	-0,6 Mio. €	N/A
Tech, Central Services & Sonstige	-27,5 Mio. €	N/A
Gesamt EBITDA ohne kununu Earn-Out	36,6 Mio. €	30 %

Rundungsdifferenzen möglich

1) 2014: 64 %

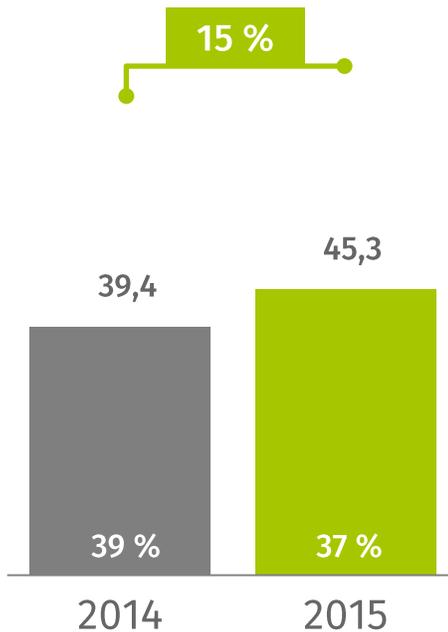
2) 2014: 53 % (exkl. Kununu Earn-Out)

Starkes Umsatzwachstum über alle Segmente

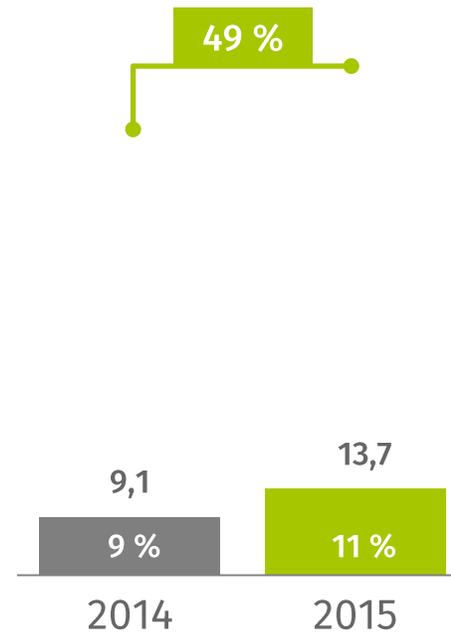


Entwicklung der Kosten

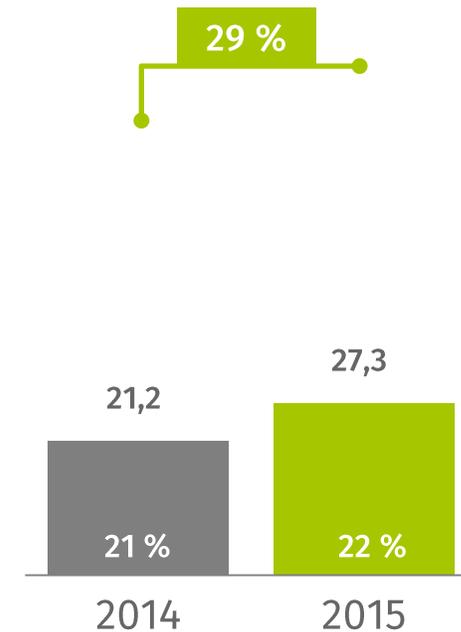
Personal
in Mio. € & in % vom Umsatz



Marketing
in Mio. € & in % vom Umsatz



Sonstige
in Mio. € & in % vom Umsatz



Operativer Cashflow: 39,8 Mio. €

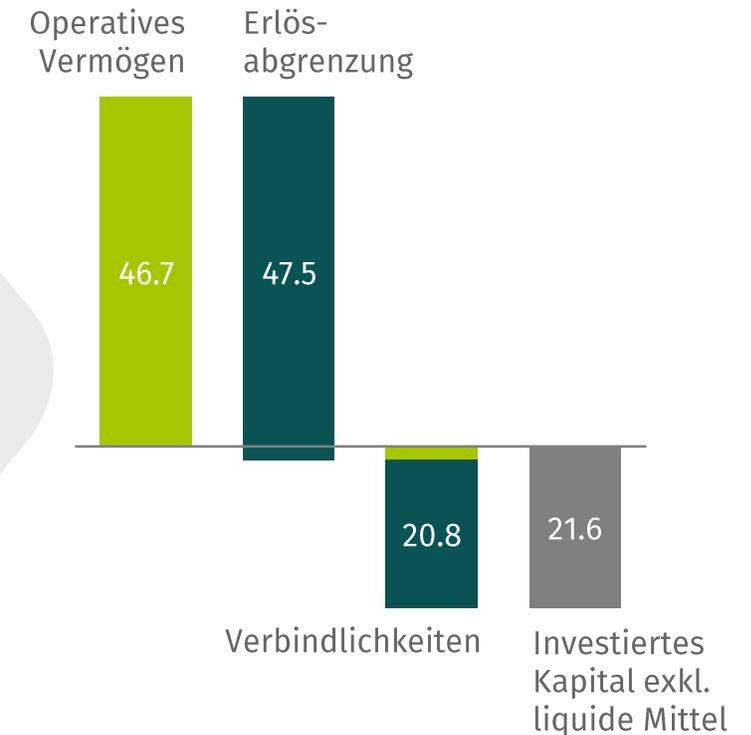
	2015	2014	2015 vs. 2014	2015 vs. 2014
	Abs.	Abs.	Abs.	Rel.
EBITDA	36,6	29,2	7,4	25 %
Zinsen / Steuern / ESOP	-7,7	-1,5	-6,2	-420 %
Veränderung Net Working Capital	6,9	6,5	0,4	6 %
Operativer Cashflow exkl. Event-Veranstalter-Cash	39,8	34,2	1,6	5 %
Investitionen	-15,2	-12,1	-3,2	-26 %
Akquisitionen	-5,8	-0,9	-4,9	-515 %
Kapitalbeschaffung inkl. Transaktion eigener Aktien	4,6	0,0	4,6	N/A
Gezahlte Zinsen & Währungskursdifferenzen	-0,1	-0,0	-0,1	N/A
Free Cashflow exkl. Ausschüttungen und Event-Veranstalter-Cash	19,2	21,2	-2,0	-9 %
Regeldividende	-5,1	-3,5	-1,7	-49 %
Sonderdividende	N/A	-20,0	N/A	N/A
Free Cashflow exkl. Event-Veranstalter-Cash	14,1	-2,2	16,3	N/A
Effekte Event-Veranstalter-Cash	-0,3	0,4	-0,7	N/A
Free Cashflow inkl. Event-Veranstalter-Cash	13,8	-1,8	15,6	N/A

Hinweis: 2015 – Der IFRS-Bericht des Cash-Outs für den kununu Earn-Out verzerrt den Cashflow aus NWC, den operativen Cashflow und den Cashflow aus Investitionsaktivitäten:

- Berichteter Cashflow durch Veränderungen des NWC: 6,9 Mio. €; Berücksichtigung des Cash-Outs für den kununu Earn-Out von 4,0 Mio. € ergibt 10,8 Mio. €
- Berichteter op. Cashflow: 35,8 Mio. €; Berücksichtigung des Cash-Outs für den kununu Earn-Out von 4,0 Mio. € ergibt **39,8 Mio. €**
- Berichteter Cashflow aus Investitionen: -5,8 Mio. €; Berücksichtigung des Cash-Outs für den kununu Earn-Out von 4,0 Mio. € ergibt -€ 9,8 Mio. €

Bilanzstruktur per 31.12.2015

In Mio. € [Exkl. Event-Veranstalter-Cash und NWC]	2015	2014	2015 vs. 2014
	Abs.	Abs.	Abs.
AKTIVA	135,9	104,1	+31,8
Operative Vermögensgegenstände	46,7	35,6	+11,1
Akquisitionen	10,6	4,0	+6,6
Ertragsteuern (Forderungen & latent)	0,6	0,5	+0,1
Liquide Mittel	78,0	64,0	+14,1
PASSIVA	135,9	104,1	+31,8
Eigenkapital	60,5	43,4	+17,1
Erlösabgrenzung	47,5	38,1	+9,4
Verbindlichkeiten	20,8	17,0	+3,8
Ertragsteuern (Verbindlichkeiten & latent)	7,1	5,6	+1,5



Agenda

- **Vorstellung der Geschäftszahlen 2015**
- **Vorstellung der Geschäftszahlen Q1 2016**
- **Beschlussvorschläge**
- **Aktienkursentwicklung**

Umsatz: 34,3 Mio. €; EBITDA: 10,4 Mio. €

	Q1 2016	Q1 2015	Q1 2016 vs. Q1 2015	Q4 2015	Q1 2016 vs. Q4 2015
	Abs.	Abs.	Rel.	Abs.	Rel.
Umsatz ¹	34,3	29,3	17 % 21 %¹	33,0	4 %
Kosten	-23,8	-21,0	-13 %	-23,4	-2 %
EBITDA	10,4	8,2	27 %	9,6	9 %
Marge	30%	28 %	2 % Pkt.	29 %	1 % Pkt.
Abschreibungen (inkl. PPA)	-2,2	-2,1	-4 %	-3,2	31 %
Finanzergebnis	-0,1	0,0	N/A	-0,1	-79 %
Ertragsteuern	-2,7	-2,0	-40 %	-2,1	-32 %
Nettoergebnis	5,3	4,1	30 %	4,2	27 %
Ergebnis je Aktie	0,91	0,74	23 %	0,75	21 %

¹ Adjustiert um den einmaligen positiven Effekt aus der Aufwertung des Schweizer Franken i.H.v. 1 Mio. € in Q1 2015 beträgt das YoY-Wachstum **21 %**

Rundungsdifferenzen möglich

Veränderungen der Segmentberichterstattung

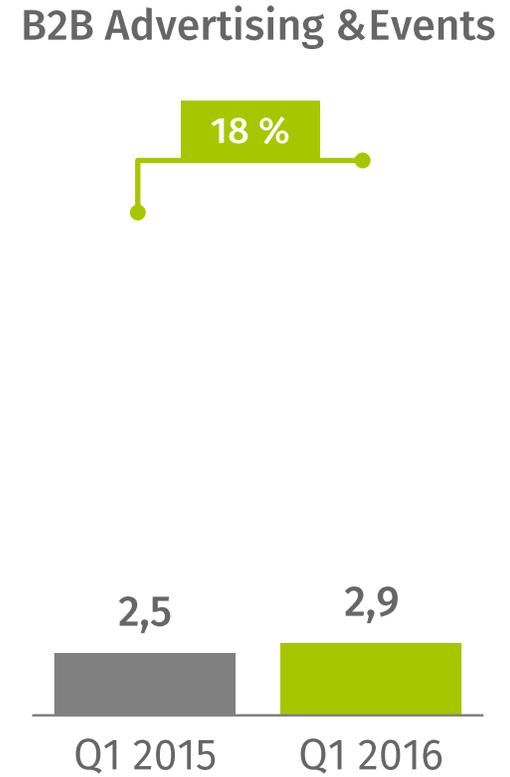
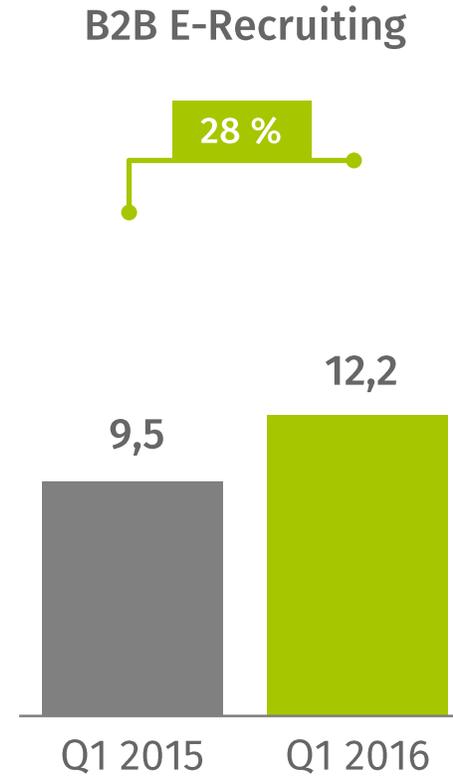
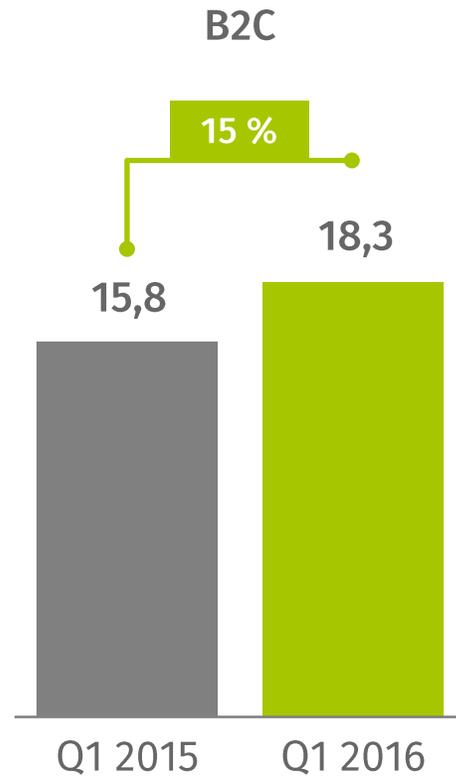
Bis
Dez 15



Ab
Jan 16



Alle Segmente mit zweistelligem Wachstum



Operativer Cashflow: 12,9 Mio. €

	Q1 2016	Q1 2015	Q1 2016 vs. Q1 2015	Q4 2015	Q1 2016 vs. Q4 2015
	Abs.	Abs.	Abs.	Abs.	Abs.
EBITDA	10,4	8,2	2,2	9,6	0,9
Zinsen / Steuern / ESOP	-1,4	-1,2	-0,2	-3,4	2,0
Veränderung Net Working Capital	3,8	7,0	-3,2	2,9	0,9
Operativer Cashflow exkl. Event-Veranstalter-Cash	12,9	14,0	-1,2	9,1	3,8
Investitionen	-5,0	-2,7	-2,3	-5,1	0,2
Akquisitionen	-2,7	-5,0	2,3	0,0	-2,7
Kapitalbeschaffung inkl. Transaktion eigener Aktien	0,0	0,0	0,0	0,0	-0,0
Gezahlte Zinsen & Währungskursdifferenzen	-0,0	-0,0	0,0	-0,1	0,1
Free Cashflow exkl. Event-Veranstalter-Cash	5,2	6,3	-1,1	3,9	1,3
Effekte Event-Veranstalter-Cash	1,8	2,1	-0,3	-3,2	4,9
Free Cashflow inkl. Event-Veranstalter-Cash	6,9	8,4	-1,5	0,7	6,2

Rundungsdifferenzen möglich

Agenda

- **Vorstellung der Geschäftszahlen 2015**
- **Vorstellung der Geschäftszahlen Q1 2016**
- **Beschlussvorschläge**
- **Aktienkursentwicklung**

Beschlussvorschläge

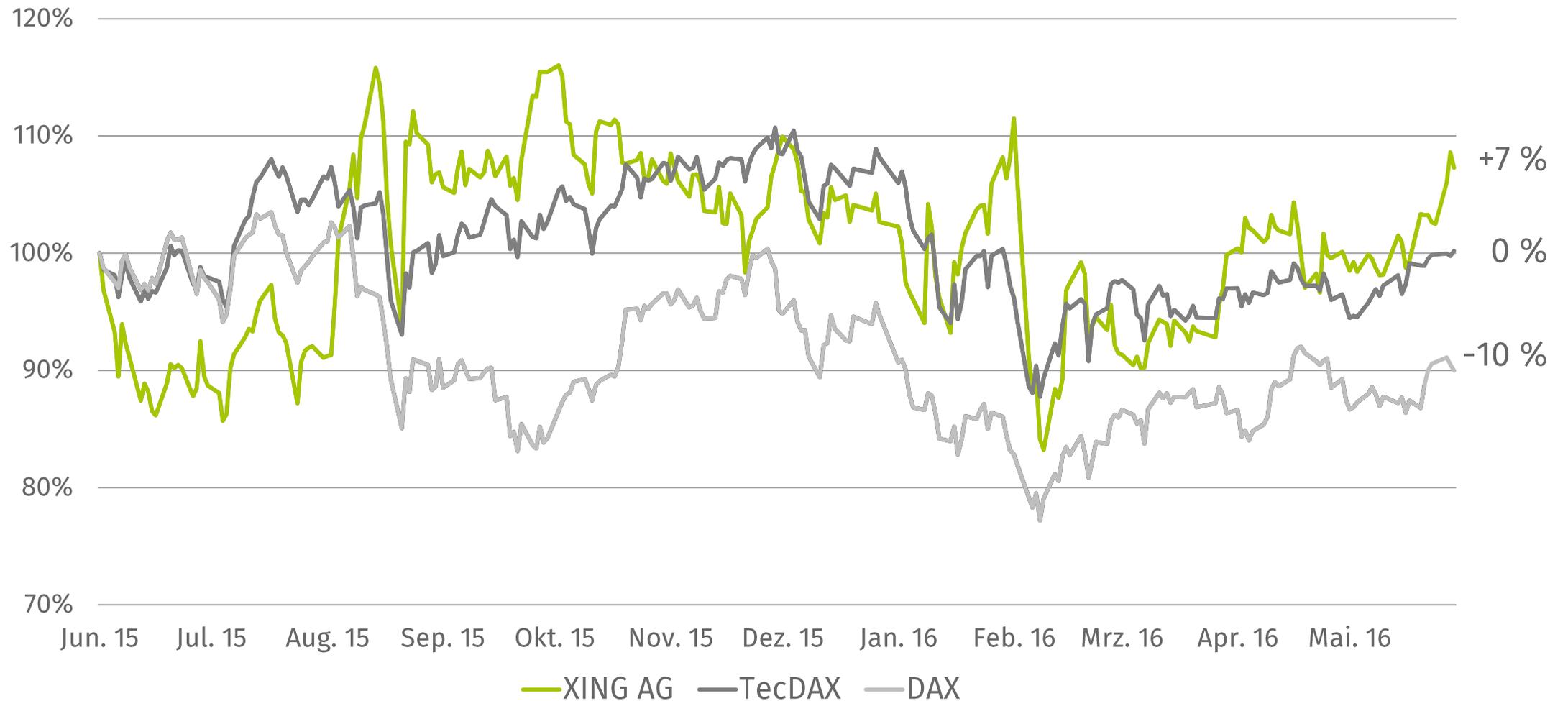
TOP

- 2) Verwendung des Bilanzgewinns
- 3) Entlastung der Mitglieder des Vorstands
- 4) Entlastung der Mitglieder des Aufsichtsrats
- 5) Wahl des Abschlussprüfers
- 6) Neuwahl aller Aufsichtsratsmitglieder
- 7) Satzungsänderung - Anpassung der Aufsichtsratsvergütung (Vergütung Ausschussvorsitz)
- 8) Gewinnabführungsvertrag mit der XING Purple GmbH
- 9) Aufhebung des bedingten Kapitals 2008 und 2010

Agenda

- **Vorstellung der Geschäftszahlen 2015**
- **Vorstellung der Geschäftszahlen Q1 2016**
- **Beschlussvorschläge**
- **Aktienkursentwicklung**

Aktienkursentwicklung seit HV 2015



XING AG

Ordentliche Hauptversammlung

2. Juni 2016

A man with short grey hair and a beard, wearing a blue and white plaid button-down shirt, is looking down at a small device in his hands. He is sitting at a table in what appears to be a cafe or office setting. The background is slightly blurred, showing a window and some furniture.

XING 